INFORME ESPECIAL

Innovación en Pagos en América Latina

AGOSTO 2026

Con el apoyo de

Infosys® | Finacle

iupana™



Introducción

Hacia la siguiente generación de servicios financieros



En **iupana** venimos observando cómo la industria financiera en América Latina está cambiando sus prioridades estratégicas. La velocidad ya no es el principal diferenciador; ahora el foco está en desarrollar la infraestructura y las capacidades que soportarán la siguiente generación de servicios financieros. Esa evolución estará impulsada por la inteligencia artificial agéntica, el aprovechamiento estratégico de los datos y nuevas infraestructuras para pagos transfronterizos.

Sin embargo, es la modernización de los pagos inmediatos y de los modelos cuenta a cuenta (A2A) la que concentra hoy la mayor atención del mercado. La encuesta realizada por **iupana** entre líderes del ecosistema de pagos confirma esta tendencia: los pagos instantáneos y los modelos A2A fueron identificados como el principal factor que definirá la evolución del negocio en los próximos doce meses (30,36%). Más que acelerar las transacciones, el reto ahora consiste en construir la infraestructura que permita hacer los pagos más inteligentes, interoperables y eficientes.

En este informe, Innovación en Pagos 2026, analizamos las capacidades que comienzan a converger alrededor de esa nueva infraestructura. Los modelos A2A avanzan impulsados por los pagos inmediatos y la interoperabilidad; la inteligencia artificial deja de limitarse a la automatización para participar activamente en la ejecución de pagos mediante agentes inteligentes; las terminales de punto de venta incorporan GenAI para transformar los datos transaccionales en inteligencia comercial, mientras que las stablecoins evolucionan hacia una infraestructura para pagos internacionales y liquidaciones en tiempo real, al tiempo que aceleran el desarrollo de depósitos tokenizados y nuevos modelos de dinero digital. Más que tendencias independientes, estos desarrollos responden a una misma lógica: construir arquitecturas de pago más abiertas, programables e inteligentes.

Hoy, el reto para las instituciones dependerá de la capacidad de integrar estas innovaciones dentro de infraestructuras existentes, fortalecer la gobernanza de datos y desarrollar mecanismos que permitan escalar nuevos modelos operativos sin comprometer la seguridad, el cumplimiento regulatorio ni la confianza del usuario. Precisamente sobre ese punto profundiza nuestra entrevista exclusiva con **Infosys Finacle**, donde se analiza cómo la gobernanza de agentes y datos se convertirá en un componente esencial para la siguiente evolución de los pagos inteligentes.

Este informe reúne entrevistas exclusivas con directivos de bancos, proveedores de servicios de pago y fintechs de la industria para analizar las decisiones que marcarán la evolución del negocio de pagos en América Latina. Más que presentar tendencias aisladas, buscamos explicar cómo la convergencia entre infraestructura, inteligencia artificial y nuevos modelos de liquidación está redefiniendo la estrategia competitiva del sector.

Fabiola Seminario,
Jefa Periodística de Pagos e Innovación Financiera,
iupana

Tabla de Contenidos

2. **Introducción**
   Hacía la siguiente generación de servicios financieros

5. **Pagos Agénticos**
   Retos de la nueva operativa del flujo transaccional inteligente

8. **Entrevista: Prakash Lachiramani**
   El reto de la confianza en los pagos con IA

11. **Stablecoins**
    De rieles de pago a depósitos tokenizados

15. **Pagos Cuenta a Cuenta**
    La evolución de la rentabilidad de los pagos A2A

19. **Terminales de Pago**
    Más allá del procesamiento

22. **Sobre Nosotros**

Plataforma de IA Finacle

Optimice el ciclo de vida del desarrollo de IA con capacidades sin Código

- Conjunto de modelos prediseñados
- Integraciones con un solo clic
- Enfoque combinatorio
- Información más profunda
- Supervisión y gobernanza del modelo
- Opciones de estandarización
- Explicabilidad del modelo
- Diseño de privacidad



Infosys® | Finacle

Inspirando una mejor banca

www.finacle.com

Pagos Agénticos

y otros retos de la nueva operativa del flujo transaccional inteligente

Expertos apuntan a que los pagos comandados por inteligencia artificial serán el próximo estándar del comercio electrónico. Mientras el mercado encuentra orden en un espacio con muchos protocolos, pero sin reglas claras, la industria identifica sus posiciones de participación para el nuevo instrumento de consumo.

Adquirentes, comercios y emisores creen que la irrupción del pago agéntico en el mundo real no tardará en ocurrir. Esta nueva forma de pago, que está en fase de pruebas, sacudirá a la región en los próximos 12 meses, así que la industria se prepara. La inteligencia artificial (IA) vuelve a acelerar el ritmo de innovación, a la vez que rediseña la infraestructura y los instrumentos de pago hacia su siguiente evolución.

“Desde Davivienda no lo vemos como una tendencia que va y viene. Creemos que esto es una reconfiguración del ecosistema de pagos”, dijo a **iupana** Laura Gómez, vicepresidenta de medios de pago en Davivienda, uno de los bancos colombianos que ha participado en estos pilotos impulsados por marcas de tarjetas como Visa y Mastercard.

Desde el año pasado, grandes bancos de toda América Latina fueron invitados por marcas globales para validar cómo integrar los agentes de la IA dentro de la infraestructura financiera existente, sin comprometer la seguridad, el cumplimiento regulatorio y la experiencia del cliente.

El pago agéntico es un modelo que depende mucho más de los emisores que de las redes de tarjetas porque, si bien el agente puede ejecutar un pago bajo consentimiento del usuario/cliente, es el emisor (banco) quien emite la credencial de pago (cuenta bancaria, token, etc.) bajo parámetros preestablecidos.

La idea es que los bancos puedan prepararse para registrar agentes autorizados, autenticarlos y revocar permisos, entre otros aspectos. En suma, son estas entidades las que deben aprender a administrar las identidades de estos nuevos compradores.

“El gran reto como industria es lograr que esa transacción esté documentada, que sea segura, que podamos verificar la intención del usuario en el futuro, cómo manejar un contracargo, cómo tokenizar la tarjeta”, explicó a este medio Juan Franco, CEO de Getnet, adquirente del Banco Santander.

La institución, que también ha participado en estas pruebas, prevé unos seis a 12 meses para empezar a ver en la región una “actividad muy importante” con estos pagos. “Aún falta crear toda la infraestructura de estas partes finales y que pueda escalar, pero es algo que está corriendo muy rápido”, añadió.

Aunque ambas compañías aseguraron que las pruebas de pagos agénticos fueron exitosas, la mirada de abordaje es dispersa: mientras que Getnet ve potenciales modelos de negocio en el instrumento, Davivienda cree que la experiencia de usuario y comercio marcarán su participación.

Mismo destino, estrategias divergentes

Si bien ambas instituciones coinciden en que los pagos agénticos dejarán de ser un experimento para convertirse en una nueva capa del comercio electrónico, Getnet y Davivienda están construyendo capacidades desde frentes distintos. La diferencia no responde a una visión contrapuesta sobre el futuro, sino al rol que cada una buscará ocupar en esta cadena de pagos.

Mientras el banco colombiano concentra su estrategia en fortalecer la experiencia del cliente y preservar la capa de confianza en el instrumento de pago (tarjetas Davivienda), el adquirente de Santander enfoca sus esfuerzos en construir la infraestructura que permita a comercios, emisores y redes operar sobre múltiples protocolos sin aumentar la complejidad técnica. En ambos casos, la prioridad es preparar el ecosistema antes de que la adopción masiva obligue a escalar estas capacidades.

Gómez señaló que están revisando la experiencia de compra y los procesos internos que sostienen una transacción para adecuar a Davivienda al nuevo modelo. "Lo que hemos tenido que hacer tiene que ver con la experiencia, considerando que el comercio ahora va a empezar a venderle a agentes y ya no a personas: cómo cambiamos la experiencia desde la punta del facilitador hacia la punta del emisor para que esa transacción efectivamente sea de forma segura y sencilla", señaló.

En el procesamiento transaccional, el banco trabaja en la actualización de sus capacidades de autenticación, mensajería y prevención de fraude para responder al nuevo comportamiento agéntico, históricamente diferentes al de sus clientes: “tenemos que empezar a educar esos motores con patrones diferentes", indicó la ejecutiva.

Por su parte, Getnet concentra su estrategia en resolver el desafío operativo que enfrentarán los comercios cuando múltiples agentes y protocolos comiencen a convivir, sobre todo cuando los agentes interactúen con las plataformas de comercio electrónico y decidan hacer el pago bajo autorización del usuario.

"Cuando un agente ejecuta la compra a nombre de un usuario, nosotros tenemos que, primero, asegurarnos que ese agente fue registrado ante las marcas (...). Después, tenemos que validar que el usuario le dio la potestad a ese agente para comprar a su nombre, con qué parámetros, qué valor, qué límites, etc. Y tercero, tenemos que procesar la transacción", explicó el CEO.

Reducción de costos y conveniencia: impulsores de pagos con IA

Los incentivos económicos claros para consumidores y empresas (19,64 %) y las experiencias de pago más convenientes (17,86 %) son percibidos como los principales catalizadores para la adopción masiva de los pagos agénticos en los próximos tres a cinco años. Ambas opciones sugieren que el éxito de este modelo dependerá menos de la tecnología y más de su capacidad para ofrecer beneficios tangibles como reducción de costos o simplificación de procesos frente a los medios de pago tradicionales.

Llama la atención que la claridad regulatoria (8,93 %) sea la opción menos elegida, lo que indica –una vez más– que la demanda se construye desde el valor, no desde la norma. Además, la industria parece asumir que la regulación terminará adaptándose conforme maduren estos casos de uso.

Pensando en los pagos agénticos, ¿cuál sería el principal impulsor de su adopción significativa en los próximos 3–5 años?



Etiqueta	%
Incentivos económicos claros para consumidores y empresas	19.64
Experiencias de pago significativamente más convenientes	17.86
Estándares robustos de seguridad e identidad digital	14.29
Casos de usos con retorno de negocio demostrado	14.29
Participación de bancos y redes de pagos	12.50
Adopción por grandes plataformas de comercio digital	12.50
Mayor claridad regulatoria	8.93

Pero el desafío técnico aquí se multiplica porque cada actor del ecosistema está desarrollando sus propios estándares de comunicación. Como respuesta, Getnet decidió construir un sistema que automatiza los múltiples componentes para evitar que los comercios tengan que integrarse individualmente a cada protocolo.

"Además de participar en la validación y el desarrollo de esos protocolos, creamos un middleware, un orquestador de protocolos. Entonces, los clientes usan API donde les quitamos toda la complejidad de tener que soportar todos esos protocolos", dijo Franco, mientras añadió que su suite soporta diferentes protocolos (Visa, MasterCard, Google, etc.), los orquesta y los valida de forma automática.

Mantener la relevancia en la siguiente generación de pagos

En el caso de las estrategias comerciales, los actores también difieren en un sentido de forma. Para la vicepresidenta de Davivienda, este frente no cambia de manera sustancial porque el negocio continúa dependiendo del procesamiento de transacciones. Sin embargo, ahora la diferenciación estará determinada por la capacidad de convertirse en el medio de pago preferido dentro de un entorno donde las decisiones serán ejecutadas por un software.

"Nuestro modelo de negocio, al final del día, sigue siendo uno donde nosotros tenemos unas comisiones por transacción procesada en cada una de las puntas, pero lo que tenemos que garantizar es que nosotros seamos ese medio de pago preferido para el consumidor y para el vendedor", detalló Gómez.

La entidad ya está desarrollando los componentes que considera críticos para esa transición, aunque reconoce que buena parte del trabajo dependerá de acuerdos comunes dentro de la industria.

Por el lado de Getnet, la mirada es distinta: el comercio agéntico no solo modificará la forma de pagar, sino que abrirá espacios para nuevos servicios alrededor de la aceptación y procesamiento de pagos.

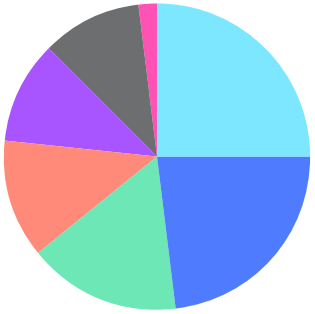
"Esto va a generar nuevos modelos de negocio. Estamos en los primeros días de lo que viene y creemos que el agente de ecommerce va a ser relevante", afirmó el directivo.

Desconfianza y complejidad: obstáculos a los pagos agénticos

Para la industria, el reto con los pagos agénticos estará en la desconfianza de los usuarios (25 %) y la complejidad de integración con la infraestructura financiera (23,21 %). Este hallazgo cobra relevancia al contrastarlo con los principales impulsores (incentivos económicos y una experiencia de pago superior), ya que el reto será convencer a los consumidores y a las empresas de delegar estas decisiones de pago en agentes de IA sin sacrificar confianza. En otras palabras, la tecnología deberá demostrar que agrega valor antes que autonomía.

La falta de incentivos económicos (1,79 %) prácticamente desaparece como barrera, lo que sugiere que la industria no duda del potencial de negocio de los pagos agénticos, pero el reto estará en construir una capa de valor que genere confianza y haga que la automatización sea percibida como una mejora de la experiencia, y no como una pérdida de control.

Pensando en los pagos agénticos, ¿cuál sería el principal obstáculo para su adopción en los próximos 3–5 años?



Etiqueta	%
Desconfianza de los usuarios	25.00
Complejidad de integración con la infraestructura financiera	23.21
Riesgos operativos y de fraude o seguridad	16.07
Incertidumbre regulatoria	12.50
Beneficios insuficientes frente a los métodos de pago actuales	10.71
Debilidad del modelo de negocio para las entidades financieras	10.71
Falta de incentivos económicos para consumidores y empresas	1.79

Pagos con IA:

el reto ya no es la autonomía, sino la confianza



Prakash Lachiramani
Director de Negocios para América Latina y el Caribe, Infosys Finacle

La banca tiene una oportunidad para actuar como la capa de confianza en la que se apoyen los pagos agénticos, sostiene el vicepresidente adjunto para América Latina y el Caribe de **Infosys Finacle**, en entrevista con **iupana**.

La industria está probando pagos autónomos comandados por agentes de IA. Pero la masificación de estas soluciones necesita de datos gobernados, estándares de interoperabilidad y gobernanza de los propios agentes para escalar en la región. Con ello, la eficiencia operativa, la confianza y la responsabilidad de la industria ante estas soluciones podrán sostenerse en un ecosistema donde las máquinas interactúan entre sí y perfeccionan sus capacidades. En entrevista con Prakash Lachiramani, vicepresidente adjunto y director de negocio (Latinoamérica y el Caribe) en **Infosys Finacle**, se analizan los avances tecnológicos y de infraestructura que marcarán la evolución de los pagos inteligentes en América Latina.

1. El sector ha evolucionado de los chatbots a asistentes capaces de ejecutar tareas complejas. ¿Qué avances en IA considera necesarios para que un agente financiero tome decisiones de compra y pago de forma autónoma?

La transición de los chatbots a los agentes que ejecutan tareas supone, en realidad, pasar del lenguaje al criterio. Mientras que un chatbot debe comprender la intención, un agente financiero necesita razonar a través de una secuencia de decisiones —cada una con consecuencias económicas reales— y saber cuándo tiene la confianza suficiente para actuar y cuándo debe delegar la acción. Esa segunda capacidad —la confianza calibrada— es el aspecto que aún debe resolverse.

En la práctica, esto implica que los agentes deben superar el modelo de respuestas aisladas para avanzar hacia una auténtica colaboración multiagente; un sistema en el que agentes especializados se encarguen de distintas fases de una transacción —como la validación, la verificación de riesgos, el enrutamiento y la gestión de excepciones— y se transfieran la tarea de manera fluida. Ya estamos viendo las primeras versiones de este enfoque en la orquestación de pagos: agentes que procesan una transacción de forma secuencial, evaluando el nivel de confianza en cada etapa y derivando automáticamente la operación a un humano siempre que dicha confianza cae por debajo de un umbral determinado. Eso representa un verdadero avance: no se trata de autonomía por el mero hecho de ser autónomo, sino de una autonomía que incorpora una conciencia clara de sus propios límites. Los bucles de retroalimentación son igualmente fundamentales: cada derivación y cada resultado deben servir para perfeccionar la siguiente decisión.

2. ¿Qué capacidades de datos, API e infraestructura deben desarrollar los bancos para participar en un ecosistema donde los agentes negocian y ejecutan transacciones entre sí?

Hoy en día, la mayoría de los bancos cuentan con API que exponen datos. Los ecosistemas basados en agentes requieren API que expongan capacidades: funciones reutilizables y componibles que un agente pueda invocar realmente para llevar a cabo una tarea. Se trata de un desafío de arquitectura significativamente distinto al que plantearon los desarrollos de banca abierta de la última década.

Tres aspectos se vuelven innegociables. En primer lugar, datos limpios, estructurados y estandarizados; la norma ISO 20022 está desempeñando un papel fundamental en este ámbito, ya que los agentes no pueden procesar ni razonar eficazmente con datos de pago desordenados o no estructurados. En segundo lugar, estándares de interoperabilidad para la comunicación entre agentes; protocolos como MCP y A2A son señales incipientes pero importantes de la dirección que está tomando este modelo, pues sin un lenguaje común, los agentes simplemente no pueden negociar más allá de los límites institucionales.

En tercer lugar —y a menudo subestimada—, la infraestructura de gobernanza: cada acción realizada por un agente debe ser auditable a posteriori, no basta con que sea rápida en el momento de su ejecución. Aquellos bancos que consideren la gobernanza como un añadido externo, en lugar de como un principio fundamental de diseño, tendrán dificultades para escalar este modelo de manera responsable.

3. ¿Cree que los pagos mediante agentes generarán nuevos modelos de negocio para los bancos y proveedores de servicios de pago, o simplemente redistribuirán el valor existente en la cadena de valor?

Sinceramente, ambas cosas; pero cuál de ellas predomine dependerá de cómo decidan posicionarse los bancos. Si un banco considera los pagos mediante agentes simplemente como 'la misma transacción, ejecutada más rápido por una máquina', acabará convirtiéndose en un proveedor de servicios genéricos. Ese valor se redistribuirá hacia arriba, recayendo en la plataforma que controle la relación con el cliente a través del agente.

Sin embargo, existe una vía más interesante. Alguien debe actuar como la capa de confianza en la que se apoyen los agentes: verificando la identidad, garantizando la liquidación, asegurando el cumplimiento normativo y mediando en caso de problemas. Es un papel que solo las instituciones reguladas pueden desempeñar de manera creíble, y constituye un negocio genuinamente nuevo: no se trata de 'procesamiento de pagos', sino de una 'infraestructura de confianza para el comercio entre máquinas'.

Ya estamos observando los primeros pasos en esta dirección, desde programas de pago con tokenización hasta plataformas de orquestación diseñadas específicamente para transacciones iniciadas por agentes. Los bancos que desarrollen esa capa de orquestación y confianza descubrirán que los pagos mediante agentes generan valor añadido, en lugar de limitarse a redistribuir el existente.

4. ¿Qué cree que falta para que los pagos mediante agentes pasen de programas piloto a casos de uso masivo en América Latina?

En realidad, América Latina está bien posicionada en un aspecto: las redes de pago instantáneo de la región, como Pix y SPEI, constituyen una de las infraestructuras de tiempo real más avanzadas del mundo. Es una ventaja competitiva real de la que carecen la mayoría de los mercados.

Lo que falta es todo aquello que se construye sobre esa velocidad. Los marcos regulatorios aún no han abordado la cuestión de la responsabilidad: si un agente autónomo realiza un pago erróneo, ¿quién responde por ello? Esa ambigüedad por sí sola impide que la mayoría de los proyectos piloto alcancen una escala masiva. Más allá de la regulación, existe una brecha arquitectónica: los sistemas core de muchos bancos siguen funcionando por lotes o están excesivamente acoplados, lo que dificulta ofrecer las capacidades modulares y basadas en API que exige el comercio impulsado por agentes.

Asimismo, existe una brecha de confianza tanto entre los consumidores como entre las empresas; los pagos mediante agentes solo se generalizarán cuando la gente perciba que las salvaguardas son reales y no meramente teóricas. Resolver el desafío de la velocidad fue la tarea de la década pasada; resolver los aspectos de gobernanza e interoperabilidad es el reto de la actual.

5. Los modelos de IA pueden ejecutar tareas, pero pocos operan en entornos financieros regulados. ¿Cuál considera que es la principal barrera para su adopción?

Ya no es una cuestión de capacidad, sino de responsabilidad. Un modelo puede ejecutar una tarea con competencia y, aun así, resultar inutilizable en un entorno regulado si no puede explicar por qué actuó de determinada manera de forma que satisfaga a un regulador, a un auditor o a un cliente insatisfecho. Se trata de un estándar fundamentalmente distinto al que se exige a la mayoría de los productos de IA para el consumidor.

Las instituciones que están logrando avances reales en este ámbito no buscan una autonomía total; están implementando sistemas de toma de decisiones por niveles, en los que los agentes gestionan de principio a fin los casos rutinarios y de alta certeza, mientras que cualquier situación incierta o de alto riesgo se deriva a un humano, de manera transparente y como parte del diseño.

Ese enfoque híbrido —que combina la velocidad de la máquina con la responsabilidad humana en los puntos críticos— es lo que realmente genera confianza ante los reguladores. Mientras esa capa de gobernanza no se considere un elemento central de la arquitectura, en lugar de un añadido posterior, la mayoría de los modelos de IA seguirán limitados a funciones de asesoramiento o asistencia, en vez de realizar una ejecución propiamente dicha.

Prakash Lachiramani lidera el desarrollo de negocios para América Latina y el Caribe en **Infosys Finacle**, con un enfoque en impulsar una interacción significativa con los clientes y la transformación digital. Gestiona un equipo de ejecutivos de relacionamiento comercial, al mismo tiempo que fortalece relaciones estratégicas con bancos de nivel Tier 1 en toda América Latina y el Caribe.

De rieles de pago

a depósitos tokenizados: a dónde va el negocio de las stablecoins

Aunque la adopción institucional de las stablecoins en América Latina aún está en una etapa temprana, la conversación ya comienza a ir más allá de los pagos. El interés de los actores financieros se desplaza hacia el potencial de su infraestructura para tokenizar depósitos, ampliar la oferta de productos financieros y redefinir la gestión de la liquidez.

Mientras algunas instituciones bancarias en Latinoamérica estudian las capacidades de las monedas estables para hacer más eficientes y simples los pagos transfronterizos, en los entretelones también se discute la próxima ventaja de valor que ofrece su infraestructura tecnológica: los depósitos tokenizados. El instrumento permitirá a la banca trasladar a blockchain uno de los pilares de su modelo de negocio para conservar la relación con el cliente y la captación de liquidez.

El dominio de USDT y USDC en el mercado global de stablecoins (63% y 26% respectivamente) hoy perfila un potencial desafío para la industria financiera en cuanto a la liquidez estructural o composición de los balances, gobernado principalmente por la falta de control de estos pasivos.

No por nada la industria en la actualidad afirma que “el negocio está en la custodia", como dijo a **iupana** Juan Pablo Herrera, chief product officer y cofundador de Wenia en referencia al que, a su juicio, será el verdadero potencial económico de la infraestructura del dólar digital.

El especialista menciona que la administración de las reservas que respaldan esos instrumentos y la posibilidad de desarrollar nuevos productos financieros sobre ellas adquieren relevancia. "Hoy el negocio está fragmentado porque todos están viendo que dejarle la custodia de la reserva a un solo jugador hace que ese jugador tome decisiones sobre los rendimientos y la forma en que se invierte ese capital", explicó.

Con ese objetivo, Wenia lanzó este año USDW, un dólar digital respaldado uno a uno con la moneda estadounidense. Pero más allá de ofrecer una stablecoin propia, la estrategia apunta a administrar directamente la reserva que la respalda y utilizar esa capacidad para desarrollar nuevos esquemas de incentivos, interoperabilidad con otros activos de la misma naturaleza y productos financieros.

"Hoy es una ventaja tener el control de la captación de liquidez para que el flujo termine donde se necesita. Sin embargo, a medida que la infraestructura de stablecoins se convierta en un commodity, la ventaja estará en quien sepa construir el producto sobre esa infraestructura", sostuvo Herrera.

Otra empresa que también decidió emitir su propia stablecoin fue Bitso Bussines, brazo corporativo de la exchange, que el año pasado facilitó la moneda estable MXNB, vinculada uno a uno al peso mexicano. “Si eventualmente alguien quiere que el pago se le liquide en pesos mexicanos, se necesitará que esa stablecoin de peso mexicano tenga muy rápida la conexión al SPEI para poder liquidar en pesos mexicanos”, dijo a **iupana** Blanca Sañudo, gerente de operaciones de Bitso Business.

La empresa emitió este activo con la intención de facilitar pagos transfronterizos a sus clientes empresariales con el objetivo de hacerlos más eficientes en tiempo y costos. Sin embargo, el negocio de mover dinero está migrando hacia algo más estructural y orientado a la cadena de valor de la industria: la tesorería corporativa, una muestra más del viraje comercial y de valor que interesa a la industria.

Sañudo adelantó que Bitso Business está analizando cómo “ser un partner para efectos de tesorería, mejorar partes del reporting y ofrecer herramientas de conciliación”. Además, la ejecutiva dijo que esta propuesta forma parte natural de los rieles globales de pago que están habilitando en Latinoamérica y, desde hace poco, en Asia.

¿Un nuevo nivel de capacidades?

Si nos vamos a Perú, la premisa es la misma: los depósitos tokenizados pueden ser la diferencia estratégica que permite incorporar las capacidades demostradas por las stablecoins, lo que incluye transferencias programables, liquidación casi inmediata e interoperabilidad con otros activos estables.

A ello se dirige el Banco de Crédito del Perú (BCP) que ve en el depósito bancario tradicional, utilizando tecnología blockchain, una capacidad para conservar la relación cliente-banco. Pero su entrada a este concepto es, por lo pronto, a través del sandbox regulatorio de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) con Criptococos, una solución que explora la compra y venta de USDC bajo un entorno controlado. Sin embargo, para el banco, el aprendizaje obtenido durante ese proceso ya trasciende el caso de uso inicial.

"Ahora estamos con unas capacidades ya construidas, mirando muy de cerca las stablecoins en dos frentes: que nos sirvan como modelo para tokenización de depósitos (...) y validar directamente si una stablecoin termina siendo más eficiente para pagos cross-border", explicó Lenin Tarrillo, líder en blockchain y activos digitales del BCP.

Si una moneda estable representa un dólar digital sobre blockchain, el mismo modelo puede utilizarse para representar depósitos bancarios y habilitar nuevos servicios financieros sobre esa infraestructura.

"Si una stablecoin básicamente es un dólar digital, el modelo puede servir para tokenizar depósitos. Y a ese modelo tecnológico, ¿cuál es el valor desde un punto de vista de servicio financiero?, es decir, ¿qué le trae al banco y qué le aporta al ecosistema?", planteó Tarrillo.

En otras palabras, el interés no está únicamente en digitalizar el dinero, sino en aprovechar esa infraestructura para transformar la manera en que potencialmente la entidad podría administrar liquidez, ejecutar operaciones y desarrollar nuevos productos.

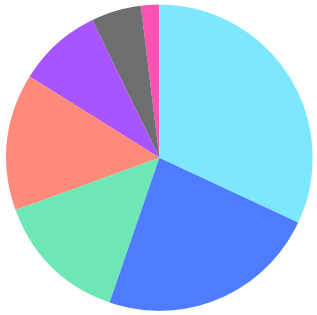
Ese razonamiento coincide con la visión de Wenia. Para la compañía, los depósitos tokenizados permiten trasladar al mundo digital activos que tradicionalmente permanecían inmóviles, ampliando las posibilidades, por ejemplo, de inversión y financiamiento.

¿Monedas estables interoperables? Así lo demanda la industria

La industria fue clara al elegir que la interoperabilidad limitada entre redes y plataformas (32,14 %) es el principal obstáculo para la adopción de los stablecoins como infraestructura de pagos.

El resultado complementa la pregunta anterior, donde la integración con los sistemas financieros tradicionales aparecía como el principal impulsor de su adopción. En conjunto, ambas respuestas reflejan un mismo desafío: las stablecoins aún operan en ecosistemas tecnológicos distintos a los de los sistemas de pagos convencionales, lo que dificulta mover valor de forma fluida entre redes blockchain, bancos y procesadores de pagos.

Pensando en las stablecoins como infraestructura de pagos, ¿cuál sería el principal obstáculo para su adopción en los próximos 3–5 años?



Etiqueta	%
Interoperabilidad limitada entre redes y plataformas	32.14
Incertidumbre regulatoria	23.21
Casos de uso insuficientemente demostrados	14.29
Integración limitada con sistemas financieros tradicionales	14.29
Riesgos operativos y de seguridad	8.93
Demanda empresarial limitada	5.36
Percepción ligada a riesgo criptoactivos	1.79

"Lo que podría habilitarse con eso es inversión transparente y segura. Uno puede saber que tiene la capacidad de redimir cuando lo necesite, y además los depósitos tokenizados son transferibles", explicó Herrera.

Esa característica abre capacidades que van más allá de los pagos. Un depósito tokenizado puede utilizarse como base para nuevos esquemas de financiamiento corporativo, emisiones de deuda, programas de inversión o mecanismos de liquidez que resultan difíciles de implementar bajo la infraestructura financiera tradicional.

“Cuando una empresa emite deuda, como lo hacen algunos países vía bonos del tesoro, los privados también pueden hacer cosas similares con los depósitos que tienen custodiados, y ahí la emisión tiene un componente financiero super poderoso. Si eso lo atamos a los productos financieros, se empieza a crear un ecosistema de productos vía esos tokens que antes no tenían la flexibilidad por temas regulatorios “, agregó Herrera.

Un cambio de paradigma

La actuación de grandes corporativos en LatAm refleja un cambio profundo en la forma en que las instituciones comienzan a valorar esta tecnología, aunque también a prever un escenario que ya se mueve con fuerza hacia el norte de la región.

“Los grandes bancos de Estados Unidos lo están haciendo [emitiendo monedas estables] porque están perdiendo la capacidad de captar, se están quedando ilíquidos y les está costando mucho más comprar efectivo que mantener su reserva”, explicó Herrera de Wenia.

Estudios recientes ya han esquematizado el problema: cuando el dinero migra de los depósitos bancarios hacia las stablecoins, los bancos pierden liquidez y capacidad de fondeo. Además, en Estados Unidos gran parte de esos recursos terminan invertidos en bonos del Tesoro, en lugar de permanecer en el sistema bancario, lo que acentúa la desintermediación financiera.

JP Morgan, por ejemplo, creó JPM Coin para que sus clientes corporativos puedan realizar pagos digitales instantáneos y transfronterizos sin salir del ecosistema del banco. Así mantiene los depósitos, la liquidez y los servicios asociados dentro de su propia infraestructura, en lugar de que esos flujos migren a stablecoins emitidas por terceros. El BCP es uno de sus clientes, mientras que los bancos argentinos también han mostrado interés en dicha infraestructura.

Stablecoins: el valor ya es reconocible, el reto es la integración

El ecosistema financiero en LatAm coincide en que la integración con los sistemas financieros tradicionales (41,07 %) será el principal impulsor para que las stablecoins se consoliden como infraestructura de pagos para el final de la década. Si bien las monedas estables ofrecen liquidación inmediata sobre redes blockchain, la mayoría de los bancos continúa operando sobre sistemas diseñados para dinero bancario, además que los marcos regulatorios para integrar stablecoins todavía no han mostrado claridad al respecto.

Entonces, más que reemplazar la infraestructura actual, las stablecoins deberán convertirse en una nueva capa de liquidación capaz de coexistir con las redes tradicionales.

Pensando en los stablecoins como infraestructura de pagos, ¿cuál sería el principal impulsor de su adopción significativa en los próximos 3–5 años?



Etiqueta	%
Integracion con sistemas financieros tradicionales	41.07
Liquidación de pagos en tiempo real	19.64
Mayor claridad regulatoria	16.07
Mayor demanda por parte de empresas globales	8.93
Estándares comunes para pagos con stablecoins	8.93
Casos de uso con retorno de negocio demostrado	5.36

La regulación como principal cuello de botella

Pese al interés creciente, todas las instituciones consultadas coinciden en que la velocidad de esta transformación dependerá, en buena medida, del desarrollo regulatorio. Hoy, en muchos mercados latinoamericanos, un usuario que desea convertir una stablecoin en moneda local todavía debe recurrir a mercados P2P o a procesos poco estandarizados, lo que introduce fricciones operativas y riesgos de fraude.

"Si la SBS admite que los bancos puedan operar bajo ciertos límites o parámetros en el mercado de stablecoins, el siguiente paso es que los bancos constituyan rampas seguras, integradas al ecosistema de stablecoin, de tal manera que eso termine habilitando también la usabilidad de estos activos en las billeteras y el acceso más fácil y seguro a ellos", explicó Tarrilo del banco peruano.

Aun así, ninguna de las entidades considera que esa incertidumbre frene completamente la innovación. Para Herrera de Wenia, la región ya demuestra que las stablecoins pueden ganar adopción, incluso antes de que exista regulación específica. Lo que hará la regulación será acelerar la entrada de grandes corporaciones, especialmente de aquellos que requieren mayor certeza jurídica para administrar su tesorería o invertir en nuevos instrumentos financieros.

"Los grandes corporativos todavía esperan ese guiño regulatorio para empezar a mover volúmenes importantes", afirmó Herrera.

Pero... ¿dónde quedan los pagos con stablecoins?

Mientras la regulación y el uso de estos activos madura en la región, los pagos internacionales seguirán siendo el principal catalizador de adopción durante los próximos años.

"Van a ser un riel independiente alternativo que estará constantemente retando a los servicios que puedan proponer los rieles tradicionales", sostuvo Tarrillo del BCP. Pero el banco no anticipa un escenario de sustitución, sino uno donde ambos modelos terminarán integrándose mediante rampas seguras operadas por bancos, exchanges y otros actores regulados.

Esa visión también es compartida por Wenia. Para la compañía, la ventaja competitiva que hoy representa emitir un activo digital tenderá a reducirse conforme la infraestructura madure y se estandarice. El diferencial dejará de estar en la stablecoin misma y pasará a los productos construidos sobre ella.

"Hoy, el emisor del activo digital tiene la ventaja. Mañana la tendrá quien sepa construir el producto independientemente del activo emitido", resumió Herrera.

Si la primera generación de stablecoins demostró que era posible mover valor de manera eficiente sobre blockchain, la siguiente buscará demostrar que esa misma tecnología también puede convertirse en la base de una nueva arquitectura para los servicios financieros. “Es cuestión de madurez”, remataron desde Wenia.

La rentabilidad

de los pagos A2A migra hacia el ecosistema empresarial

La gratuidad de los sistemas de pagos empuja a la industria a dibujar nuevas líneas de negocio para sostener el volumen transaccional, mientras se equilibra la experiencia y se explotan mayores casos de uso, sobre todo en pequeños comercios.

Los bancos, billeteras y otros participantes del sistema financiero buscan otras fuentes de ingresos para rentabilizar los pagos cuenta a cuenta (A2A), un modelo de transferencia que ha ganado volumen y aceptación. Las pymes se perfilan como el siguiente horizonte para captar masa crítica de aceptación e información, en una apuesta que combina servicios financieros y capacidades que solo el pago A2A abre. Sin embargo, esa transición también pondrá a prueba la sostenibilidad de un modelo que depende de mantener la gratuidad o los bajos costos mientras se consolida la adopción.

La masificación de los pagos digitales, impulsada por la proliferación de billeteras, empujó en los últimos años el uso de estos instrumentos para realizar pagos persona a persona (P2P). Pero la urgencia por monetizar estas transferencias electrónicas plantea nuevos movimientos para la industria: migrar hacia los pagos empresariales, aprovechar el volumen transaccional para desarrollar otros productos e impulsar la aceptación de estos pagos en pequeñas empresas a la vez que se promueven ecosistemas financieros más completos en torno a ellas.

La justificación de estos nuevos vértices de negocio surge de un sacrificio de por medio: la reducción de márgenes de rentabilidad por un servicio P2P gratuito. De allí que la apuesta de la industria sea transformar esa gratuidad en una estrategia de crecimiento, con volumen de operaciones y diversificación de servicios que genere ventajas para redimir los recursos invertidos y garantizar los ingresos.

"El mundo empresarial toma una relevancia muy grande porque, evidentemente, todos quieren rentabilizar por ese lado lo que no se pudo rentabilizar en el mundo de personas", dijo Juan Diego Jaramillo, vicepresidente de ACH Colombia, que ya implementó este año el modelo cuenta a cuenta en pagos empresariales.

Jaramillo explicó a **iupana** que los pagos cuenta a cuenta no representan una "fuente inmensa de recursos", sino apenas un medio "justo" para su manejo en términos del punto de equilibrio de las organizaciones.

"La apuesta que estamos teniendo desde ACH es el mundo empresarial, donde entendemos que para muchas pymes esta es una solución bien importante porque está 24/7 y tienen la disposición de sus recursos en tiempo real", señaló el directivo en referencia a la gestión de caja corporativa para dispersiones de nómina, pagos a proveedores y liquidación de facturas de forma instantánea.

Ecosistema como segundo frente de acción.

El foco empresarial también es parte de la estrategia que persigue Peigo, la billetera del Banco de Guayaquil en Ecuador. El negocio está armando una serie de productos y servicios financieros para pequeños comercios, con el fin de apalancar el crecimiento de estos en el espacio digital, a medida que aceptan pagos cuenta a cuenta.

“Nuestra prioridad es mejorar los pagos cuenta a cuenta de cara a la experiencia y la única forma es teniendo un ecosistema que aglomere varias funcionalidades que los clientes necesiten en su día a día. Uno de ellos es realizar pagos C2B. Estamos especializándonos en ello”, dijo a **iupana** Alejandro Castro, operations and customer success lead en Peigo.

La apuesta refleja un cambio de lógica: en lugar de buscar ingresos en cada transferencia, la billetera quiere ampliar la cantidad de servicios alrededor del pago para mantener a los comercios dentro de su infraestructura financiera. Es por ello que la estrategia de Peigo incluye pagos a proveedores, programas de fidelización y una red de corresponsales no bancarios para conectar el mundo físico con el digital.

“Nosotros estamos buscando un ecosistema en donde los negocios crezcan de forma digital, apalancando pagos a proveedores”, explicó Castro. Desde esa perspectiva, el éxito del modelo radica en que esa puerta de entrada se convierta en una capacidad para capturar más interacciones económicas alrededor de la pyme.

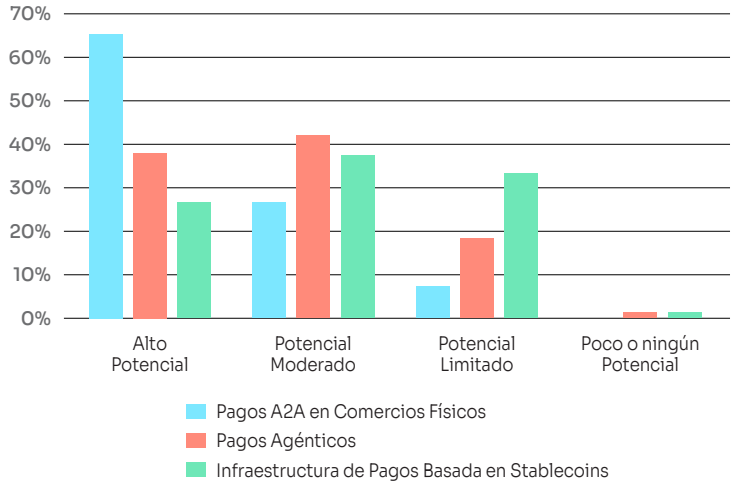
Una lógica similar sigue Yape, la billetera del Banco de Crédito del Perú (BCP). La billetera peruana ha convertido los pagos en una ventana para desplegar nuevas verticales de negocio que van desde el comercio electrónico hasta servicios financieros.

“La oportunidad de negocio está en las varias líneas de negocio, como el retail, los préstamos y otros servicios financieros donde finalmente la transaccionalidad lo que da es data. Los fees vienen bajando, pero los pagos para Yape es un negocio de volumen y todavía hay bastante por crecer en el mercado peruano”, dijo Claudia Silva, head de pagos de Yape.

Los pagos A2A encabezan las expectativas de adopción

La encuesta de **iupana** muestra una clara apuesta de la industria por los pagos cuenta a cuenta (A2A), ya que el 64,29 % de los encuestados considera que tendrán un alto potencial de adopción en los próximos tres a cinco años, muy por encima de los pagos agénticos (35,71 %) y la infraestructura basada en stablecoins (26,79 %). El resultado confirma que los modelos A2A seguirán escalando gracias al avance de los pagos inmediatos, la interoperabilidad y la búsqueda de alternativas más eficientes frente a las tarjetas.

¿Cómo evalúas el potencial de adopción de las siguientes tecnologías de pago en los próximos 3–5 años? (Alto potencial / Potencial moderado / Potencial limitado / Poco o ningún potencial)



Data como reemplazo de comisiones

Cuando el pago deja de ser una fuente importante de ingresos, el activo más valioso pasa a ser la información que genera la transaccionalidad. En Yape, esa premisa ha llevado a que la expansión del negocio se enfoque en el desarrollo de nuevos productos sobre la base del comportamiento financiero de sus usuarios.

Los pagos con QR se han vuelto, prácticamente un estándar en Perú (con un crecimiento del 74% entre el 2024 vs. 2025). El valor económico migra hacia la capacidad de utilizar la información generada por millones de transacciones para desarrollar ofertas más precisas de crédito, consumo o fidelización, una capacidad que el negocio explota a través de Yape Empresas.

Pero la aceptación masiva de Yape no ha sido fácil. Silva sostiene que se han esforzado por ofrecer una solución simplificada que sea capaz de sostener un crecimiento basado en la confianza. Por ello, su estrategia general fue centrarse en sumar mayores casos de pago directamente en el aplicativo, reuniendo una mayor oferta de servicios disponibles sin salir del ecosistema.

Además, la billetera del BCP migró estas capacidades de la aplicación a las plataformas de comercio electrónico más habituales como Shein, Temu y Rappi, donde figuran botones de pago directo que son fácilmente enrolados con la credencial del usuario (número de celular). En esa línea, la billetera mantiene una exploración constante de otras necesidades de pago y compra que puedan resolverse dentro y fuera de la app.

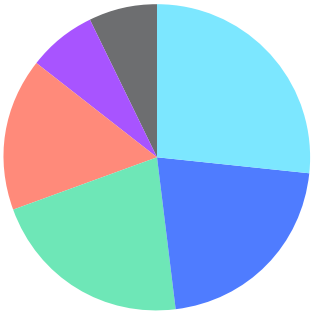
“Nuestra tendencia es a los pagos porque es lo que más hace Yape y nació como una billetera digital, pero sería interesante entender dónde podríamos empezar a jugar ese rol y lograr lo que hemos logrado con los pagos digitales en alguna otra necesidad de los peruanos”, detalló la head de pagos.

UX para escalar pagos A2A

Los resultados muestran que ofrecer una experiencia de pago comparable o superior a la de las tarjetas (26,79 %) será el principal impulsor para acelerar la adopción de los pagos cuenta a cuenta en los próximos años. Para desplazar a las tarjetas, los esquemas A2A deberán igualar o superar atributos como la rapidez, la simplicidad, la aceptación y la confianza del sistema.

Este resultado también explica por qué los menores costos de aceptación para los comercios (21,43 %) aparecen en segundo lugar, perfilándose como una condición necesaria para incentivar la aceptación en los comercios, pero no suficiente si la experiencia del usuario no acompaña.

Pensando en los pagos cuenta a cuenta (A2A), ¿cuál sería el principal impulsor de su adopción significativa en los próximos 3–5 años?



Etiqueta	%
Experiencias de pago comparables o superiores a las tarjetas	26.79
Menores costos de aceptación para los comercios	21.43
Infraestructura interoperable entre bancos y billeteras	21.43
Adopción por grandes comercios y plataformas digitales	16.07
Beneficios de negocio claramente demostrados	7.14
Estándares robustos de seguridad e identidad digital	7.14

La discusión pendiente: quién paga la infraestructura

Mientras la industria explora nuevas fuentes de ingresos, otro debate comienza a ganar espacio: la sostenibilidad económica de la infraestructura que soporta los pagos inmediatos.

La presión competitiva ha llevado a que muchas transferencias entre personas sean gratuitas o tengan costos marginales, lo que limita la posibilidad de recuperar las inversiones realizadas en tecnología, operación y ciberseguridad.

Desde Colombia, ACH advierte que esa discusión todavía está abierta, especialmente a medida que los pagos empresariales entren en marcos regulatorios más amplios.

“Si esto se regula más adelante en empresas, ¿cómo quedan esas tarifas de cara a la sostenibilidad de las compañías? Porque también es cierto que hay un esfuerzo muy grande de los bancos en toda la disposición de tecnología y de gente para que al final no haya un equilibrio entre lo que se entrega y lo que se recibe en ingresos”, sostuvo Jaramillo de ACH Colombia.

En Ecuador, Peigo también considera que el desarrollo del modelo requerirá revisar la estructura de incentivos económicos entre los distintos participantes de la cadena de pagos.

“Deben regularse las comisiones, tanto de emisor a adquirente, en base a esta nueva modalidad [A2A] para garantizar que exista un ecosistema sostenible, sobre todo para un micro segmento de clientes que son los no bancarizados, los que recién están ingresando, a fin de tener variaciones en las comisiones, como un incentivo para impulsar este método de pago”, indicó Castro.

Así, cuanto más exitosos son los pagos inmediatos en reducir costos para usuarios y comercios, mayor es la presión sobre los ingresos de quienes financian la infraestructura tecnológica que hace posible esas transacciones. Por lo pronto, mientras la industria explora y navega este nuevo instrumento, voceros admitieron que es “toda una incógnita” cuáles serán finalmente los casos de uso que rentabilizarán la masa transaccional sin comisiones, según apuntó Jaramillo de ACH.

Pagos A2A: prevención del fraude definirá su futuro

Los riesgos operativos y de fraude (23,21 %) son percibidos como el principal obstáculo para la adopción de los pagos cuenta a cuenta. Este resultado conversa con la base impulsora de mejorar la experiencia de pago, la cual también deberá estar respaldada por mecanismos de prevención del fraude capaces de generar el mismo nivel de confianza que ya goza el segmento de las tarjetas.

Para que los pagos A2A alcancen una adopción masiva, la industria deberá demostrar que es posible combinar menores costos y una mejor experiencia de usuario con capacidades robustas de gestión del fraude, monitoreo en tiempo real y protección del consumidor.

Pensando en los pagos cuenta a cuenta (A2A), ¿cuál sería el principal obstáculo para su adopción en los próximos 3–5 años?



Etiqueta	%
Riesgos operativos y de fraude	23.21
Baja aceptación en comercios	19.64
Experiencias de pago inferiores a las tarjetas	16.07
Resistencia de los consumidores a cambiar sus hábitos de pago	16.07
Fragmentación e interoperabilidad limitada	14.29
Debilidades del modelo de negocio para las entidades financieras	8.93
Other: Fiscalización de pequeños comercios	1.79

Más allá del procesamiento:

adquirentes ven valor en la IA para la gestión empresarial y personalización comercial

Adquirentes en la región exploran cómo usar la inteligencia artificial para ampliar su posición en la cadena de valor. La experiencia, los servicios diferenciados y la explotación de la data son algunas capacidades que direccionan la siguiente evolución de este segmento.

Los adquirentes latinoamericanos lo tienen claro: el activo del negocio ya no es la conexión con las redes de tarjetas o las plataformas con múltiples formas de pago. Voceros de de este segmento dijeron a **iupana** que ahora el enfoque está en usar la inteligencia artificial (IA) para aprovechar los datos generados de las operaciones y así actuar como asistentes comerciales para la expansión de los negocios.

Así, el rol del adquirente tradicional en América Latina se desplaza hacia el de un actor que ofrece soluciones de gestión, reportes comerciales, análisis de ventas y capacidades de inteligencia adaptadas a cada negocio. En medio de las innovaciones, el reto de ofrecer servicios complementarios va en línea con mantener relevancia en una industria donde las nuevas dinámicas de pagos y la competencia ejercen presión para diferenciarse.

“La evolución de los terminales de pago es el resultado de la convergencia de varios avances tecnológicos en los últimos años [...] El paso más reciente en esta evolución es la incorporación de IA generativa directamente en el terminal de pago”, explicó a **iupana** Ángelo Russomanno, director de gestión de efectivo y redes en Itaú Unibanco Empresas.

El directivo resaltó que el crecimiento en el procesamiento de pagos ha llevado a la industria a realizar mejoras en la conectividad, disponibilidad y adopción de arquitecturas basadas en la nube, que son tan solo algunos de los despliegues tecnológicos que han marcado la antesala evolutiva de la adquirencia en la región. Además, los avances en IA generativa también han cambiado la dinámica de innovación y competencia en la industria, transformando los servicios y la experiencia, como el uso de comandos por voz en las terminales de venta.

Otros actores en la región coinciden con esta premisa, como Lucas Medola, group CFO de Kushki LatAm, quien mencionó que la IA también es la base de sus estrategias tecnológicas desde hace unos años, sobre todo en el despliegue de la “agentificación” que facilitó su capacidad de procesamiento, seguridad y latencia. Ahora, el siguiente paso será llevar las capacidades online de Kushki hacia las terminales de venta físicos.

“Decidimos lanzar este terminal con capacidad de omnicanalidad plus IA. [...] El nivel de sofisticación y tecnología será nuevo para la región”, aseguró Medola. Adelantó que este lanzamiento contará, para empezar, con analytics e insights, herramientas de conciliación, reportería y manejo de unidades de mantenimiento de stock. Kushki incorporará todos esos elementos en sus terminales para el Q3 de este año.

De la aceptación de pagos a la inteligencia comercial

El siguiente paso en la evolución de la adquirencia convertirá las terminales de pagos en el principal punto de interacción entre el comercio y una nueva generación de servicios financieros. Jhon Siesquen, jefe de proyectos de TI de Payment Latam, mencionó que la oportunidad está precisamente en esa evolución.

"El valor agregado es analizar la información de los comercios, como los horarios y tickets promedio de operación. Esta información se le otorga al cliente para que pueda mejorar sus campañas comerciales y tomar decisiones estratégicas de su negocio", explicó.

La siguiente etapa consiste en que ese análisis deje de depender exclusivamente de dashboards tradicionales y sea interpretado por modelos de inteligencia artificial capaces de contextualizar la información. El objetivo ya no sería únicamente mostrar métricas, sino traducirlas en recomendaciones específicas para cada comercio.

"Nuestro principal método es, primero, tener la funcionalidad bien hecha. El siguiente paso es analizar, con toda esta data, cuáles serían las necesidades de nuestros usuarios para personalizar algún uso utilizando respuestas de IA, de modo que ya no sea solo el análisis de nosotros como programadores, sino que la IA pueda personalizar una respuesta", señaló el ejecutivo mientras adelantó sus planes de incorporar estas funcionalidades y capacidades en su próxima terminal de pago a lanzarse este año en Perú.

Ese cambio de paradigma también aparece en la estrategia de Itaú. Si bien la entidad comenzó incorporando comandos de voz en sus terminales, el banco considera que esa funcionalidad representa apenas la puerta de entrada hacia una plataforma mucho más amplia de servicios.

Según Russomanno, la idea es que la IA sea capaz de asistir al comerciante durante toda la operación diaria del negocio y no únicamente durante el momento del cobro. "La interacción por voz es solo el primer paso de esta evolución. De cara al futuro, vemos el potencial de que la inteligencia artificial apoye a los comerciantes en múltiples aspectos de sus operaciones: desde responder consultas operativas y ofrecer información clave sobre el rendimiento

La IA acelera su madurez en la industria de pagos

La IA aplicada a pagos está entrando en una etapa de madurez dentro de la industria. El nivel de preparación intermedio (28,57 %) es la respuesta más frecuente entre los ejecutivos consultados, seguido por un 25 % que considera que su organización ya se encuentra en una fase avanzada de preparación para adoptar tecnologías con base en IA. El panorama sugiere que bancos, fintechs y empresas de pagos están dejando atrás las pruebas de concepto para concentrarse en la incorporación progresiva de capacidades de IA en sus procesos y productos.

Uno de los frentes más visibles es la incorporación de IA generativa en las terminales de punto de venta (TPV), donde la inteligencia de datos empieza a utilizarse para personalizar la experiencia del comercio y generar recomendaciones de negocio en tiempo real.

¿Qué nivel de preparación tiene actualmente su organización para adoptar tecnologías basadas en inteligencia artificial aplicada a pagos?



Etiqueta	%
Intermedia	28.57
Avanzada	25.00
Inicial	19.64
No hemos iniciado iniciativas relevantes	17.86
Muy avanzada	8.83

del negocio —como informes diarios de ventas— hasta recomendar acciones que ayuden a optimizar los resultados. ", adelantó.

Para Kushki, el despliegue de sus agentes de IA también ha permitido acelerar el desarrollo de productos, como Kushki One, su próxima terminal física que incorpora soluciones y capacidades potenciadas con inteligencia artificial, permitiendo explotar el activo de la data, convirtiendo millones de transacciones en información útil.

"Con un nivel de información tan detallado podemos empezar a trabajar con el comercio para que entienda cómo van sus ventas o cómo conseguir un mejor performance en las tasas de aprobación en tiempo real. Nos gustaría compartir esa inteligencia para que puedan manejar mejor sus inventarios, priorizar campañas de descuento y mejorar sus resultados", subrayó el CFO de Kushki.

Nuevas fuentes de ingresos y una competencia basada en software

La transformación de la terminal de pago también anticipa un cambio estructural en el modelo económico de la adquirencia: la IA está abriendo la puerta a que la nueva generación de servicios pueda monetizarse de forma independiente.

En Itaú consideran que esta transición responde a una transformación más amplia del papel que desempeñan las instituciones financieras dentro de las empresas. Los pagos seguirán siendo el punto de entrada, pero dejarán de ser el producto principal.

"La creación de valor trasciende el procesamiento de transacciones para abarcar la eficiencia operativa, el acceso a información práctica, la gestión financiera y las capacidades de apoyo a la toma de decisiones. Esta evolución acerca los servicios financieros a las necesidades reales de las empresas, al tiempo que genera una diferenciación significativa", afirmó Russomanno de Itaú Unibanco Empresas.

Por su parte, en Kushki la hoja de ruta contempla incorporar progresivamente nuevos servicios financieros apoyados en la infraestructura que ya utilizan miles de comercios. Además de las herramientas de reportería y conciliación previstas para los próximos meses, la compañía trabaja en capacidades de cash management, adelantos de capital, préstamos en alianza con entidades financieras e incluso pagos internacionales soportados por stablecoins, de acuerdo con Medola.

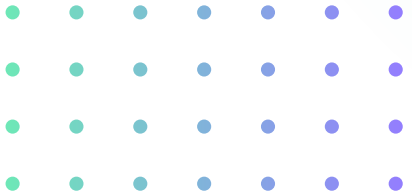
La monetización, sin embargo, no dependerá únicamente de vender nuevos productos financieros. Si un adquirente logra identificar patrones de consumo o anticipar necesidades de liquidez, deja de competir únicamente por precio y comienza a participar directamente en el crecimiento del negocio de sus clientes.

"Esa inteligencia ayuda a los comercios a mejorar ventas, entender las conversiones de sus productos y hacer una gestión mucho más personalizada. Cuando se brinda ese tipo de inteligencia para el comercio, incluso se puede negociar la tasa de intercambio", señaló el directivo de Kushki.

El mismo principio aplica para Payment Latam. Desde la compañía consideran que la IA permitirá fortalecer un activo que históricamente ha sido determinante para la adquirencia: la confianza.

"Queremos llevarlo a otro nivel, que sería la familiarización y la humanización de las máquinas. Vamos a ofrecer un producto mucho más completo, con un servicio muy personalizado para cada empresa y para cada tipo de negocio", afirmó Siesquen.

Con estas estrategias, el mercado de la adquirencia en la región busca convertirse en un socio tecnológico durante toda la operación diaria del establecimiento. Para lograrlo, la infraestructura tecnológica será tan importante como la experiencia final del usuario.



Sobre Nosotros

Este informe fue elaborado por **iupana**, con el apoyo de **Infosys Finacle**

Sobre iupana

iupana es el servicio de información especializado en banca digital, fintech y pagos en América Latina. Producimos periodismo original y de investigación exclusiva, distribuido a través de newsletters, para que los líderes del sector entiendan las oportunidades, riesgos y tendencias que definen su industria.

Complementamos esa cobertura con eventos exclusivos que reúnen a los principales tomadores de decisión de la región, generando espacios de networking de alto nivel.

Ejecutivos de banca, fintech y pagos confían en **iupana** no solo para informarse, sino para conectar con quienes están moviendo la industria.

Más información: https://www.iupana.com

Sobre Infosys Finacle

Infosys Finacle es un líder de la industria en soluciones de banca digital. Nos asociamos con instituciones financieras emergentes y consolidadas para ayudarles a impulsar una mejor experiencia bancaria. Nuestra suite de soluciones nativas en la nube y nuestros servicios SaaS permiten a los bancos interactuar mejor con sus clientes, innovar, operar y transformarse de manera más eficiente, escalando su transformación digital con confianza.

Las soluciones de Finacle cubren las necesidades de las instituciones financieras en sistemas core, créditos, experiencia digital, pagos, gestión de efectivo, gestión patrimonial, tesorería, analítica, inteligencia artificial y blockchain.

Bancos en más de 100 países confían en Finacle para ayudar a más de mil millones de personas a ahorrar, pagar, acceder a crédito e invertir de manera más eficiente.

Más información: https://www.edgeverve.com/finacle

iupana™

Infosys® | Finacle

Innovación en Pagos

en América Latina

