

¿Cómo adaptarse a la crypto-revolución financiera en LATAM desde las agencias?

Ciudad de México. 27 de abril. - El uso de las **criptomonedas** continúa siendo polémico, pero cada día deja de ser un elemento extraño en las noticias. Todos los días aparecen más y más notas en los diarios sobre la utilización de estas [monedas digitales](#), sus regulaciones, compras exuberantes y hasta gobiernos que apuestan por una revolución financiera a través de Internet.

Revolución financiera y digital a la vista

Las criptomonedas son una divisa digital que nació como una alternativa a las monedas fiduciarias como el dólar, euro, yen, entre otras. Entre sus beneficios reduce el costo de la transacción, reduce los tiempos, y elimina la necesidad de usar agentes financieros. Pero, para nadie es un secreto que su uso ha sido controversial, el marketing detrás de la [cripto revolución](#) financiera ha sido bastante llamativo.

En el continente americano tenemos dos casos de países que dieron el salto a favor de la regulación de estas divisas: **El Salvador**, que el pasado mes de junio de 2021 se convirtió en el primer país en aceptar **Bitcoin**, y **Cuba**, que en agosto del mismo año aceptó dicha moneda como una alternativa para evitar las sanciones al bloqueo estadounidense. Además, **Brasil** confirmó este mes de abril el inicio de un programa piloto para lanzar el “**real digital**” como medio de pago que podría comenzar a finales de 2024.

“Al igual que los gobiernos, las agencias de publicidad y comunicación deben estar preparadas para las monedas digitales. La apuesta por una descentralización de los servicios financieros es grande, tenemos que estar listo para soportar las operaciones de nuestros clientes.”, dijo **Alan Lara, CFO de [another](#)**, la agencia con aliados globales con la mayor oferta en América Latina.

¿Estamos preparados?

De acuerdo con un estudio de [Comscore](#), durante abril de 2021, en Latinoamérica las principales redes sociales registraron 95 mil menciones en relación a las exchanges de criptomonedas donde más del 90% se realizaron a través de Twitter y representa un incremento del 30% en comparación al mes anterior.

*“Con el **aumento de la popularidad de las criptomonedas** y su posible regulación en la región, es importante que las agencias entiendan cómo adaptarse para aprovechar las oportunidades que esta nueva tecnología ofrece”*, comentó Alan Lara.

Ante este panorama, el CFO de another presentó algunos puntos que toda agencia debe tener en cuenta para una muy posible regulación del mercado financiero digital, desde la visión de la prestación de servicios para anunciantes y la industria de la publicidad y marketing digital:

another

Cripto educación

Una forma en que las agencias pueden comenzar a prepararse es educándose sobre las criptomonedas y su tecnología subyacente, **blockchain**. A medida que la tecnología evoluciona, también lo hacen las regulaciones gubernamentales en torno a las criptomonedas. Por lo tanto, las agencias deben mantenerse actualizadas sobre los cambios en la legislación y trabajar dentro de los límites legales establecidos para no correr el riesgo de infringir ninguna ley.

Tecnología a la mano

“Otra forma en que las agencias pueden adaptarse a la crypto-revolución financiera es mediante la integración de la tecnología blockchain en sus operaciones. Blockchain ofrece una mayor seguridad y transparencia en la cadena de suministro publicitaria, lo que puede ayudar a abordar los problemas de transparencia en el mundo de la publicidad digital; desde contratos para la utilización de medios hasta la contratación de Influencers”, señaló Alan Lara.

También es importante para las [agencias](#) reconocer la importancia de las criptomonedas en la economía global y cómo pueden afectar a sus clientes. Por lo tanto, deben ser capaces de asesorar a sus clientes sobre las posibilidades y riesgos de las criptomonedas, así como ayudar a desarrollar estrategias de marketing y publicidad que incorporan su uso.

Block - change!

Al mantenerse actualizadas sobre las regulaciones gubernamentales y educarse sobre las criptomonedas y su tecnología, las agencias pueden prepararse para aprovechar las oportunidades que esta nueva tecnología ofrece. La integración de la tecnología blockchain en las operaciones publicitarias y la capacidad de asesorar a los clientes sobre las criptomonedas también son clave para mantenerse a la vanguardia en un mundo cada vez más digital, finalizó el experto.

###