



PERIÓDICO

PÁGINA

FECHA

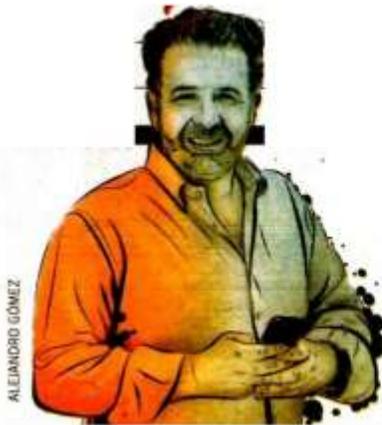
SECCIÓN

El Sol de México

PP-1-4-5

02/05/2022

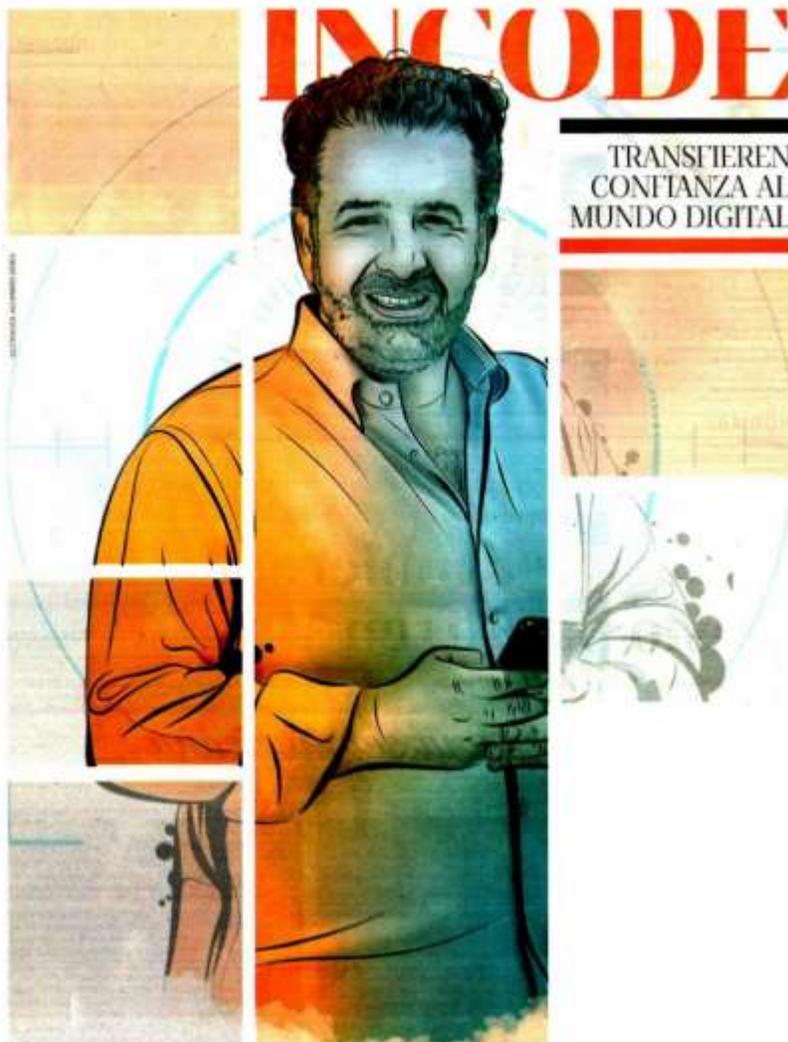
LEGISLATIVO



ALEJANDRO GÓMEZ

DISRUPTORES EL ÚLTIMO UNICORNIO

Incode, empresa que se especializa en la verificación de identidad de los usuarios, fue una de las últimas empresas mexicanas en alcanzar el estatus de unicornio en 2021





INCODE: LO QUE SABES, LO QUE TIENES Y LO QUE ERES

LA EMPRESA QUE SE ESPECIALIZA EN LA VERIFICACIÓN DE IDENTIDAD DE LOS USUARIOS, FUE UNA DE LAS ÚLTIMAS MEXICANAS EN ALCANZAR EL ESTATUS DE UNICORNIO EN 2021, AL HABER LOGRADO UNA VALUACIÓN DE MIL MILLONES DE DÓLARES

ERICK RAMÍREZ

Hay tres mantras en la industria de la autenticación de identidad digital. Ricardo Amper, fundador del unicornio Incode, los enuncia: Lo que sabes, lo que tienes y lo que eres.

El primero es una clave, lo segundo es una terminal para entrar a la web, como tu celular, y lo tercero –y más importante– es el rostro, siendo este último el más difícil de robar.

Con estos ejes es que Ricardo ha creado una de las startups mexicanas de mayor impacto en la vida cotidiana de todo aquel que tenga una cuenta digital.

Como la define él, Incode básicamente es una empresa que genera confianza. Dedicada toda su tecnología para la verificación de identidad de los usuarios.

Para ello principalmente Incode hace uso de tecnología de reconocimiento de biométricos así como de documentos de identidad mediante inteligencia artificial, tales como credenciales de elector, para asegurarse que las personas sean quienes dicen ser a la hora de abrir una cuenta en internet o realizar un proceso.

La plataforma recurre a 70 componentes de seguridad tales como las direcciones IP de los dispositivos, la corroboración del deseo de las personas para iniciar un proceso, características de las terminales de acceso a la web, la validación de los datos en las credenciales, y cada vez

más elementos de biométricos como la voz y las huellas digitales, etcétera.

“Somos una empresa de identidad y tecnología. Lo que hacemos es transferir al mundo digital la confianza que típicamente es fácil obtener de manera física”.

Actualmente la tecnología de Incode está siendo usada por empresas como **Banorte** al permitirle a sus usuarios autenticar su identidad en su banca digital, o al registrarse en los sitios de fans de los clubes de fútbol Atlas y Santos.

Asimismo en la Cámara de Diputados cuando se autentican los votos emitidos por los legisladores y ayudó al Instituto Nacional Electoral a lanzar servicios de verificación biométrica primero con la huella y después con el rostro.

Ricardo se guarda los nombres por temas de confidencialidad pero asegura que entre sus clientes están los principales nombres del sector bancario, de hospitales y consumo.

A pocos años de haber nacido, la empresa ya opera en Estados Unidos, así como en Inglaterra, Alemania, Rusia y Austria, además de México.

“Nuestra estrategia es irnos por los líderes de los mercados para tratar de hacer el cambio junto con ellos. El cambio no lo podemos nosotros solos, lo hacemos en sociedad con nuestros clientes”.

Dentro de los 70 componentes de seguridad que Incode revisa, ésta trabaja con cada empresa para saber cuáles son más relevantes para cada una y crea trajes a la medida, lo que le aporta flexibilidad en el abanico de servicios que ofrece.



"Toda esa tecnología que facilita las experiencias de las empresas es software que les vendimos. Nuestra plataforma tiene la manera de hacer una combinación infinita de factores que le sirvan para sus flujos, pero lo que más nos interesa saber es dónde está el dolor, nos centramos en los problemas que más nos indican".

Ricardo recuerda que antes de la implementación de Incode todas estas interacciones entre empresas y usuarios debían ser revisadas por personal humano, lo que era en detrimento de la velocidad, precisión y privacidad durante el proceso.

"Era la tarea perfecta para que un sistema de inteligencia artificial verificara todos esos documentos. Fue un cambio fundamental. Incode es la primera empresa hoy por hoy totalmente automatizada y es por eso que hemos crecido mucho en México y el mundo".

Según explica Ricardo, esta tecnología tiene implicaciones importantes basadas en la generación de confianza entre las partes.

En la medida en que se reduce la incertidumbre sobre quienes son sus usuarios, las empresas pueden ofrecer servicios y productos más rápidamente, o incluso más baratos considerando su historial, haciendo al mercado más incluyente.

La aplicación de este concepto puede imaginarse más fácilmente en el sector bancario con créditos preferenciales a usuarios ya identifica-

dos.

Y es que, según él, México de por sí es una nación donde se estima que sólo el 11 por ciento de las personas confían en otras, cuando en países como India esta proporción alcanza el 56 por ciento.

La única diferencia entre ambos países –dice Ricardo– es que India estableció desde su gobierno central un sistema nacional de identidad que es utilizado para casi toda interacción.

"La identidad es la puerta de entrada para casi todos los actos que hacemos de manera cotidiana. Entonces si a ese acto tú entras con confianza y con facilidad, pues lo haces más, haces más transacciones y así es como va creciendo un país".

Previo a crear Incode Ricardo había sido el fundador de la empresa enfocada en bebidas AMCO Foods, la cual fue adquirida por Bimbo en 2006, y luego de Grupo AMCO, enfocada en la producción de aceites y aromas químicos y el cual también fue adquirido pero por la alemana Brenntag Group.

Con sus ahorros personales Ricardo comenzó Incode en 2015 como una plataforma para compartir fotografías de manera inmediata utilizando inteligencia artificial para el reconocimiento facial de quienes aparecían en

ellas.

Según cuenta Ricardo, Incode tuvo que afinar su tecnología en entornos con poca resolución y banda ancha de mala calidad a tal grado que finalmente decidió pivotar a la empresa que es hoy.

En el camino había caído en cuenta de las carencias que había en el sistema mundial de seguridad basado en la revisión manual de fotografías, ampliamente vulnerable al error y el mal uso de datos personales.

"Comenzamos como una app de fotos pero cuando nos decidimos ir al tema de identidad fue porque nos dimos cuenta de que la manera en como casi todos nuestros competidores verificaban la identidad de las personas era haciendo que el usuario le tomara una foto a su credencial y luego mandaban esta credencial a un call center en Asía para que un humano la revisara. Obviamente la privacidad de las personas no estaba siendo protegida.

De manera destacada Incode fue de las últimas empresas mexicanas en alcanzar el estatus de unicornio en el 2021 al haber logrado una valuación de mil millones de dólares e inversiones por 220 millones en su última ronda de capitalización en la que participaron el Softbank japonés y los fondos General Atlantic, J.P. Morgan Technology Ventures, Capital One Ventures y Coinbase Ventures.

Todos estos fondos, habiendo participado anteriormente en el financiamiento de startups de alta relevancia en Latinoamérica como Rappi, Kavak, Justo, Crehana,

Clip o Gympass.

Asimismo Incode y Ricardo han sido seleccionados por casas editoriales como Bloomberg y Forbes como emprendedores del año.

"Incode proporciona un abanico de herramientas de autenticación y *onboarding* digital de clase mundial que ayuda a sus clientes a administrar las identidades de sus consumidores, al mismo tiempo que aumenta su confianza y reduce fricciones", dijo Paulo Passoni, socio gerente de los fondos de SoftBank Latin America con motivo de la inversión.

Sobre el haber alcanzado el estatus de unicornio para Incode, Ricardo reflexiona: "El *venture capital* es el gran democratizador, porque lo que permite es irrumpir en mercados que iban muy lento o que estaban monopolizados. Permite ser un gran disruptor y ayuda a elevar el nivel de vida de muchas personas.

"No depende principalmente de las conexiones que tengas o de la suerte que tuviste por la familia en que naciste, sino depende del trabajo, de qué tan inteligente y qué tan buzo eres".

Según explica, la pandemia representó una profunda disrupción dentro del mercado de la autenticación de identidad al haber incrementado la digitalización de los servicios y las personas. "En dos años sucedió lo que hubiera tomado diez".

Los procesos que aún no se habían digitalizado antes



del 2020 –refiere– lo eran debido a una mayor necesidad de seguridad entre las partes en mercados muy regulados, como el bancario.

En el caso de Incode, Ricardo confiesa que la pandemia fue un catalizador para alcanzar el estatus de unicornio.

“Era un sueño que pensábamos que sí lo íbamos a alcanzar pero en mucho más tiempo, no tan rápido. De haber estado fondeado el negocio con recursos propios, en un año la valuación creció 12 o 14 veces”.

Según refiere, la pandemia ha sido el inicio de un mundo sin carnets de identidad físicos, lo que dará paso a una identificación inmediata ligada a los biométricos en transacciones y trámites.

“El futuro es una identidad en todos lados, donde tú eres tu propia identidad y en donde tú nada más pasas como usuario ese proceso largo una sola vez. Lo demás es simplemente autenticarte con tu cara, dar consentimiento y listo.

“La gente ya no quiere ir a sucursales, a entrevistas de trabajo de manera física ni hacer check in cuando llegan a un hospital, todo eso va a quedarse de ahora en adelante.

“Con eso puedes generar servicios que sean 20 veces más poderosos que los actuales. Yo creo que la época en donde amasar datos y guardarlos de manera centralizada ya está muerta, lo de hoy es la descentralización, la privacidad y el uso de identidad biométrica”.

Sin dar números específicos, Ricardo asegura que las ventas de Incode durante 2021 crecieron 4x. Para este año –calcula– éstas crecerán 3x lo que representará que la empresa haya multiplicado por 10 su tamaño en sólo dos años.

Es en este contexto, asegura que Incode está montado en una ola de innovación tecnológica que apenas está

dando sus primeros frutos, pero que a la larga cambiará radicalmente la forma en la que vivimos.

“Este es el inicio de un cambio grande. Desgraciadamente la marca mexicana no es una marca fuerte, (...) me costó mucho trabajo levantar dinero. Para que mi primer fondo que me dijera que sí, me costó 98 fondos que me dijeran no consecutivamente y en total fueron 127.

“Hoy nosotros podemos volvernos el líder mundial de identidad. Con este círculo virtuoso que se está empezando a crear creo que puede con el tiempo empezar a cambiar la imagen que tienen las personas de México.

“No sé si lo vamos a lograr, pero sin duda lo estamos intentando y ahí la llevamos”.

Actualmente la tecnología de Incode está siendo usada por empresas como Banorte al permitirle a sus usuarios autenticar su identidad en su banca digital, o al registrarse en los sitios de aficionados, de los clubes de fútbol Atlas y Santos

Actualmente su tecnología está siendo usada por empresas como Banorte y los clubes de fútbol Atlas y Santos

“Nuestra estrategia es irnos por los líderes de los mercados para hacer el cambio junto con ellos, porque no lo podemos hacer nosotros solos”



PERIÓDICO

PÁGINA

FECHA

SECCIÓN

El Sol de México

PP-1-4-5

02/05/2022

LEGISLATIVO

