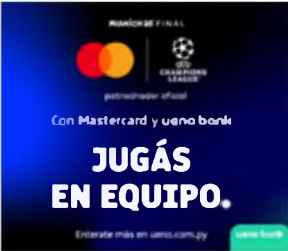




MARTES
18 DE
MARZO
DE 2025
AÑO 2
N° 724



SEMANA DE MARKETING



SALES LEADER EN FENICIO ECOMMERCE



PABLO HARO:

“El retail en Paraguay está en su mejor momento y en plena fase de desarrollo”



VERÓNICA ORTEGA:

“LA CLAVE ESTÁ EN IDENTIFICAR QUÉ NEGOCIO REPRESENTAMOS Y CON QUÉ VALORES NOS QUEREMOS ASOCIAR”

PÁG. 6

Durante el evento Top of Mind 2025, organizado por 5Días, destacados referentes del mundo empresarial compartieron valiosas experiencias en diversos temas como: e-commerce, estrategias para gestionar y escalar un conglomerado de empresas con éxito, liderazgo de alto rendimiento para formar equipos excepcionales, entre otros.

El encuentro, que reúne a influyentes líderes y expertos, continúa hoy y mañana, consolidándose como uno de los eventos empresariales más importantes del país. Con un enfoque en innovación y crecimiento, Top of Mind 2025 promete seguir ofreciendo valiosas herramientas para el desarrollo del ecosistema corporativo.

Pág. 4



LA MAYOR GAMA DE VEHÍCULOS ELECTRIFICADOS DE LUJO DEL PAÍS



LEXUS
EXPERIENCE AMAZING

Fomentar la confianza, el debate y la disidencia



JUSTO BÁEZ
SOCIO DE PWC PARAGUAY / DIRECTOR
DE PWC ACADEMY PARAGUAY



La confianza depende de la transparencia y de una cultura de decisión colegiada y de equipo. Los equipos de liderazgo corporativo pueden ayudar a los ejecutivos"

Aunque los ejecutivos buscan opiniones honestas, inevitablemente se encuentran rodeados de personas que pueden dudar en ofrecerlas. Después de todo, ¿quién quiere contradecir a su jefe? Es una circunstancia que lleva a decisiones deficientes basadas en información faltante o incompleta. Romper con la cámara de resonancia ejecutiva implica abrir una amplia red de puntos de vista contradictorios y asegurarse de que los cuestionamientos al pensamiento ejecutivo no solo sean permisibles, sino también alentados.

Ninguna de estas cosas es posible sin sólidos mecanismos internos de retroalimentación que fomenten la disidencia y el debate, ambos factores que, según la Encuesta Global de Esperanzas y Temores de la Fuerza Laboral 2023 de PwC, son poderosos catalizadores de la confianza:

La confianza, a su vez, depende de la transparencia y de una cultura de decisión colegiada y de equipo. Los equipos de liderazgo corporativo pueden ayudar a los ejecutivos, y a quienes delegan, a tomar decisiones con mayor confianza y transparencia:

Asumiendo la intención positiva de quienes ofrecen puntos de vista disidentes; creando tiempo para interactuar informalmente dentro de los equipos y entre funciones; asegurando que los criterios de decisión se transmitan más allá de la alta dirección y se sometan a escrutinio; asegurando que los colegas conozcan el contexto de las decisiones que se les encomiendan (por ejemplo, los valores, las estrategias y los objetivos que las decisiones deben respaldar); asegurando que quienes toman las decisiones tengan acceso a la información que necesitarán; y demostrando responsabilidad por las decisiones ejecutivas y sus consecuencias.

La confianza también debe trascender las paredes de la empresa. A medida que los ecosistemas empresariales se convierten en un modo vital de creación de valor –algo que ya es una realidad para muchas empresas de alto rendimiento–, los ejecutivos pueden ampliar radicalmente su conjunto de opiniones y puntos de vista, gracias a alianzas y colaboraciones de confianza.

Un proceso sólido no elimina la incertidumbre de la toma de decisiones. Más bien, ayuda a los líderes a gestionar la incertidumbre de una manera más ventajosa y estratégica. A medida que las interrupciones externas aumentan la presión para reinventar el negocio, dicha incertidumbre a menudo se manifiesta en oportunidades novedosas y sin probar, que los ejecutivos deben gestionar mejor, o incluso simplemente reconocer. Esto implica preguntarse no solo si están aprovechando las oportunidades equivocadas (el llamado error de comisión), sino, aún más crítico, si están cometiendo un error de omisión al desaprovechar oportunidades por completo.

Integrar esta última pregunta en el proceso de decisión puede desarrollar la previsión estratégica, una cualidad que los líderes de empresas de alto rendimiento poseen de forma desproporcionada y que aprovechan de forma desproporcionada, según un estudio de PwC. Desarrollar la previsión estratégica significa mejorar la capacidad de detectar cambios en el mercado y otros puntos de inflexión tempranos, así como señales de una creciente presión para la reinención.

Sin embargo, ese tipo de agudeza no es un poder mágico. Puede depender en gran medida de otra práctica recomendada para la toma de decisiones: considerar las decisiones individuales en el contexto

de la cartera de oportunidades más amplia de la empresa, lo que puede ayudar a situar los movimientos y resultados altamente inciertos en un contexto más amplio. Los directores ejecutivos pueden lograr esto mapeando la incertidumbre de la ejecución (“¿Podemos hacer esto?”) con la incertidumbre del mercado (“¿Querrá el mercado esto?”), asignando probabilidades explícitas a cada resultado potencial y distribuyendo las inversiones y acciones a lo largo de esta matriz de oportunidades de manera óptima.

Un aspecto transversal de estas acciones es la disposición a fundamentar algunas decisiones en el principio del “fracaso inteligente”, como lo articuló la profesora de la Escuela de Negocios de Harvard, Amy Edmondson. El fracaso inteligente acepta que la experimentación, y el riesgo de fracaso que la acompaña, es a veces el único camino hacia el éxito frente a la incertidumbre. El mensaje central: algunos fracasos son más inteligentes que otros porque nos ayudan a identificar un camino hacia el éxito final.

Para los líderes de alto nivel, cambiar radicalmente la forma en que se toman las decisiones a menudo requiere superar sesgos y comportamientos inconscientes, así como barreras organizacionales arraigadas. Pero los directores ejecutivos y sus equipos de liderazgo pueden mejorar drásticamente la calidad de su toma de decisiones si prestan atención a tres principios básicos: utilizar el proceso, no los resultados, para juzgar la calidad de las decisiones; fomentar una cultura de confianza y disenso colectivo; y aprovechar la incertidumbre para obtener una ventaja competitiva. Cambiar los hábitos arraigados en la toma de decisiones no es fácil, pero la magnitud del potencial premio –la reinención exitosa de su negocio.

PwC Academy
Aprendiendo con los profesionales

¡Impulsá tu éxito!

Te invitamos a formar parte de nuestro
Curso de Formación en

IFRS Fundamentals

Reconocido por el MEC

Contacto B2B : María Silvia Piñanez

0983 893 136

maria.s.pinanez@pwc.com



AGENDA

DÍA 2 | 18-03

Top of Mind

PARAGUAY 2025

8:30	Welcome Coffee Presentación Oficial	
9:00	Cómo la Inteligencia Artificial está redefiniendo el futuro de los negocios <i>Felipe De Stefani</i>	
9:20	De la revolución a la confusión: El streaming y la batalla por la atención <i>Pablo Mancuso</i>	
10:00	MKTrends Paraguay: Claves para el futuro del sector <i>Tina Acosta, Ricardo Arias</i>	 
10:20	Break	
10:40	¿Cómo generar confianza y fidelización en proyectos inmobiliarios? <i>Alejandro Zuccolillo</i>	
11:00	Tendencias a futuro: Cómo la tecnología está transformando la manera de conectar con la audiencia <i>Sato Mendoza</i>	
11:30	Transformación digital: experiencias 360 para decisiones estratégicas <i>Ale Gómez, Natalia Rubbini, Stephanie Dragotto</i>	
12:15-13:30	Networking Lunch	
13:40	Cómo la tecnología potenció el crecimiento de Tu Financiera <i>Monica Fadul</i>	
14:00	El ciclo de calidad garantizado para impulsar tus negocios <i>Arlette Zapag</i>	
14:30	Producción de Calidad en Paraguay y su Impacto en las Marcas <i>Ale Huston, Richard Careaga</i>	
19:30	Premiación Enterprise	



PLUS+
ACTIVIDAD Y RESULTADOS

TOM
INSIDE talks
2025

ENTERPRISE
top of mind

TOP OF MIND

Esencial para el sector retail

Ventas online en Paraguay apuntan a una mayor consolidación en este 2025

prensa@5dias.com.py

En el marco del evento Top of Mind 2025, celebrado en el salón de eventos del Paseo La Galería, Pablo Haro, Sales Leader en Fenicio Ecommerce, lideró la charla "Retailers Ganadores - Estrategias clave para vender más online". Hay un importante crecimiento del comercio electrónico en Paraguay y tiene un potencial para consolidarse como un canal de ventas esencial en el sector retail.

¿Cuándo llegaron a Paraguay y cuál fue el objetivo inicial?

Hace dos años comenzamos a venir a Paraguay y encontrar un mundo de retail. Es una etapa fantástica porque se estaba comenzando a desarrollar profesionalmente, estaba comenzando a modular y en ese estadio lo encontramos.

En este momento tenemos 552 tiendas. Tenemos una mayoría de mercado donde están todas las otras plataformas que también conocen. El 2024 cerró con 2 millones de transacciones, lo cual es un número interesante, para luego ver cuál fue el comportamiento de e-commerce para cada uno. En particular, eso significa 120 millones de dólares en movimiento.

En Paraguay tenemos 22 empresas ya que trabajan con nosotros en el mundo de e-commerce. Eso también sirve para entender de nuevo qué está pasando. Entonces, la gran pregunta ¿cómo les está yendo?

EL DATO

EL 2024 CERRO CON 2 MILLONES DE TRANSACCIONES, UN NÚMERO INTERESANTE, PARA VER CUAL FUE EL COMPORTAMIENTO DE E-COMMERCE PARA CADA UNO.



El Top of Mind se consolidó como un hito fundamental en el calendario empresarial

¿Cómo les está yendo en el mundo de e-commerce? ¿Están en el mundo de e-commerce? Si no están, deberían.

¿Qué análisis se puede hacer de los números actuales?

Hay números muy interesantes. A nivel mundial, grande, macro. Van moviéndose la proyección de lo que se movió el año pasado. Son 1.000 millones de dólares. O sea, muchísimo dinero.

A nivel estadounidense también estamos experimentando un boom. Brasil, Argentina, Colombia, Chile, todos están experimentando. Paraguay también. Están creciendo. Hay comercios muy interesantes. El año pasado, 1.696 millones se movieron acá. Cualquier porcentaje de eso, que to-

men ese mercado, o mejor, que crezca más ese mercado, es mucha plata. Esos son los números. Entendemos que se están moviendo más.

¿Qué otras estrategias se deben implementar?

Tienen que tener pasarelas, facilitadores de pago. Tienen que tener la empresa logística que entregan. De alguna forma, que entregan ustedes o una empresa o una empresa de algún costo. Tiene que haber parte de marketing. A veces se olvidan y hacen todo en la otra parte.

Si lo ven en un local físico, lo entienden. Ahora en e-commerce a veces se lo olvidan. Tiene que haber una parte de seguimiento del cliente, la venta no termina cuando el cliente viene, todo lo que pasa después

preparar el pedido, informar al cliente, entregar la satisfacción del cliente y hacer que vuelva.

Todo eso de alguna forma tiene que funcionar. Automatizado, talar, si no manual por ahora desde el comienzo y la regulación no es menor. Como para tener un poco de contexto y no olvidar cada una de las partes.

Si tienen algo y se sacaron de arriba el problema del servidor de seguridad, se trata de un técnico diciendo, tú eres una plataforma que tenemos no algo in-house, no un servidor en línea, producir un tic-tac y tener toda la infraestructura para llegar a eso, ya está resuelto, es un commodity, utiliza lo que ya existe en la industria y para ello tenemos que ir. Y que tenga foco en el intrusivo.

Que se ocupe también de la parte del seguimiento y del soporte de la plataforma. Si, obvio, es natural, pero que lo haya incluido, no que me iba a pagar horas de soporte. Que sea parte del servicio, que eso es meter algo de dolor en la cabeza. O agregados al presupuesto, que no tienen ningún problema. Pero más importante, que se ocupe también del seguimiento al éxito del negocio y que de alguna forma esté pendiente de mí.

No que sea porque me vendió el software en chat y que luego no sabe cómo me fue ni por qué me vendió el software. No, que también se comprometa con la nacionalidad del deseo de cosas que quiero tener. Que me ayude a formar el equipo, sobrevivir a través del equipo. La prioridad es el negocio.

En Paraguay tenemos 22 empresas ya que trabajan con nosotros en el mundo de e-commerce. Eso también sirve para entender de nuevo qué está pasando"

EL DATO

EL SECTOR SE CONSOLIDA COMO UN ACTOR CLAVE PARA EL RUBRO RETAIL EN PARAGUAY

TOP OF MIND 2025

Factor fundamental para el éxito

“El liderazgo de alto rendimiento es clave para lograr equipos excepcionales”

prensa@5dias.com.py

En un entorno empresarial altamente competitivo, el liderazgo de alto rendimiento se convirtió en un factor clave para el éxito organizacional. Los equipos excepcionales no surgen por casualidad, sino que son el resultado de una dirección estratégica, un propósito claro y un liderazgo que inspira. A continuación, exploramos las claves fundamentales para construir y mantener equipos de alto diseño.

El director general de Acros Training, Santiago Fernández Escobar, brindó una enriquecedora charla sobre “Liderazgo de alto rendimiento: claves para equipos excepcionales”. Fue en el marco de la primera jornada del Top Of Mind 2025.

¿Cuáles son las claves para tener un buen liderazgo?

Hablemos un poco acerca del liderazgo de construcción de equipos dentro de la directiva, algo que suele ser super deseable para todos nosotros. Tengo cinco claves para poder ayudarle a la gente a dar su mejor versión. Cuando se trata de alto rendimiento, es decir, de lograr cosas que la mayoría de la gente no lo hubiera sido, hubiera sido más natural, más normal, más contento.

Tengo un mito que le echo a la idea de acto de rendimiento, y que cuando queremos aplicarlo de un cuaderno, es una frase que la mayoría de nosotros perfectamente dice, es un lugar común. Hay un mito con respecto a la idea de acto de rendimiento, que le echo a la mejor performance de la gente, y la idea de que la mejor versión de la gente será la versión de lo que hace.

A ver, irse de una debilidad como la debilidad del marco, tiene que ser resistencia al avance. Hay que corregir debilidades, por supuesto que hay que corregir debilidades. De ninguna manera es la principal oportunidad de mejorar.

Nosotros tenemos familias, escuelas, empresas y sociedades enteras absolutamente sobreinvertidas en recursos para corregir déficits y absolutamente subinvertidas en recursos para sofisticar talento.

EL DATO

SE DEBEN CORREGIR LAS DEBILIDADES YA QUE ES LO QUE HACE RESISTENTE AL AVANCE DE LA PERSONA O LA EMPRESA

¿Se puede corregir la debilidad y cómo se puede potenciar el talento?

De hecho, si la debilidad está muy débil, lo primero que hay que hacer es corregirla. Si vos estás tomando una persona para la empresa, la entrevista está colgada.

Vivo con la gente, vivo con el clima, trato bien a los clientes, soy presidente con la venta, soy optimista, manejo toda la tecnología que quieras, puedo trabajar cuando quieras y estoy muy confiado.



Santiago Fernández brindó una enriquecedora charla sobre liderazgo

Así que lo primero que hay que hacer es corregir cualquier cosa que vos infieras que está desaprobada. Apalancarte en tus talentos. Nosotros somos humanos, en la humanidad, es un poco lo que había una necesidad de capacitación en el mundo de los humanos, y lo tenemos en la boca del mundo.

Es muy importante decir de dónde viene porque los talentos pagan más. Si yo voy a leer NBA y doy

lugar porque es un montón de filosofías, un montón de posibilidades y se preguntan ¿pero dónde los talentos pagan más? y después ¿cuál es el objetivo que tengo que tener?

El siglo XX es el siglo de las habilidades, el siglo del concierto intelectual, el siglo de los burritos y los grados universitarios. Eso es importante, pero va a perder un poquito de peso específico porque en el concierto intelectual la longitud de todo es

30 puntos en el siglo XX.

¿Cuál es la importancia de la inteligencia artificial?

Herramientas como la inteligencia artificial hacen que ya sea difícil no saber nada acerca de algo. Y eso ha hecho que uno de los mejores indicadores pronósticos de hoy para determinar que tu equipo va a tener alto rendimiento pasa a nivel altitudinal, especialmente en tres direcciones. Hay tres actitudes comunes que le ayudan, que llevan a un

equipo a tener alto rendimiento.

Si una debilidad está muy débil, lo primero que hay que hacer es corregir. Si vos estás tomando a una persona para la empresa, le decís contame alguna de tus virtudes.

Así que lo primero que hay que hacer es corregir cualquier cosa que vos quisieras que esté desaprobada. Apalancarte en tus talentos. Nosotros somos humanos, siempre.



TOP OF MIND 2025

Grupo Mao proyecta un 2025 desafiante

“Fomentar la cultura colaborativa es clave para la toma de decisiones”

prensa@5dias.com.py

El Grupo Mao es un grupo empresarial en constante crecimiento y buscando ganar la confianza de clientes y socios; alcanzar la excelencia en gestión; ofrecer las mejores soluciones en productos y servicios.

Es un grupo económico generador de soluciones innovadoras y eficientes en diversos sectores y territorios. Además, lleva adelante negocios rentables y empresas que lideran, entregando productos y servicios de alta calidad. Además del compromiso con la creación de fuentes de trabajo, desarrolla profesionales y aporta al crecimiento de los países donde opera.

Su visión es ser un grupo empresarial ejemplar, reconocido por liderar mercados con eficiencia, alta rentabilidad e innovación permanente. Ser una potente marca empleadora, que genera tendencia a partir de sus altos estándares. La directora de grupo, Verónica Ortega, habla sobre los desafíos y proyecciones.

¿Cómo se compone actualmente el Grupo Mao?

El Grupo Mao se compone de tres empresas actualmente y es todo un desafío el cómo hacer que cada uno se identifique. Particularmente lo que nos pasa a nosotros es que estamos casi todas las empresas son de diferentes rubros, eso hace que sea un poco más fácil el trabajo, pero qué es lo más importante para nosotros a la hora de identificar nuestra empresa o grupo.

Eso es para nosotros lo más importante y es el punto de partida. Viene un poco ya de las horas de apoyo que es un trabajo en grupo. Entonces, cómo queremos ser nosotros. Cómo somos, cómo nos comportamos. Eso va a favorecer e impactar en todas las empresas. Entonces, cómo empezamos a identificar la empresa.



El Grupo Mao apuesta por la innovación y el desarrollo

Cuál es nuestra incidencia. Con qué nosotros nos vamos a identificar. Con qué valores nosotros nos vamos a identificar. Y a partir de ahí nosotros le damos autonomía a cada empresa para que cada una se identifique en el rubro que está trabajando.

¿Cuál es la estrategia para tomar decisiones en el grupo?

Nosotros siempre tenemos

las puertas abiertas para escuchar ideas. Hay mucha gente en mi equipo que puede dar fe de que realmente hacen. Entonces, el involucramiento del directorio va aparte, estas decisiones estratégicas, y comentar lo que es la cultura colaborativa, nos juntamos entre todas las empresas del grupo que pueda aplicar perfectamente a lograr las diferentes marcas que tenemos, y todos juntos

miramos los desafíos como un problema. Entonces, si yo tengo un problema en una estación de servicio, nos juntamos entre todos y buscamos la solución.

Compartimos cuáles son nuestros desafíos, si tenemos algún problema, o queremos innovar, y todos juntos pensamos. Entonces comentamos mucho este espacio de colaboración entre todos, en este caso entre

todos los clientes. A la hora de vender, no solamente vas a vender el hotel, vas a vender también combustible, vas a vender gas, vas a vender un préstamo, vas a vender un e-commerce, vas a vender todos los productos del grupo.

Entonces, realmente es un trabajo que hay que hacer, porque vos te vas con tu chip de tu producto o tu empresa. Por eso es que no-

sotros fomentamos mucho este espacio que llamamos un poco cultura colaborativa de compartir el desafío entre todos y que sea entre todos que no sea solamente un producto o una empresa. Y no funciona, no funciona.

También es importante ser ágiles. Para nosotros ese es el mayor desafío. Entonces, cada uno debe tener responsabilidad de una o dos o tres empresas, las decisiones se vuelven mucho más ágiles.

¿Cuál es el rol del directorio?

Canalizamos mucho la toma de decisiones y también es un desafío porque es un grupo chico, o sea, el grupo de gerentes del Centro de Servicios Compartidos es chico, somos cinco o seis personas que ya nos conocemos de memoria.

Entonces, siempre es importante el involucramiento del directorio o del gerente general para que las decisiones se vuelvan más rígidas y nosotros no queremos perder eso porque es lo que siempre nos diferenció y es nuestro mayor desafío.



La subida de tasas puede generar inestabilidad financiera

KATHARINA
BERGANT
FMI

Los sistemas bancarios están en buena medida a salvo de la inflación, pero las vulnerabilidades de algunos bancos podrían dar lugar a ciertas disyuntivos"



Los sistemas bancarios están en buena medida a salvo de la inflación, pero las vulnerabilidades de algunos bancos podrían dar lugar a disyuntivos entre la contención de la inflación y la protección de la estabilidad financiera.

Antes de la pandemia, a los inversionistas les preocupaba que las tasas de interés y la inflación persistentemente bajas pudieran mermar los beneficios de los bancos. Paradójicamente, también les preocupaba la rentabilidad de los bancos cuando, con la reapertura tras la Covid-19, se dispararon la inflación y las tasas de interés de los bancos centrales. La quiebra del Silicon Valley Bank y de otros prestamistas estadounidenses a principios de 2023 pareció confirmar estos temores.

Nuestro nuevo estudio sobre la relación entre la inflación y la rentabilidad bancaria nos ayuda a comprender estas preocupaciones. La mayoría de los bancos están en buena medida a salvo de las fluctuaciones inflacionarias, ya que la exposición de sus ingresos y sus gastos tienden a compensarse mutuamente.

Sin embargo, algunos presentan una exposición significativa a la inflación, lo que podría causar inestabilidad financiera en el caso de que pérdidas concentradas provocaran un pánico más generalizado en el sector bancario. Varios bancos centrales importantes están reexaminando sus marcos de política monetaria tras el

repunte inflacionario pospandemia, y una comprensión más profunda de los vínculos entre la inflación y la rentabilidad bancaria podría ayudar a diseñar mejores marcos de política monetaria.

¿Es importante la inflación para la rentabilidad bancaria? Sorprende la escasa atención que se le ha prestado a esta pregunta. Para darle respuesta, combinamos datos sobre balances e ingresos de más de 6.600 bancos de economías avanzadas y emergentes con casi tres décadas de datos económicos del FMI.

La mayoría de los prestamistas parecen estar en buena medida cubiertos frente a la inflación, ya que tanto los ingresos como los gastos de los bancos aumentan con la inflación en grados similares. Los ingresos y los gastos vinculados al endeudamiento y la concesión de préstamos están expuestos indirectamente a la inflación, pues reaccionan principalmente a las tasas de interés de política monetaria, que fluctúan en respuesta a la inflación.

En cambio, otros ingresos y gastos – como los derivados de actividades bancarias no tradicionales, servicios, salarios y alquileres – se ven afectados de manera directa por las variaciones de precios.

El impacto de la inflación en los ingresos y gastos de los bancos varía considerablemente de un sistema bancario a otro. En algunos países, las variaciones en la inflación se reflejan en los ingresos y gastos de

forma mucho más rápida que en otros. Sin embargo, de nuevo, dado que en la mayoría de los países ambos aumentan en grados similares, gran parte de los sistemas bancarios parecen estar, en buena medida, protegidos contra la inflación.

Nuestro estudio identifica vulnerabilidades específicas: algunos bancos son especialmente susceptibles a la inflación debido a sus diferentes modelos de negocio y de gestión del riesgo. Los bancos atípicos, tanto en las economías avanzadas como en las de mercados emergentes y en desarrollo, pueden sufrir grandes pérdidas si se disparan la inflación y las tasas de interés.

Sorprendentemente, el 3% de los bancos de las economías avanzadas y el 6% de los bancos de las economías emergentes están al menos tan expuestos a las tasas de interés elevadas como lo estuvo el Silicon Valley Bank en el momento de su quiebra. Además, los bancos de las economías emergentes parecen estar más expuestos a la inflación de manera directa, posiblemente debido a una indexación de precios más generalizada.

En un contexto de inflación elevada, el endurecimiento de la política monetaria, aunque necesario, podría acarrear pérdidas significativas para los bancos muy expuestos. En este caso, los clientes y los inversionistas podrían considerar que los riesgos atañen a todos los bancos, lo que podría desencadenar pánico e inestabilidad financiera.

BCU PROYECTA UN 2025 CON MÁS CRECIMIENTO

Pago digital en auge

Dinero rápido: hubo 48 transferencias instantáneas por minuto en 2024

El Observador, Uruguay

El uso de las transferencias instantáneas de dinero entre bancos siguió consolidándose durante 2024 entre los uruguayos. Los datos oficiales muestran que entre enero y diciembre del año pasado se realizaron 25,3 millones de operaciones bajo esta modalidad. Eso implica que en el sistema financiero hubo unas 48 transferencias automáticas de dinero por minuto.

Las cifras de 2024 triplican el total registrado en 2023 que había sido de 8,3 millones, y confirman el fuerte dinamismo observado ya en el primer semestre cuando hubo 9 millones de operaciones.

Inicialmente el servicio lo empezaron a ofrecer solo cuatro bancos en 2021, exclusivamente en días hábiles y en horario restringido. Fue recién en junio de 2023 que quedó habilitado para enviar y recibir dinero las 24 horas los 365 días del año. Hoy está operativo en 14 instituciones, entre bancos locales y emisores de dinero electrónico.

En cuanto a los montos manejados, tres de cada 10 operaciones se cursaron por montos menores o iguales a \$ 1.000 o US\$ 50. El monto de estas operaciones tiene un tope de \$ 22.000 o US\$ 500. Los topes son una medida de seguridad.

Cuando se implementó el sistema se buscaron montos que cubrieron buena parte del universo de transferencias y que a su vez limitarían la exposición del usuario en caso de robo de las credenciales. Algo más del 80% de las trans-



Los pagos digitales cada vez son más utilizados

ferencias interbancarias en general son por montos inferiores a los topes actuales.

Del total de transferencias inmediatas interbancarias, aproximadamente el 20% se realiza los sábados y domingos. En tanto, si se toma en cuenta solo las que se realizan de lunes a viernes (80%), alrededor de 65% se efectúa entre las 8:00 hs y

20:00 hs, y el resto fuera de ese horario.

Por otro lado, en el conjunto del Sistema de Pagos Interbancarios las transferencias instantáneas representaron el 41% del total de las operaciones cursadas que fueron 61,7 millones.

En setiembre pasado también comenzó a funcionar

el sistema de pagos mediante transferencia (PCT). Este método de pago utiliza la lectura de un código QR en los comercios adheridos, con disponibilidad 24x7 y permite al destinatario recibir los fondos en tiempo real.

El 2024 cerró con siete instituciones autorizadas a operar como adquirente

PCT y cinco Instituciones Emisoras de Dinero Electrónico a operar como emisores PCT.

Al cierre de 2024, el Índice de Pagos Electrónicos Vs Tradicionales (IPET) que elabora BCU mostró que por cada \$ 100 que se gastaron en el sistema de pagos, hubo \$ 77,4 que se canalizaron por vía electrónica.

Hace 10 años atrás esa relación era de solo \$ 12 cada \$ 100.

"La tendencia al alza en este indicador se explica tanto por el incremento de las transacciones realizadas por medios digitales como por la reducción de las operaciones con cheques y de retiro de efectivo", recuerda el BCU.