

FLICKR / SIMON FRASER UNIVERSITY



Los bancos esperan ofrecer sus servicios a través de llamadas robotizadas.

Los bancos le apuestan al próximo gran éxito asesores financieros robotizados

## Chatbot: El robot banquero

**DealB%k**

NATHANIEL POPPER

La semana pasada, Bank of America, MasterCard y varios emprendimientos financieros anunciaron una nueva herramienta, llamada "chatbot" que les permite a los clientes hacer preguntas sobre sus cuentas financieras, realizar transacciones y recibir

consejos financieros mediante mensajes de texto y servicios como el Messenger de Facebook y Echo tower de Amazon.

Las empresas aspiran convertir los chatbots en asistentes financieros automatizados que presten todos los servicios, como hacer pagos y llevar presupuesto del usuario.

Estos robots suelen estar impulsados por software de inteligencia

artificial, que les permite consultar datos y convertirlos en respuestas comprensibles, como trata de hacer Siri de Apple.

Unos cuantos emprendimientos ya han tenido éxito) y atraído la atención de los bancos (creando chatbots que cumplen tareas financieras determinadas.

© The New York Times 2016

### DIGIT

Ofrece una aplicación móvil para iOS y Android que monitorea los hábitos de gasto del usuario y pone pequeñas cantidades de dinero de una cuenta de cheques en una cuenta de ahorro Digit varias veces al mes. Todas las interacciones se canalizan a través de mensajes de texto. La compañía ha recaudado 36 millones de dólares de capitalistas de riesgo y ahorrado 230 millones de dólares para sus clientes desde que empezó en 2015.

### ERICA Y KAI

El ahorro es una de las funciones incorporadas en el producto de Bank of America, Erica. La primera versión que presentó el banco la semana pasada también lleva cuenta de la puntuación de crédito del usuario, observa los hábitos de gasto y ofrece consejos para liquidar las cuentas, junto con la transferencia de dinero. MasterCard reveló Kai, que estará disponible a través de los bancos que emiten su tarjeta. Erica y Kai aún no están disponibles.

# BUSINESS SENSE

ANÁLISIS, IDEAS Y COMENTARIOS DE



AFP / EXPRESO



La coincidencia en el crecimiento de la economía china se volvió motivo de incredulidad para quienes critican al país de maquillar sus finanzas.

## ATINADA COINCIDENCIA

# CRECIMIENTO CHINO ¿TODOS SE VEN IGUALES?

Por tercer trimestre consecutivo la economía de China aumentó 6.7%



THE ECONOMIST

China reportó que su economía había crecido en 6.7% en el tercer

trimestre. Habría sido un titular tranquilizador y poco sorprendente, excepto que China había reportado exactamente la misma cifra para el trimestre anterior; y para el que le antecedió.

Esta extraña consistencia invitó a las burlas de muchos "escépticos de los datos" de China, quienes desde hace tiempo han argumentado que el país maquilla sus cifras. China ha crecido al mismo ritmo de un trimestre al siguiente en numero-

sas ocasiones. Nunca antes, sin embargo, ha afirmado haber crecido a exactamente en la misma tasa por tres trimestres consecutivos.

Esta triple repetición del crecimiento no carece totalmente de precedentes. Otros siete países han reportado la misma tasa de crecimiento durante tres trimestres consecutivos, según una base de datos que se extiende a 83 países desde 1993, recopilada por la Unidad de Inteligencia

del Economist.

### China constancia

Contrario a la creencia popular, las estadísticas del PIB de China no siempre han sido inusualmente constantes. Desde 1993, la brecha promedio entre el crecimiento de un trimestre y el del siguiente ha sido de más o menos 0.77%. Catorce países, incluido Estados Unidos, han reportado una brecha promedio más pequeña.

En los últimos años,

sin embargo, los zigzags en el crecimiento de China han sido menos pronunciados. Desde 2012, solo Francia y Jordania han disfrutado de un crecimiento más estable, según las mediciones de la diferencia estadística, un parámetro común de la volatilidad, y solo Indonesia ha registrado una brecha promedio más pequeña entre el crecimiento de un trimestre y el del siguiente.

O los formuladores de políticas de China son

recientemente exitosos en estabilizar el crecimiento o sus especialistas en estadísticas están recientemente decididos a suavizar los datos. Si se debe culpar a los estadísticos, sin embargo, uno se pregunta por qué no se esfuerzan un poco más en ocultarlo.

© 2016 Economist Newspaper Ltd. Londres 29 de octubre, 2016. Todos los derechos reservados. Reimpreso con permiso.

## Qualcomm comprará a NXP Semiconductors

**DealB%k**

CHAD BRAY

Qualcomm anunció haber acordado adquirir NXP Semiconductors por 38 mil 500 millones de dólares, el convenio de adquisición más reciente en la industria del chip, que se está reduciendo rápidamente.

Los fabricantes de semiconductores le están apostando a la llamada Internet de cosas: la digitalización de productos

cotidianos como relojes, refrigerados y autos. Pero la industria ha sido afectada por los altos costos y las presiones de precios, lo que ha erosionado los márgenes de ganancia.

Qualcomm precisó que esperaba generar 500 millones de dólares en ahorros en costos al año, dos años después de cerrar la transacción. La compañía combinada tendría más de 30 mil millones de dólares en ingresos anuales.

Según los términos del acuerdo, los inversionis-

tas de NXP recibirían 110 dólares al contado por cada acción que tengan. La unidad de Inteligentes de Mercados Globales de Standard & Poor's afirma que es el acuerdo de tecnología más grande que se haya hecho en Europa.

Se espera que para fines de 2017 se haya concluido la transacción, que todavía está sujeta a aprobación de los organismos reguladores y de los accionistas.

© The New York Times 2016

## ZTO Express de China tiene la OPI más grande del año

**DealB%k**

RYAN MCMORROW

ZTO Express es la compañía que más recientemente les ofreció a los inversionistas estadounidenses un pedazo del auge de Internet en China, promovida con la ayuda de miles de mensajeros en carritos eléctricos, que despachan prendas de ropa, lápices labiales y dispositivos electrónicos a la casa

de los clientes.

ZTO Express es una de las muchas compañías de reparto que han surgido en China para llevar paquetes del comerciante al consumidor, impulsando la enorme revolución del comercio electrónico que vive el país. China ahora es el mercado más grande de las entregas.

Ese concepto le permitió a ZTO recaudar mil 400 millones de dólares, mucho más de lo esperado, en la

oferta pública inicial de acciones el 27 de octubre. Esta fue la OPI más grande que se haya celebrado en Estados Unidos en lo que va del año, según Dealogic, proveedor de información sobre convenios.

La empresa obtuvo un ingreso neto de 115 millones de dólares en el primer semestre de este año, con un ingreso total de 639 millones.

© The New York Times 2016

SE ACOMODA EN FUTUROS PLANES DE LA EMPRESA

# Así está la oferta de AT&T por Time Warner

Incrementar su red de datos y ofrecer contenido a sus clientes justifican la puja de 85 mil mdd

DealB%k

ANDREW ROSS SORKIN

Jeffrey Bewkes, director general de Time Warner, aceptó venderle Time Warner a AT&T por 85 mil millones de dólares, en un convenio que, de ser aprobado por los reguladores va a influir enormemente en el mundo de los medios y las telecomunicaciones y, a fin de cuenta, en la forma de consumir y pagar por los programas preferidos de televisión.

Bewkes tenía una buena razón para ser escéptico respecto de las grandes fusiones en las que se combinaba la distribución y el contenido: son complejas y difíciles de que tengan éxito e invariablemente se enfrentan a los vientos contrarios de los organismos reguladores, que sin duda les atan las manos en su afán de proteger a los consumidores de conductas anti-competitivas.

La preocupación de

los defensores del consumidor y de las empresas rivales, por supuesto, es que para que hacer que el acuerdo le funcione estratégica y financieramente, AT&T va a usar el contenido de Time Warner como arma contra sus rivales, elevando el precio que estos pagan por la trasmisión de canales como HBO y CNN, al tiempo que integraría esos mismos canales en los nuevos productos de AT&T a menor precio.

## Planes y preocupaciones

Randall Stephenson, director general de AT&T, desechó esa idea en una entrevista el domingo pasado, diciendo que era "ilógica" y que la quería "descartar". Insistió en que no tiene intenciones de limitar el contenido de Time Warner en los sistemas rivales y que "no tiene sentido comercial" restringir la programación de Time Warner.

Con todo, dio a entender que su meta final es crear una red inalámbrica usando tecnología de la siguiente generación, la llamada 5G, que computa no solo con los proveedores inalámbricos, sino también con las compañías de cable, proporcionando servicios de banda ancha de alta velocidad y de televisión. "Estaré muy decepcionado si no estamos a la par" de



Existen preocupaciones de agencias de protección al consumidor por la posible adquisición de parte del gigante de telecomunicaciones.

los proveedores de cable para 2021, afirmó.

Para los reguladores, esa noción puede ser atractiva y, al mismo tiempo, repelente. Por un lado, AT&T podría estar en condiciones de finalmente constituir una verdadera competencia para las compañías de televisión por cable, que por mucho tiempo han tenido una posición monopólica o duopólica en la mayoría de los mercados.

Pero por otro lado, los reguladores han tenido reticencias para permitir la fusión de compañías de cable para crear una hue-

lla realmente nacional por miedo de que ponga demasiado poder en manos de las distribuidoras. Por ejemplo, el gobierno impidió que Comcast adquiriera Time Warner Cable.

## ¿Para qué buscar este acuerdo?

Bueno, puede haber ciertos beneficios. Si bien AT&T probablemente no pueda usar la actual cosecha de canales de Time Warner para aporrear a sus competidores, sí podrá aprovechar a su equipo creativo para crear todo tipo de opciones

nuevas de programación, muchas de las cuales serían exclusivas de AT&T.

Por ejemplo, nada podría impedir que AT&T creara una versión mejorada de Go90 de Verizon, un canal original especializado. Go90 no ha tenido éxito pero AT&T podría aprovechar al equipo de Time Warner para crear la nueva generación de HBO. Y ese canal podría ser exclusivo del servicio de AT&T.

Como sea, Netflix y Amazon Prime, que son compañías nuevas, han demostrado que es posible crear excelente con-

tenido original sin necesidad de tener una compañía de linaje. Contrate a unos buenos ejecutivos creativos, muéstreles una chequera bien provista y podrá atraer libretos de gran calidad y actores de los más cotizados.

En el juego de ajedrez que es la industria de los medios, quizá tener a Time Warner le dé a AT&T una ventaja en un mundo que muy pocos hubieran podido imaginar hace apenas diez años. "Es la creación de imperios", dijo Greenfield.

© The New York Times 2016