

Informe

# I Foro IA y Banca: Transformando los servicios financieros en México

22 de enero · Hotel Marquis Reforma · Ciudad de México

Organizado por:



Con la colaboración de:



---

**E**n este evento se dieron cita destacados **líderes y expertos de la industria financiera**, en representación de áreas clave como negocio, innovación, finanzas, transformación digital, análisis de datos y creación de productos digitales. Esta diversidad de especializaciones reflejó la complejidad del **sector, que está experimentando una transformación sin precedentes.**

Desarrollan su actividad en un **entorno altamente competitivo** y en constante evolución, donde la capacidad de adaptación se ha convertido en un factor esencial para sobrevivir. **Las entidades financieras tradicionales y los neobancos enfrentan el desafío de mantenerse relevantes** ante clientes cuyas necesidades cambian también a un ritmo vertiginoso.

El avance de la inteligencia artificial viene a plantear no sólo **nuevas oportunidades**, sino también interrogantes éticos, regulatorios y operativos que exigen respuestas coordinadas. Este evento dejó claro que el sector financiero necesita enfocarse en la **hiperpersonalización de productos y servicios**, en la gestión de los datos y en la seguridad, para poder anticiparse al futuro.

La banca se muestra unida para enfocar esta nueva etapa: **Abrazar la innovación de manera estratégica y afrontar los desafíos regulatorios son los objetivos clave** para este 2025. La realidad financiera del mañana se define por las decisiones que se toman hoy, y eventos como este son el espacio ideal para sentar las bases de la transformación digital.



## Resumen de la jornada

# España y México: una alianza estratégica para la expansión empresarial



*“Es difícil encontrar dos países con vínculos tan sólidos como España y México”.*

**María Peña Mateos,**

Consejera Económica y Comercial  
y Jefa de la Embajada de España  
en México

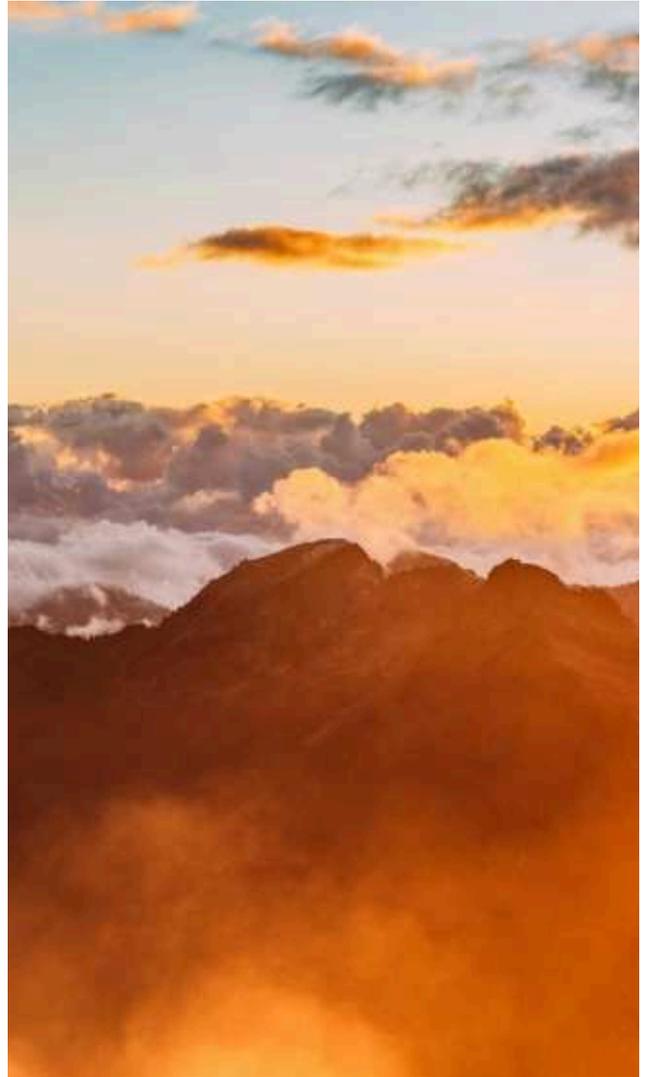
María Peña Mateos dio inicio a la jornada poniendo de manifiesto la **importancia de la internacionalización para las startups**. Nos platicó sobre el papel destacado del equipo que lidera, encargado de **reforzar la competitividad** de las compañías y mejorar su posicionamiento en mercados extranjeros.

*“Es un trabajo de doble dirección que nos genera enormes satisfacciones”*, explicaba. A continuación, María **dio paso a Julio Velázquez, Director General Google Cloud México**, encargado de realizar la ponencia inaugural.

# La evolución de la IA en la nube: la apuesta de Google Cloud

El directivo destacó el rol que tiene la nube como un driver de innovación y de una oferta ampliada de productos y plataformas impulsadas por IA que materializan el potencial de esta tecnología para entender información de forma ágil, y descubrir nuevas oportunidades. Platicó sobre los modelos que están desarrollando, ayudando a sus clientes a adaptar la tecnología a sus particulares problemáticas de negocio.

El Director de Google Cloud México destacó **Vertex AI, una plataforma de desarrollo de IA unificada y administrada para crear y utilizar inteligencia artificial generativa**, la cual permite acceder a más de 160 modelos para que las empresas de la región potencien su innovación. Logística, producción, supply chain y muchas otras áreas pueden aprovechar la tecnología para mejorar sus procesos. *“Todos los modelos que están en la plataforma son modificables. Algo parecido ocurre con las startups. Están creando modelos específicos para industrias concretas, en particular para servicios financieros, como Coinscrap Finance”.*



Otra de las megatendencias que compartió con la audiencia fue la ciberseguridad. *“La inteligencia artificial está incorporándose en las empresas para atender temas de ataques y manejo de crisis, ofreciendo tiempos de respuesta más rápidos.”* La experiencia de Google Cloud en ciberataques les permite volcar todo su conocimiento en sus herramientas, lo que repercute positivamente en sus clientes.

Para finalizar, quiso dedicar unas palabras a los organizadores del evento: *“El surgimiento de empresas como **Coinscrap Finance** representa una gran oportunidad. **Utilizan nuestras plataformas y aplicaciones para producir un producto llave en mano que atienda las demandas del sector financiero**”.* Julio agradeció a la audiencia su atención y aseguró que *“estamos en un momento fantástico para la innovación”.*

# Explorando el impacto real de la IA en el sector financiero



En ese momento, Diego Romero, HBD de Coinscrap Finance para LatAm, presentó a **Gustavo Salaiz, Director de Fintech Academy en Fintech México**. El moderador del evento lanzó una serie de preguntas a la audiencia, para conocer su posición respecto al avance de la inteligencia artificial en el sector financiero. *“¿Qué es la IA? Todos hablan de ella pero pocos saben exactamente cómo funciona. Aquí vamos a aprender y compartir de manera honesta nuestras inquietudes, dudas y experiencias”*.

*“Les voy a dar un ejemplo de cómo todas estas nuevas tecnologías nos pueden ayudar a potenciar nuestras funciones”, explicaba Gustavo. “Londres es una ciudad caótica en cuanto al tráfico, los taxistas de coches negros pasan anualmente un examen especial (realmente difícil) para poder hacer su trabajo. Entonces llegó Waze, una aplicación que seguramente Uds. usan”*.

*“Waze no eliminó a los taxistas tradicionales, pero creó un nuevo mercado. Ahora cualquiera puede navegar las calles de Londres. Es hora de analizar cómo puedo apoyarme en la IA para potenciar mi actividad, para crear un nuevo mercado que hoy en día no está siendo atendido”*.



*“Queremos crear un espacio seguro donde ustedes puedan crear, donde ustedes puedan compartir sus inquietudes”*.

**Gustavo Salaiz,**  
Director de Fintech Academy.



# Aprovechar el 100% de los datos con la IA: el gran reto de la banca

Pilar Sánchez-Labrador, COO de SLLM, indicó que **ya están aplicando inteligencia artificial para mejorar los procesos internos**, *“optimizar la participación y brindar una mejor experiencia al cliente”*. Gustavo quiso conocer algún caso de éxito en la sala y cedió el micro a **David Conde**, CEO y cofundador de Coinscrap Finance.

*“Todo lo que tiene que ver con procesamiento de lenguaje natural, transformers, machine learning, son **técnicas de inteligencia artificial que llevamos mucho tiempo utilizando** en nuestra startup para ayudar a los bancos”, explicaba el directivo. Comentó que ahora pueden surfear esta nueva ola gracias al trabajo realizado años atrás. **“Actualmente estamos aprovechando las capacidades que nos da la IA Conversacional”***

David platicó sobre las **mejoras en eficiencia que supone, a nivel interno, colocar una capa de IA sobre la base de datos de un banco**. *“Que un asesor real pueda obtener respuestas precisas sobre su cliente en tiempo real va a ser clave en este nuevo panorama”, aseguró el CEO. “¿Qué producto de la compañía es más adecuado para el usuario? ¿En qué momento debo ofrecerlo? ¿Cómo debo comunicarme con él o ella?... Todo, absolutamente todo podemos saberlo al instante”*.

David comentó que los bancos tienen millones de datos transaccionales que no son capaces de comprender en su totalidad. **McKinsey asegura que los bancos, a nivel global, solo utilizan el 10% de los datos que generan para crear experiencias hiper personalizadas**. *“Entonces, si no somos capaces de saber cuánto gana el cliente, dónde se lo está gastando, a qué está suscrito, cuál es su capacidad de ahorro, estamos perdiendo capacidad de venta”, sentenció el directivo de la Fintech.*

# Inteligencia híbrida: la combinación clave entre humanos y algoritmos

El debate se enfocó entonces hacia la detección de transacciones fraudulentas. El hecho de **poder geolocalizar las transacciones a través del enriquecimiento del dato**, supone una ventaja para entidades y usuarios. *“Si mi cliente vive en CDMX y, de repente, detecto en su transaccional un movimiento en la otra punta del mundo, inmediatamente como banco puedo lanzar una notificación push por si se trata de un hackeo de su tarjeta”.*

*“Lo que nosotros ofrecemos a los bancos son todas esas capacidades que nos las da la IA”,* indicaba David. *“Nuestro motor genera **recomendaciones sobre 40 millones de transacciones cada día, lo que retroalimenta el producto. Eso es algo de lo que se aprovechan todos nuestros clientes.**”* En ese momento Angélica Arana, CIO de Multiva, tomó la palabra:

*“Uno de los problemas que tenemos es que, efectivamente, disponemos de mucha información, pero está segregada en diferentes repositorios”.* La C-Level explicaba cómo el hecho de contar con una arquitectura heredada que no permite aglutinar en un mismo lugar todos los datos, complica a la banca aplicar esa capa de inteligencia artificial. Para la CIO, **la clave está en la inteligencia híbrida, compartida entre humanos y algoritmos.**



# Casos de éxito y retos en la implementación IA en la banca

**David Ricardo Lemus**, Chief Data & Analytics Officer de Caja Morelia Valladolid, quiso compartir su caso de éxito. La entidad ha desarrollado **un asistente virtual personalizado para el cliente interno y muy pronto estará a disposición de socios externos**. Les ha ayudado a *“optimizar el proceso de capacitación y dominio del portafolio financiero”*. Quiso hablar también de los retos que enfrentan, en especial dentro del ámbito de las llamadas *“alucinaciones”* o respuestas incorrectas de la IA.

**Óscar Díez**, CEO de Rubrick, tomó la palabra para expresar su **deseo de trasladar a los usuarios finales toda esa inversión que están haciendo los bancos tradicionales** *“en infraestructura, en tecnología, en software, en consultoría... porque si no lo están viendo y sintiendo, nos estamos quedando cortos.”*

**Angélica Arana**, CIO de Multiva, intervino de nuevo para platicar sobre la **presión que sienten los departamentos de innovación a la hora de justificar internamente sus inversiones**: *“No siempre podemos conseguir el presupuesto. A veces lo empezamos en un piloto, tenemos que ir demostrando con hechos que es una buena inversión”*.

# La transformación digital en el sector financiero: Éxitos y desafíos

El debate atrajo la atención del auditorio y fue **Luz E. Valencia**, Subdirectora de Innovación y Nuevos Productos de Prosa, quien tomó la palabra: *“A veces esas inversiones sí tienen que ser grandes, pero también depende de cómo la tangibilizamos hacia el usuario final”*. Defendió que **ofrecer apps sencillas e intuitivas ayuda a reducir la fricción de entrada** que puede sentir el usuario final y justifica esas cantidades.



Carolina Ruiz de ADAC también explicó que, según les indicaron representantes del sector, el reto principal está en **comercializar estas soluciones innovadoras** que están surgiendo. La industria Fintech está luchando por **evangelizar al usuario final con el producto**. En muchos casos, su ventaja está en **conocer mejor a su base de clientes que la competencia**, pudiendo ofrecerles servicios personalizados a sus necesidades concretas.

Por su conocimiento del tema, Gustavo cedió la palabra a **David Conde**, que quiso continuar el debate platicando sobre la importancia de recopilar toda la información que nos ofrece voluntariamente el usuario durante su interacción con la banca online. *“Nosotros concretamente ofrecemos recomendaciones financieras que el usuario puede valorar. Es decir, puede indicar si le son útiles o no. De esta forma, medimos en tiempo real si la IA está generando respuestas adecuadas”*.

Medir la calidad del producto y reentrenar al algoritmo permite a su Fintech alcanzar una **precisión del 96% en la categorización del dato bancario**. Irad Olivares, Head of AI en Invex, aprovechó para indicar que ellos aplican la inteligencia artificial en la atención al cliente. Las opiniones del usuario les llegan a través de varios canales (mail, encuestas, call center, etc.). *“Los clientes se expresan de muchas maneras. Toda esa información sólo es útil si se genera un repositorio de conocimiento y se traduce en una mejor experiencia hacia los clientes.”*



# El equilibrio entre seguridad y experiencia en la banca digital

Uno de los temas que resonó de manera insistente durante la charla fue la **gestión del riesgo**. Los departamentos de Data son muy conscientes de la necesidad identificar en tiempo real si se está generando actividad fraudulenta en una cuenta bancaria: *“Si vemos en la transaccionalidad del usuario que está operando en otro país pero la ubicación del dispositivo muestra CDMX, pues sabemos que no te has movido de aquí y hay riesgo de fraude”*, platicaba **Alejandro Antonio Mendoza**, Head of Data Innovation en Baz.

Todos coincidieron en que **bloquear operaciones para proteger a los clientes de banca online puede suponer ofrecer una mala experiencia de uso** si los sistemas cometen un error. *“Cuando realizan una compra que tal vez sale de su patrón de gasto normal y la aplicación le bloquea su tarjeta, eso va a resultar muy desagradable y, obviamente, van a quejarse al banco”*.

Gustavo aprovechó el debate generado para preguntar a **José Armillas**, Head of Data de Banamex, si los procesos y políticas contra el fraude se están beneficiando de la IA o aún existen muchas trabas a la innovación. La respuesta fue contundente: *“Tenemos primera línea de defensa, segunda, tercera línea de defensa... hasta 5.ª línea de defensa. Aún así no nos libramos del fraude”*.

“No es imprescindible una ley. Podemos protegernos y proteger a los clientes mediante la regularización interna.”

**Pilar Sanchez-Labrador**,  
COO de SLLM.





El directivo explicó que **luchar contra el fraude está implícito en la actividad del banco, pero que eso no puede frenar “el apetito del negocio por construir soluciones innovadoras. Los reglamentos jurídicos con los que hay que cumplir no deben someter ese apetito”**. Otros participantes comentaron que la regulación de la IA es un desafío para toda la industria financiera en Latinoamérica.

**Pilar Sanchez-Labrador, COO de SLLM**, quiso puntualizar que la falta de regulación en la región se puede solucionar a través de regulaciones internas. **“Se puede generar impacto social positivo mediante la regularización interna, no es imprescindible una legislación como tal. Podemos protegernos y proteger también a los clientes ante esta nueva situación.”**

Gustavo asintió y dijo que *“a veces ser demasiado conservador puede ser contraproducente para el negocio. Para ser un challenger hay que asumir ciertos riesgos”*. El micrófono pasó de nuevo a **José Armillas**, que nos dejó una imagen muy potente: **“Hay un componente ético en el uso de la IA, pero eso no es un tema legal. Aquí entra la moral. Si yo tengo un cuchillo y lo uso para matar, pues lógicamente acabo en la cárcel. No necesito regular el cuchillo”**.

El directivo expresó su deseo de avanzar con el uso de la IA, de crear valor y que el regulador se limite a poner frenos ante los desvíos. **Los frenos no pueden estar de antemano, ya que ponen trabas al avance de la innovación** y, en último lugar, perjudican a las compañías y a los usuarios. *“Los malos se van a saltar la regulación exista o no. Entonces, ¿Para qué?”*

# La inteligencia artificial como clave para la inclusión financiera y la hiperpersonalización

**Fernanda Murillo, de Milenio Diario**, pidió en ese momento la palabra y consultó a nuestros expertos sobre cómo **la IA podría funcionar como una herramienta para bancarizar a los sectores de la población que se encuentran fuera del sistema tradicional**. El Head of Data respondió que la tecnología tiene el potencial para descubrir nuevas maneras de hacer lo mismo de formas más eficientes.

*“Creo que en muchos negocios, entre ellos la banca, no se preocupan de **cómo piensa la gente, qué comportamientos tiene, cómo es su corazoncito y cómo le puedo llegar**. Están más preocupados por colocar sus productos, que es lo que han hecho toda la vida. **Para poder sacarle partido a la inteligencia artificial tenemos que entender mejor a las personas y el comportamiento humano**”.*

Pilar Villuendas, Directora de Servicios Financieros-Banca en Minsait, quiso añadir que **la tecnología nos permite generar modelos precisos, pero es necesario que el gobierno estimule la bancarización con beneficios fiscales**.

*“Los jóvenes, los nuevos empresarios y los negocios no formales pueden no ver ventajas en la bancarización, por más modelos matemáticos que generemos”.*

Se habló entonces de la inversión que Estados Unidos acaba de anunciar para su **Proyecto Stargate**, un paso decisivo en la carrera por la inteligencia artificial. Se enfocarán en crear el mayor centro computacional de IA del mundo realizando una **inversión de 500 mil millones de dólares**, financiada tanto por el gobierno como por empresas como OpenAI, Oracle y SoftBank.

# Estrategias para crear relaciones de confianza a través de la IA en banca

Gustavo enfocó de nuevo la conversación, cediendo la palabra al Head of Data de Banamex, que platicó sobre el granito de arena que aporta su entidad en materia de bancarización: *“Nosotros hemos hecho un piloto con el Tec de Monterrey en el que realizamos una serie de diagramas geolocalizables para colocar allí a las poblaciones e **intentar alcanzar a través de las sucursales al mayor número de gente no bancarizada posible** para ofrecerles nuestros servicios. Nos apoyamos en AI y resultó un caso muy sencillo de implementar.”*

Fue el momento elegido por uno de los responsables Fintech para platicar sobre **el futuro de la banca**, el bloque final de este foro. El directivo explicó que la banca debe enfocarse en el llamado trusted banking. **Establecer relaciones de confianza con los clientes** para aumentar la retención y la rentabilidad. **Raymundo Ramírez, Director Business Consulting de Minsait**, apuntó que **la IA puede facilitar la creación de nuevos modelos de negocio**. Explicaron que hiper personalizar la oferta es posible si se visualiza y comprende el comportamiento de los clientes.

*“Una de las cosas que creo que son fundamentales para la banca es hacer un ejercicio de **higiene de datos**, pues es ahí donde la gente puede crear gran valor agregado. Es algo **necesario para que un producto toque a un cliente**”, dijo **Nadia L. Lezcano, Strategic Partnerships***

**& CVC de HSBC. Rafael Odreman, Head of Strategic Partnerships de Finnosummit, estuvo de acuerdo y añadió :**

*“Estamos trabajando con un banco (que es top cinco) en un proyecto de **hiper personalización de la oferta de los productos y servicios**. Lo que hacemos es ayudarlo a buscar proveedores y fintechs que estén trabajando en eso”. El verdadero valor de la hiper personalización está en **cómo los bancos aprovechan los datos transaccionales para mejorar la experiencia del usuario**.”*

*“No se trata sólo de analizar créditos o riesgos, sino de entender el comportamiento financiero diario de cada cliente. ¿Cómo gasta? ¿En qué momentos necesita apoyo financiero? ¿Cómo puede ahorrar sin esfuerzo? Si utilizamos esta información correctamente, podremos ofrecer **soluciones financieras proactivas y personalizadas que realmente faciliten la vida del usuario**”, explicaba la Subdirectora de Innovación y Nuevos Productos de Prosa, **Luz Elena**.*

Los presentes estuvieron de acuerdo en que **el objetivo no es que el cliente entienda la tecnología, sino que sienta que su banco lo conoce y lo acompaña** en cada decisión. *“Una solución, que es sencilla, que es fácil, que le resuelve la vida. Ahí sí le estoy dando la información que necesita. Valdrá la pena usar sus datos, pues hacemos buen uso de ellos”.*

# El futuro del sector financiero: Algunas claves para aprovechar la tecnología que viene

Con estas conclusiones, Gustavo cedió la palabra a **David Conde**, "un privilegiado que conoce las tripas de muchos bancos", para que diera su opinión y pusiera el broche de oro a este I Foro de IA y Banca. "**La inteligencia artificial es una gran oportunidad. Para aprovecharla, primero tenemos que ser capaces, como bancos, de no ser tan rígidos y movilizar nuestros datos a la nube**".

"**La información es lo que nos permite establecer relaciones fuertes, estables y duraderas con nuestros clientes. Ya hemos hablado de que el dato se mueve anonimizado y encriptado, por lo que el entorno cloud minimiza el riesgo. Contar con proveedores con experiencia y años de trabajo a sus espaldas es siempre un requisito indispensable**".

**Diego Romero** agradeció a todos y todas su participación, insistió en la importancia de **este tipo de debates, pues "generan una plática muy enriquecedora"**.

Emplazó al auditorio a seguir discutiendo en el espacio habilitado para **networking** y a continuar compartiendo ideas, fortaleciendo conexiones y **explorando nuevas oportunidades para el sector financiero y tecnológico**.

**Conoce a**  
**COCO,**  
el motor  
de IA de  
Coinscrap  
Finance,



# Resultados

## ENCUESTA DE OPINIÓN

Nuestros invitados respondieron algunas preguntas sobre los principales retos y oportunidades que supone esta tecnología para el sector financiero en la región:

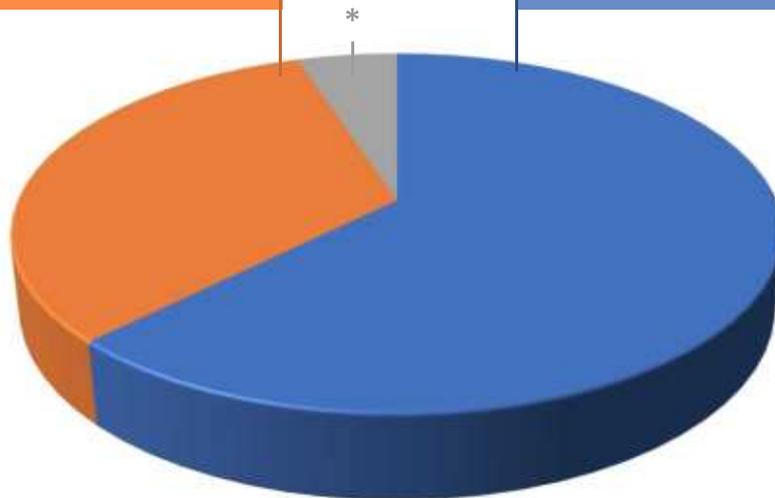
¿Tu compañía está aplicando IA para personalizar la experiencia de sus clientes?

**32,5%**

**Están interesadxs en implementar la IA en un futuro cercano.**

**62,5%**

**Utilizan IA para customizar la experiencia de usuario.**



Los datos reflejan un acuerdo sobre la importancia de brindar experiencias hiper personalizadas a los clientes de banca. La mayoría de los participantes del evento reconoció que **los usuarios exigen cada vez más servicios financieros que aporten un valor real** a sus vidas, estableciendo un nuevo estándar en la industria.

## ¿Crees que la IA supone un desafío en seguridad para la Banca?



El 100% de los participantes afirma que **la adopción de IA representa un desafío significativo en términos de ciberseguridad**. Este resultado pone de manifiesto las preocupaciones sobre cómo garantizar la protección de datos sensibles en un entorno cada vez más digitalizado. Las instituciones reconocen que **la seguridad debe evolucionar a la par de las innovaciones tecnológicas** para proteger la información.

## ¿Crees que tu empresa está preparada para aplicar IA a los datos de clientes?

El 100% de las respuestas a esta cuestión fueron **negativas**. Esto refleja una falta de confianza en las políticas internas de las entidades financieras, así como en la **agilidad de los reguladores y los estados para cumplir con los estándares éticos** necesarios en la implementación de IA. Esta carencia podría representar un obstáculo crítico para la adopción masiva de soluciones basadas en IA.



# ¿Cuál crees que será el impacto de la IA en el futuro de la Banca?

Se pidió a los participantes que **valoraran en una escala del 1 al 5 su grado de conformidad** con las siguientes afirmaciones, siendo 1 "Totalmente en desacuerdo" y 5 "Totalmente de acuerdo":

## Desaparecerán las oficinas físicas

Los expertos consideran que las oficinas bancarias no desaparecerán pero su rol dentro del ecosistema financiero podría transformarse. La digitalización seguirá ganando terreno, pero la interacción física todavía será relevante en ciertos contextos.

Puntuación:

2

## Los clientes recibirán ofertas y servicios hiper personalizados

Todos y todas coinciden en que este enfoque permitirá a las entidades financieras anticiparse a las necesidades de sus clientes, ofreciéndoles soluciones a medida que mejoren su experiencia general con la banca online.

Puntuación:

4,6

## Nuestra relación con los bancos será a través de asistentes virtuales

Los participantes ven esta tecnología como un complemento, más que como el único canal de comunicación con el cliente. Los chatbots tienen el potencial de optimizar la gestión de consultas pero no sustituye a otros métodos de atención.

Puntuación:

2,6

## Las fintech dominarán el mercado

Aunque las fintech representan una fuerza innovadora, no se perciben como una amenaza para el liderazgo de los bancos. Más bien, se espera que ambos actores convivan y colaboren para construir un ecosistema financiero más eficiente.

Puntuación:

1,8

# Conclusiones

Nos encontramos ante una realidad ineludible: **la inteligencia artificial no es solo una tendencia, es una fuerza transformadora que está rediseñando los cimientos del sector financiero.** Sin embargo, este potencial también trae consigo retos significativos que no pueden ser ignorados si se quiere aprovechar esta tecnología de manera efectiva y responsable.

**Las empresas aquí representadas consideran una prioridad construir un marco regulatorio robusto y armonizado,** que combine la protección de los derechos de los consumidores con la capacidad de innovar. Las entidades que lideren este esfuerzo, estableciendo estándares claros y transparentes, serán las que se posicionan como referentes en la industria.

**La ciberseguridad también se presentó como una preocupación crítica.** La IA aumenta las oportunidades, pero también los riesgos. Los participantes coincidieron en que las amenazas cibernéticas serán cada vez más sofisticadas. Para mitigar estas amenazas, es imprescindible adoptar un enfoque proactivo que combine tecnologías avanzadas con formación continua para los equipos de seguridad.

Por otro lado, **el uso de la inteligencia artificial para lograr la hiperpersonalización en los servicios financieros constituye una oportunidad que merece ser aprovechada.**





La industria se mueve hacia un modelo donde los clientes reciben ofertas y servicios ajustados a sus necesidades individuales, creando relaciones más profundas y duraderas.

¿Cómo podemos lograrlo? A través de **los sistemas avanzados de enriquecimiento de datos** y el desarrollo de herramientas digitales que **optimizan la experiencia de usuario**. Analizando datos de transacciones pasadas, comportamiento de compra y patrones de interacción, la IA puede identificar preferencias, hábitos y necesidades específicas de cada cliente.

Este proceso permite que las entidades financieras ofrezcan **servicios altamente segmentados, como recomendaciones de ahorro personalizadas o alertas sobre oportunidades de inversión** que se alinean con el perfil financiero único de cada persona. Gracias a la tecnología, las organizaciones pueden obtener clústeres más precisos de sus usuarios.

Finalmente, los resultados del evento dejaron claro que **la tecnología debe ser vista como una herramienta para democratizar los servicios financieros**. Desde la inclusión de sectores tradicionalmente desatendidos hasta la creación de soluciones que trascienden las fronteras geográficas, la banca tiene el poder de utilizar la IA para construir un futuro más equitativo y accesible.

# Agradecimientos

---

Queremos dejar constancia en estas líneas de **nuestra gratitud hacia los expertos que han participado en este I Foro de IA y Banca**, en lo que esperamos sea el primero de muchos debates que ayuden a la industria financiera a **disparar su potencial de innovación**. Agradecemos la inestimable participación de:

**Alejandro Antonio Mendoza**, Head of Data Innovation, Baz.  
**Angélica Arana**, CIO, Multiva.  
**David Conde**, CEO, Coinscrap Finance.  
**Diana Sánchez**, AI People Strategy Lead, HSBC.  
**Diego Romero**, Head of Business Development LatAm, Coinscrap Finance.  
**Erick Velasco**, Ejecutivo de Cuentas, Eureka & Co.  
**Eva Cobos**, International Market Access & Network Strategist, ICEX.  
**Gabriel Hernández**, Head of Innovation, Prosa.  
**Germán Carlos Ballesteros**, Director de Productos No Financieros, Finsus.  
**Gustavo Salaiz**, Director Fintech Academy, Fintech México.  
**Irad Olivares Rivas**, Head of AI, Invex.  
**Isabel Salazar**, Head of Product, Techreo.  
**Javier Cruz**, Director Producto Digital, Mifel.  
**José Adrián Coria**, Chief of Innovation, Caja Morelia Valladolid.  
**José Armillas**, Head of Data, Citibanamex.  
**Julio Velázquez**, Director General Google Cloud México, Google.  
**Luz Elena Valencia**, Subdirectora de Innovación y Nuevos Productos, Prosa.  
**María Peña**, Consejera Económica y Comercial Jefa, Embajada de España en México.  
**Muriel Ernesto García**, Director Ejecutivo Innovación, Mifel.  
**Nadia Lezcano**, Strategic Partnerships & CVC, HSBC.  
**Oscar Díez**, CEO, Rubrick.  
**Pilar Alejandra Villuendas**, Directora de Servicios Financieros, Minsait.  
**Pilar Sanchez-Labrador**, COO, SLLM.  
**Rafael Odreman**, Head of Strategic Partnerships, Finnovista.  
**Raymundo Ramírez**, Director Business Consulting, Minsait.  
**Salvador Michel**, CTO, Vexi.

De igual manera, agradecemos a nuestros colaboradores institucionales, cuyo apoyo ha sido clave para hacer de este foro un evento que, sin duda, impulsará el ecosistema financiero de la región.

**Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en México.**  
**Asociación Fintech México.**

Medios acreditados: El Economista, Iupana, Reuters, Expansión, Milenio Diario, El Financiero, ADAC.

---



# Desata el poder del **dato transaccional**



**Diego Romero Tuccio**

Head of Business Development LatAm

[diego.romero@coinscrapfinance.com](mailto:diego.romero@coinscrapfinance.com)

*"Estamos seguros de que este encuentro hará posible un avance significativo en materia de innovación y adopción de la IA en el sector. Un avance que priorice la seguridad de los datos, la satisfacción del cliente y el valor de la tecnología en la banca del futuro".*