



Universidad de San Andrés

Escuela de Negocios

Maestría en Gestión de Servicios Tecnológicos y de Telecomunicaciones

***Descripción y análisis de la disrupción tecnológica en los
servicios financieros impulsado por empresas de tecnología
en Latinoamérica.***

Autor: Pedro Pablo Bachella

Legajo: 28.589.574

Director de Tesis: Enrique Hofman

Buenos Aires, 2019



Master in Business & Technology

TRABAJO DE TESIS

Descripción y análisis de la disrupción tecnológica en los servicios financieros impulsado por empresas de tecnología en Latinoamérica.

Autor: Lic. Pedro Pablo Bachella

Director de Tesis: Ing. Enrique Hofman

Buenos Aires, Argentina

2019

Agradecimientos

A Stella por su apoyo y su cariño.

A Pedrito, disculpas por el tiempo que no compartimos.

Al TeamUber por compartir 2 años increíbles de educación y viajes al Campus, en especial a Natalia y Mónica por su colaboración con este trabajo.

A los profesores de la Universidad.



Universidad de
SanAndrés

Resumen ejecutivo

La industria financiera fue un sector que tuvo como únicos actores a las entidades financieras tradicionales y bancos; carentes de innovaciones transformacionales, y que ahora deben convivir con un nuevo actor: las empresas FINTECH.

El presente documento tiene como objetivo realizar un análisis y descripción de las empresas tecnológicas que brindan servicios financieros, teniendo como eje la transformación tecnológica a la que está siendo sometida la industria financiera y su impacto en la inclusión financiera.

Para entender como se está conformando el nuevo ecosistema con la llegada de las Fintech, se utilizó informes generados por organismos de crédito, consultoras de primer nivel y autores que también han desarrollado el tema, por mencionar algunos: informes de Capgemini, KPMG, el BID; y autores como bla bla bla. También, se recolectaron las opiniones de distintos referentes de los actores del ecosistema, CEOs de Fintech, responsables de tecnología, especialistas y consultores de industria, entre otros.

Los fondos de inversiones reconocen el potencial de las Fintech para generar nuevos negocios, evidenciado por los grandes acuerdos cerrados a nivel global, No obstante, surge que las empresas Fintech son otro jugador más del ecosistema, dado que montan sus servicios, o la mayoría de ellos, sobre la estructura del sistema financiero tradicional. Esto implica que con mayores actores desintermediando la operatoria de los servicios financieros se incrementa la transparencia, bajan los costos y aumenta su capilaridad.

La evidencia recabada permite asegurar que las Fintech proponen un modelo de negocio centrado en el cliente y no en los productos, al mismo tiempo que llegan a lugares a donde los bancos no pueden llegar o no les interesa llegar, promoviendo la integración financiera de segmentos desatendidos o subatendidos, con mayor accesibilidad, mayor usabilidad, mayor seguridad y menores costos.

Palabras clave:

- Fintech
- Banco

- Transformación tecnológica
- Servicios financieros
- Integración Financiera
- Entidades financieras tradicionales
- Fondos de inversión
- Desintermediando



Universidad de
SanAndrés

Introducción

Todos los aspectos de las relaciones humanas se están informatizando, programando, convirtiendo en software. Sucede con cientos de cosas cotidianas, que han sido naturalizadas y hasta resultan ser obvias, por ejemplo: Tener la agenda en el celular, comprar entradas para el cine, realizar videollamadas, utilizar los sensores del teléfono para localizar direcciones, reservar turnos en el médico, etc. Lo mismo está sucediendo con los servicios financieros, el dinero es un commodity y se está digitalizando. Pero toda la tecnología sin la conexión no hubiese resultado, es por eso que la característica más disruptiva de Internet fue que desafió los mecanismos de distribución y los modelos de negocios establecidos. Fue la responsable de la desaparición de marcas de larga data en publicaciones editoriales, video, música y ventas minoristas; la desintermediación de los agentes de viajes y agentes de seguros; y la creación de nuevos gigantes como el Amazon (Brett King, 2014). Lo mismo sucede con los servicios Financieros.

Los servicios financieros estuvieron durante más de dos siglos dominados por los bancos y nadie duda de que sigan existiendo en el futuro, pero ya no estarán solos. El surgimiento de las empresas Fintech, startups de tecnología, se suman como un nuevo jugador al mapa de los prestadores de servicios financieros. Mientras los bancos se centran en los productos, las Fintech se centran en los clientes y en lo que ellos necesitan, aunque no sea rentable.

En los últimos años, la industria financiera ha experimentado un rápido crecimiento en la adopción de tecnología. Los bancos y los fondos de capital han realizado inversiones considerables en Fintech, lo que refleja sus expectativas de un cambio sustancial en la industria.

Este trabajo será un recorrido por diferentes temáticas comenzando en el Capítulo II se definiendo que es una Fintech, como ha sido su evolución y como es su relación en el ecosistema de servicios financieros actual, sentando las bases para tener una perspectiva del futuro de la industria. Además, se describen algunos casos de empresas de tecnología de diverso tipo que comenzaron a prestar servicios financieros desde un comienzo y otros que fue la evolución de su actividad principal. La industria financiera es una industria que ha ido

incorporando tecnología en la medida que el aumento de las necesidades de su negocio. Pero mientras van creciendo crean estructuras organizacionales pesadas, lentas, burocráticas y sus sistemas son un reflejo de esa organización. Las Fintech, por el contrario, no tienen esa herencia o, mejor dicho, esos sistemas legados.

El Capítulo III se aborda la estrategia de las empresas Fintech analizando el entorno competitivo, el marco regulatorio y, a lo que las Fintech deberían aspirar a ser, las plataformas.

Siguiendo el Capítulo IV, se desarrolla los conceptos de inclusión financiera, que implica la inclusión, los beneficios para la población y su estado actual. La inclusión financiera figura es un elemento fundamental para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sustentable (ODS) acordado por el G20, considerando que no existe una única condición para el logro de ODS sino que la inclusión financiera puede colaborar con el alcance de más de un ODS.

El trabajo de campo, detallado en el Capítulo V, consta de las entrevistas realizadas a referentes de la industria y su visión de cada uno de ellos con respecto al mismo tiempo de forma tal que se obtenga un consenso sobre la pregunta específica. Los resultados de las entrevistas y de las encuestas serán tomados, junto con toda la documentación analizada, como el sustento de las conclusiones.

Índice

Resumen ejecutivo	III
Introducción	V
Lista de figuras.....	VIII
Lista de tablas.....	IX
1. Capítulo I: Del trabajo.....	X
1.1. Preguntas de investigación	X
1.1.1. Pregunta Principal:	X
1.1.2. Preguntas complementarias:.....	X
1.2. Hipótesis.....	X
1.3. Objetivo general	X
1.4. Objetivos secundarios	XI
1.5. Alcance.....	XI
1.6. Metodología de investigación	XIII
2. Capítulo II: Las Fintech.....	16
2.1. Evolución los servicios financieros.....	17
2.1.1. Fintech 1.0 (1866-1987).....	19
2.1.2. Fintech 2.0 (1987 – 2008)	19
2.1.3. Fintech 3.0 (2009 – presente).....	20
2.2. El ecosistema Fintech.....	22
2.3. El modelo de negocios Fintech	25
2.3.1. Pagos y remesas	27
2.3.2. Préstamos	27
2.3.3. Crowd-Funding	28
2.3.4. Gestión de finanzas personales.....	28
2.3.5. Gestión de finanzas empresariales	29
2.3.6. Calificación crediticia, Scoring, Identidad y Fraude	29
2.3.7. Tecnologías para Instituciones Financieras	30
2.3.8. Seguros (Insurtech)	30
2.3.9. Trading y Mercados de Capitales.....	30
2.3.10. Gestión Patrimonial.....	31
2.3.11. Banca Digital.....	31
2.4. Redefinición de la cadena de valor.....	33
2.5. Fintech en el mundo	37
2.5.1. Fintech Hubs	37
2.5.2. Las Fintech en números.....	38
2.6. Algunos casos de éxito de la industria	45
2.6.1. Nubank	45
2.6.2. WeChat.....	46
2.6.3. Mercado Libre.....	48
2.6.4. M-Pesa	50
2.6.5. Lenddo	51
2.7. Comparación	52

3.	Capítulo III: Estrategia Fintech y Plataformas	54
3.1.	Entorno competitivo	54
3.2.	Plataforma Fintech	58
3.3.	El marco regulatorio.....	60
3.3.1.	Regulación activa	61
3.3.2.	Regulación pasiva	63
3.3.3.	Regulación restrictiva.....	64
4.	Capítulo IV: La inclusión financiera.....	65
4.1.	Los beneficios de la inclusión financiera	66
4.2.	Situación actual	68
4.3.	La hoja de ruta para la inclusión financiera.....	71
4.4.	El avance en América Latina.....	77
5.	Capítulo V: Trabajo de campo	79
5.1.	Preguntas para referentes del sector	79
5.2.	Principales conceptos recabados de las entrevistas.....	80
5.3.	Encuestas.....	82
5.3.1.	Encuesta Moni.....	83
5.3.2.	Análisis metadata Link.....	84
6.	Conclusiones	88
6.1.	Situación actual	89
6.2.	Las perspectivas del futuro de la industria Fintech	90
7.	Bibliografía	94
8.	Anexo I - Lista de entrevistados:.....	98
9.	Anexo II - Lista de empresas más valiosas	121
10.	Anexo III – Participación en evento de Industria.....	122

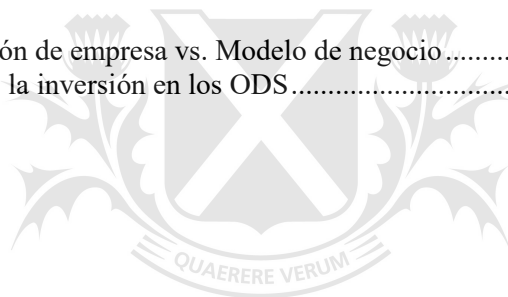
Lista de figuras

Figura 1.	Hitos de adopción tecnológica en la industria financiera.....	21
Figura 2.	Hitos de adopción tecnológica en la industria financiera (Cont.).....	22
Figura 3.	Unicornios Fintech en el mundo	23
Figura 4.	Actores del ecosistema Fintech.....	24
Figura 5.	Distribución de empresas por servicio.....	32
Figura 6.	Ecosistema Fintech Argentina	32
Figura 7.	Cadena de Valor en la industria Financiera.....	33
Figura 8.	Escenarios de la banca del futuro.....	34
Figura 9.	Ranking de los centros de innovación Fintech.....	37
Figura 10.	Ranking de los centros Fintech Latinoamérica.....	38
Figura 11.	Actividad de inversión a nivel global	40
Figura 12.	Distribución de la inversión. Global	41
Figura 13.	Ciclo de la exageración.....	42

Figura 14. Adopción de los servicios Fintech.....	43
Figura 15. Progreso de la adopción de Fintech a nivel mundial y en 20 mercados.....	44
Figura 16. Cuadro de estrategias competitivas.....	55
Figura 17. Esquema de un sandbox regulatorio.....	62
Figura 18. Mapa de la bancarización global.....	66
Figura 19. Mapa de la no bancarización global.....	68
Figura 20. Mapa de la teoría del cambio para la inclusión financiera.....	72
Figura 21. Inversión en redes de telecomunicaciones.....	73
Figura 22. Mapa de clientes no bancarizados con dispositivo móvil.....	74
Figura 23. Penetración de Internet en Latinoamérica.....	75
Figura 24. Usuarios de tarjeta de crédito.....	83
Figura 25. Frecuencia de uso por canal.....	84
Figura 26. Usuarios por tipo de canal.....	85
Figura 27. Transacciones por canal.....	85
Figura 28. Uso de dinero electrónico por provincia.....	86

Lista de tablas

Tabla 1. Comparación de empresa vs. Modelo de negocio.....	53
Tabla 2. Impacto de la inversión en los ODS.....	77



Universidad de
SanAndrés

1. Capítulo I: Del trabajo

1.1. Preguntas de investigación

1.1.1. Pregunta Principal:

- ¿Son las FINTECH las empresas que van a lograr acercar servicios financieros innovadores, ágiles y de bajo costo, para las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional, y que van a permitir mayores niveles de bancarización que potencien la economía en el país y la región de Latinoamérica?

1.1.2. Preguntas complementarias:

- ¿Es la ausencia o el bajo nivel de regulación de la industria Fintech lo que permite a estas empresas obtener ventajas competitivas por sobre la banca tradicional?
- ¿Cuáles son las principales barreras y/o desafíos a los que se enfrentan las Fintech para ganar espacio en el mercado de servicios financieros frente a la banca tradicional?
- ¿La banca tradicional deberá optar por continuar con su estrategia actual o deberán reconvertirse a empresas Fintech para sobrevivir en el futuro?
- ¿Es posible que una integración banca tradicional y las empresas Fintech?

1.2. Hipótesis

Hipótesis de trabajo: La adopción y aplicación de herramientas tecnológicas, desarrolladas por las empresas de tecnología, en los servicios financieros permiten crear productos y servicios innovadores, ágiles, eficientes y de bajo costo; que impulsen un mayor nivel de uso, inclusión y bancarización de la población en Latinoamérica. Sin embargo, existen barreras y/o desafíos, no solo tecnológicos o normativos, que dificultan los procesos de expansión y disponibilidad de los servicios a los usuarios.

1.3. Objetivo general

- Establecer y detallar las características de las Fintech, su impacto en la transformación

digital de la industria financiera y su rol en la inclusión financiera.

1.4. Objetivos secundarios

- Conceptualizar el modelo de negocio y los servicios de las Fintech.
- Examinar la influencia de las Fintech como aceleradoras de la transformación digital de las entidades financieras tradicionales y de los consumidores.
- Analizar cómo se relacionan las Fintech con los bancos tradicionales y los cambios que estas interacciones conllevan.
- Determinar que implica la inclusión financiera y el impacto de las Fintech sobre la misma.
- Evaluar la evolución en la adopción de los consumidores de servicios financieros provistos por Fintech en Latinoamérica.
- Analizar y enumerar las barreras más importantes a las cuales se enfrentan las Fintech para un desarrollo sustentable y duradero dentro de la industria, su modelo de negocios y estructura actual.

1.5. Alcance

En este trabajo se analizará que está sucediendo con la irrupción de empresas Fintech y que impacto futuro van a tener en la generación de servicios financieros para Latinoamérica. No obstante, al ser un fenómeno muy joven en la región se debe partir de un análisis más general de la evolución y del estado actual de la industria analizando que sucede en el resto del mundo y cuáles son las tendencias.

También, se tomarán como referencia casos de aplicación en la industria de forma que se puedan establecer comparaciones en relación con las ventajas competitivas que se generan a partir de la adopción de tecnológicas que permitan desarrollar nuevas plataformas de productos y servicios. Asimismo, se analizarán los desafíos a nivel tecnológico y de management a los cuales se enfrentan las empresas de tecnología que desean irrumpir en la industria de servicios financieros.

Para analizar la inclusión financiera se analizará bibliografía sobre la misma y se consideraran informes de organismos de crédito internacional y la visión de los especialistas.

El marco regulatorio actual al que están sujetas las entidades financieras y que supone una ventaja competitiva para las Fintech no será abordado en profundidad y de modo específico, mas será tenido en cuenta para el análisis y su impacto en el desarrollo de la industria.



Universidad de
SanAndrés

1.6. Metodología de investigación

Para la realización del presente trabajo se aplicará el método cualitativo, dado el grado de evolución que tiene la industria financiera y tecnológica de la que se cuenta con suficiente información relevante para poder llevar adelante este tipo de investigación.

Hablar de métodos cualitativos significan mucho más que técnicas específicas de recogida de datos. Siguiendo a Khun (1962) parecería más adecuado conceptualizarlos como paradigmas, es decir como un conjunto de suposiciones interrelacionadas respecto al mundo social que proporciona un marco filosófico para el estudio organizado del mundo.

Como expresa Apple (1978) lo cuantitativo o lo cualitativo no son simplemente modos de describir los hechos sino son más bien modos de atender a los fenómenos e interactuar con ellos.

El tipo de investigación será descriptiva, Best (1988). quien se refiere a la investigación descriptiva como aquella que minuciosamente interpreta lo que es. Está relacionada a condiciones o conexiones existentes, prácticas que prevalecen, opiniones, puntos de vista o actitudes que se mantienen, procesos en marcha, efectos que se sienten o tendencias que se desarrollan. La investigación descriptiva concierne a cómo lo que es o lo que existe se relaciona con algún hecho precedente que haya influido o afectado una condición o hecho presente. La tesis también tendrá un componente analítico, ya que se analizarán oportunidades y potencial de explotación de negocio para achicar la brecha de la inclusión financiera.

Al optar metodología cualitativa descriptiva se podría estar incurriendo en un sesgo no intencional respecto de la recolección de información y en el análisis y medición que se procura sobre la misma. Con el objetivo de subsanar o minimizar esta situación se realizará una triangulación entre diferentes instrumentos para lograr contrastar la información y los hechos. Tal como expresan Graner y otros (1956) Denzin (1970). Es conveniente utilizar para este fin dos o más métodos que converjan en las mismas operaciones cuyo resultado será el fortalecimiento. La triangulación nos va a permitir el contraste de datos e informaciones, enfrentan opiniones y comparar datos que permitan surgir nuevas informaciones que podrían haber estado ocultas; posibilitar el debate y la reflexión colectiva y autorreflexión.

Para llevar adelante la triangulación, a los efectos de poder comparar opiniones con el fin de demostrar si la hipótesis es válida, se realizarán encuestas y entrevistas a referentes de la industria y responsables (C-Level) de empresas Fintech de forma tal de poder contrastar puntos de vista respecto de un mismo tema. Se analizarán también conferencias y exposiciones.



Otra herramienta que será utilizada es el análisis de documentos para verificar si la misión, visión y valores de estas se condicen con los objetivos que pretenden lograr en el mercado.

A continuación, se encuentra el cuadro en el que se detalla las variables y las dimensiones de las misma a ser tomadas en consideración para la realización del presente trabajo. Dado que estos instrumentos aún no han sido construidos, ni diseñados en detalle, sólo se hará mención a ellos.

VARIABLE	DIMENSION	INDICADORES	INSTRUMENTOS
Inclusión Financiera	Nivel de bancarización	Crecimientos de usuarios de servicios financieros.	- Análisis de documentos - Publicaciones especializadas
		Adopción de los consumidores	- Análisis de documentos - Entrevistas a Expertos en Industria Financiera
	Barreras para el desarrollo	Crecimientos de usuarios de servicios financieros	- Análisis de documentos - Entrevistas a Expertos en Industria Financiera - Publicaciones especializadas
Fintech	Grado de adopción de los servicios financieros	Crecimientos de usuarios de servicios financieros	- Análisis de documentos - Entrevistas a Expertos en Industria Financiera
		Crecimiento del número de empresas	- Análisis de documentos - Entrevistas a Expertos en Industria Financiera
	Cadena de valor	Segmentos en que operan las Fintech	- Análisis de documentos - Participación de eventos de industria
		Tipos de servicios que prestan: créditos, ahorro, inversión, transacciones, pagos, etc.	- Entrevistas a Expertos en Industria Financiera y Tecnología

			- Participación de eventos de industria Análisis de documentos y páginas web
Barreras la expansión y desarrollo de las Fintech	Financiamiento		- Análisis de documentos - Entrevistas a Expertos en Industria Financiera - Participación de eventos de industria
	Madurez de los procesos de negocio		- Análisis de documentos - Entrevistas a Expertos en Industria Financiera
Estrategias competitivas	Existencia de áreas de innovación tecnológica o labs de investigación		- Análisis de documentos - Entrevistas a Expertos en Industria Financiera - Participación de eventos de industria

Para la realización de este trabajo se entrevistaron a 12 referentes de la industria. La lista de las personas que fueron entrevistadas, así como su cargo y una breve reseña de su trayectoria profesional y/o académica, se encuentra en el anexo 8. “Lista de entrevistados”. Se entrevistó a:

- 1 consultor de estrategias de industria financiera.
- 1 responsables de Banco Digital.
- 3 responsables de Empresa Fintech
- 2 responsables de Empresa Fintech de Soluciones tecnológicas para servicios financieros.
- 1 CTO de Empresa Fintech de préstamos de consumo.
- 1 funcionario de Ente Regulador.
- 1 gerente de desarrollo de Banco líder.
- 1 investigador y Docente sobre temas de inclusión financiera.
- 1 representante de la Cámara Argentina Fintech.

También se participó de un evento de industria (“Nuevo Dinero 2019”) donde convergieron distintos referentes y speakers para exponer sobre los principales temas como: banca digital, payments, crédito on line, cibermonedas, insurtech, inclusión financiera, préstamos digitales para PYME, innovación, cloud banking, inteligencia artificial y scoring alternativos, entre los más relevantes. (<https://www.roadshow.com.ar/tag/nuevo-dinero-2019/>)

2. Capítulo II: Las Fintech

La influencia de los cambios tecnológicos en todas las actividades humanas, así como en los valores de la sociedad, conllevan un desafío para todos los sectores económicos incluyendo las instituciones financieras. Hoy por hoy, la tecnología es un aliado que facilita la actividad empresarial y juega un papel fundamental en el crecimiento económico, lo que les da un papel crucial a las iniciativas de los gobiernos para promover la competitividad mediante el aprovechamiento de las tecnologías.

Los servicios financieros no son la excepción a los cambios tecnológicos, lo que ha llevado a una evolución a un nuevo tipo de empresa denominada Fintech.

Partiendo de su base etimológica, la palabra FINTECH proviene de la contracción de las palabras inglesas FINANCE (Finanzas) y TECHNOLOGY (Tecnología), podemos considerar que se trata de la denominación genérica que sirve para designar a todas aquellas actividades financieras que utilizan las nuevas tecnologías digitales de la información y de las telecomunicaciones para mejorar su eficiencia en la prestación de servicios financieros; en otras palabras son servicios financieros soportados por nuevas tecnologías (KPMG-Funcas, 2017).

Una definición más exhaustiva sería la adoptada por la FSB⁽¹⁾ para Fintech como "innovación financiera potenciada tecnológicamente que podría resultar en nuevos modelos de negocios, aplicaciones, procesos o productos con un efecto material pertinente en los mercados e instituciones financieras y en la provisión de servicios financieros".

Las Fintech han nacido como consecuencia de los cambios socioculturales que está experimentando la población en los últimos años, el cambio de mentalidad del consumidor, la evolución de sus expectativas y de sus hábitos de consumo e interacción, el avance de las telecomunicaciones potenciadas fuertemente por los dispositivos móviles; y de entender como la evolución de la tecnología, incluso de otros sectores, se puede aprovechar para mejorar los modelos de negocios actuales.

(1) El Consejo de Estabilidad Financiera (Financial Stability Board, FSB por sus siglas en inglés) es un organismo internacional que persigue la eficacia y estabilidad del sistema financiero internacional. Se creó tras la Cumbre del G-20 en Londres (abril de 2009) como sucesor del Foro de Estabilidad Financiera (FSF).

Es así que, las Fintech persiguen generar productos o servicios financieros que satisfagan al cliente facilitando su vida cotidiana gracias a la disrupción tecnológica. En comparación con las entidades financieras tradicionales, las Fintech pretenden brindar servicios financieros muy focalizados en el cliente con alto grado de personalización, rápidos y a menores costos; es decir: “centrarse en el cliente y no en el producto”.

Sus nuevos modelos de negocios realizan de manera expedita la gestión de los mismos, así como el lanzamiento de productos y servicios, a partir de la atención determinante a las necesidades de los clientes. Se dedican por completo a la innovación, e incluso, están dispuestos a pivotar sus ideas hasta alcanzar aquella que cumpla con los requerimientos de los clientes. La transformación digital de los servicios financieros se ha dado alrededor del mundo gracias a la variabilidad de cuatro elementos: una mayor demanda de los clientes, menores barreras de entrada, mejores accesos a capitales y los avances acelerados en la tecnología (Capgemini, 2017).

La industria Fintech creció rápidamente y sigue creciendo, encontrándose en estos momentos en una situación de auge. El rápido crecimiento no se constata solo en lo que se refiere a las cifras, sino también en el nivel de interés que este segmento despierta. Solo hace cinco años, el tema Fintech permanecía ausente de las principales discusiones tanto a nivel del sector público como del sector privado de la región. Tan solo hace 2 años, no existía una sola medición consolidada que permitiera apreciar todas las innovaciones en materia financiera que han venido progresivamente surgiendo (BID -Finnovista, 2018).

2.1. Evolución los servicios financieros

El desarrollo tecnológico ha acompañado la banca desde tiempos inmemoriales. La aparición de la escritura llevó a la existencia del registro (año 4.000 AC). La partida doble contable de la edad media implicó adoptar el concepto de riqueza (año 1.400) y permitió tener en cuenta el concepto de lo que se tiene, contra aquello que se debe. Los avances en el transporte y las telecomunicaciones determinaron el rumbo de los servicios financieros. Temas como la aparición del tren, el barco de vapor, la aviación y el telégrafo, marcaron el

final del siglo XIX y comienzos del siglo XX. Puede afirmarse que, el desarrollo de muchas tecnologías se ha visto potenciado por las necesidades de prestar servicios financieros. El desarrollo económico en la segunda parte del siglo XIX en los Estados Unidos se vio favorecido por la amplia oferta de bancos que podrían financiar los ambiciosos proyectos productivos que se emprendieron en dicho momento. Al respecto, se dice que los bancos y sus servicios financieros, se vieron favorecidos por la llegada del tren costa a costa, o la aparición del teléfono y la larga distancia. Esto permitió que zonas que eran prácticamente inexploradas, a la vuelta de unos años se urbanizaran con mucha velocidad (Daron y Robinson, 2012).

El surgimiento de la industria Fintech es nuevo y no alcanza más allá de la última década. No obstante, en los últimos 100 años hemos visto el logro de una gran cantidad de hitos en la historia del desarrollo de la tecnología aplicada a la industria financiera. Algunos puntos de referencia son (Arner, Barberis & Buckley, 2015):

- El primer cajero automático (ATM) del mundo fue inaugurado en 1967 por Barclays.
- La primera cuenta de cheques en línea se utilizó en 1995 por Wells Fargo.
- La plataforma de procesamiento de pagos online más importante, Pay-Pal, fue fundada en 1998.
- La primera criptomoneda fue lanzada en 2009 - Bitcoin.
- El lanzamiento de “Apple Pay” en 2016.

El enlace entre las finanzas y la tecnología tiene una larga historia. Según Arner, Barberis y Buckley (2015), se trata de un ecosistema que ha evolucionado en tres épocas distintas. La primera fue el impacto de la globalización, sucedido entre 1866 y 1987. Se le conoce como el Fintech 1.0 y estuvo soportada por el desarrollo de una infraestructura tecnológica como los cables transatlánticos de comunicación. A esta le siguió la época del Fintech 2.0, entre 1987 y 2008, durante la cual, las firmas digitalizaron cada vez más sus procesos. Fue a partir de 2008 cuando surgió una nueva era de Fintech en el mundo, el Fintech 3.0. Esta no se define por los productos o servicios financieros ofrecidos, sino por quienes los ofrecen y entregan. La última evolución de Fintech, liderada por startups, plantea desafíos tanto para los reguladores como para los mercados participantes, en particular para equilibrar los beneficios potenciales de la innovación con los posibles riesgos de nuevos enfoques.

2.1.1. Fintech 1.0 (1866-1987)

Resulta que las finanzas y la tecnología se han reforzado mutuamente desde sus primeras etapas. Muchos historiadores hoy en día comparten la opinión de que la revolución financiera de Europa a finales del siglo XV en la que convivieron empresas de seguros y banca, jugó un papel esencial en la Revolución Industrial. Para finales del siglo XIX la combinación entre finanzas y tecnología dio origen al primer periodo de la globalización financiera que duró hasta principios de la Primera Guerra Mundial. Durante este periodo el telégrafo, los ferrocarriles, los canales y barcos de vapor sustentaron los vínculos entre las fronteras permitiendo la transmisión de información financiera, transacciones y pagos alrededor del mundo.

Algunos desarrollos clave de esta etapa fueron, en las áreas de pago, las mesas de compensaciones para el intercambio entre bancos de Inglaterra y Estados Unidos. En el área de valores, el establecimiento del NASDAQ en 1971 y el final de las comisiones fijas de valores, así como el desarrollo del Mercado Nacional de Valores, los cuales marcan la transición del comercio físico de los títulos a negociaciones totalmente electrónicas. Adicionalmente, fue en este periodo cuando la mayoría de los bancos remplazaron sus formas de papel a formatos computarizados y comenzaron a administrar el riesgo a través de tecnologías desarrolladas para ello (Bancomext, 2019).

2.1.2. Fintech 2.0 (1987 – 2008)

Sin duda, en la década de los años ochenta los servicios financieros se convirtieron en una industria digital, basada en las transacciones electrónicas entre entidades financieras, los participantes del mercado financiero y los clientes. Para 1998, los servicios financieros se habían convertido, para todos los efectos prácticos, en la primera industria digital. Sin embargo, fue la aparición del Internet lo que conformó el escenario idóneo para el desarrollo del siguiente nivel comenzando a partir de 1995 con el banco americano Wells Fargo utilizando la World Wide Web (www) para proveer comprobación de cuentas en línea. Para 2001 ocho bancos en Estados Unidos contaban con al menos, un millón de clientes en línea con alcances internacionales.

Para principios del siglo XXI, todos los procesos de los bancos se habían digitalizado por completo, resaltando la inversión significativa que estas instituciones habían hecho en información tecnológica. Adicionalmente, el ámbito regulatorio cobró relevancia para los sistemas de intercambio computarizados que estos consorcios financieros utilizaban. En este contexto, la digitalización dio lugar a datos mejor organizados que conducían a una mejor comprensión del riesgo de crédito tomado por los prestatarios de tal forma que permitió una oferta de productos mejor alineados con los perfiles de los consumidores.

2.1.3. Fintech 3.0 (2009 – presente)

Durante el período de Fintech 2.0, la expectativa era que los proveedores de soluciones de banca electrónica fueran entidades financieras supervisadas. De hecho, el uso de la figura “banco” estaba restringido a empresas debidamente reguladas como instituciones financieras. Sin embargo, la era Fintech 3.0 ha demostrado que la provisión de servicios financieros va más allá de las instituciones financieras reguladas. El comienzo de esta nueva era de Fintech tiene sus orígenes en la crisis financiera global de 2008, que fue cuando surgieron nuevos jugadores en los mercados financieros. Las nuevas percepciones públicas, el control regulatorio, la demanda política y las condiciones económicas fueron algunos de los factores que permitieron dicha emersión.

La crisis financiera, por su parte, tuvo dos impactos importantes en términos de las percepciones públicas y del capital humano. La primera, tiene que ver con la percepción de un deterioro de los bancos. La segunda, conforme la crisis financiera se convirtió en crisis económica, muchos banqueros y trabajadores del sistema financiero se quedaron sin trabajo. Se trataba de gente muy preparada, equipada con un buen entendimiento de los mercados financieros, así como con habilidades que pudieron utilizar y empujar a que el Fintech 3.0 emergiera. Adicionalmente, las regulaciones de la crisis post-financiera aumentaron las obligaciones de los bancos y alteraron sus incentivos comerciales y estructuras comerciales. Como resultado, desde 2007, los modelos de negocio y las estructuras de estos tuvieron que ser reformados. (Fintech Singapur, 2018).

Nuevas formas de financiamiento surgieron y coincidieron con la falta de capacidad innovadora de la banca, lo que resultó en una industria de servicios financieros que desde

2008 se vio afectada por lo que se determinó como una “tormenta perfecta” que permitió a una generación de participantes del mercado financiero a establecer un nuevo paradigma conocido hoy como “Fintech” (Capgemini, 2017).

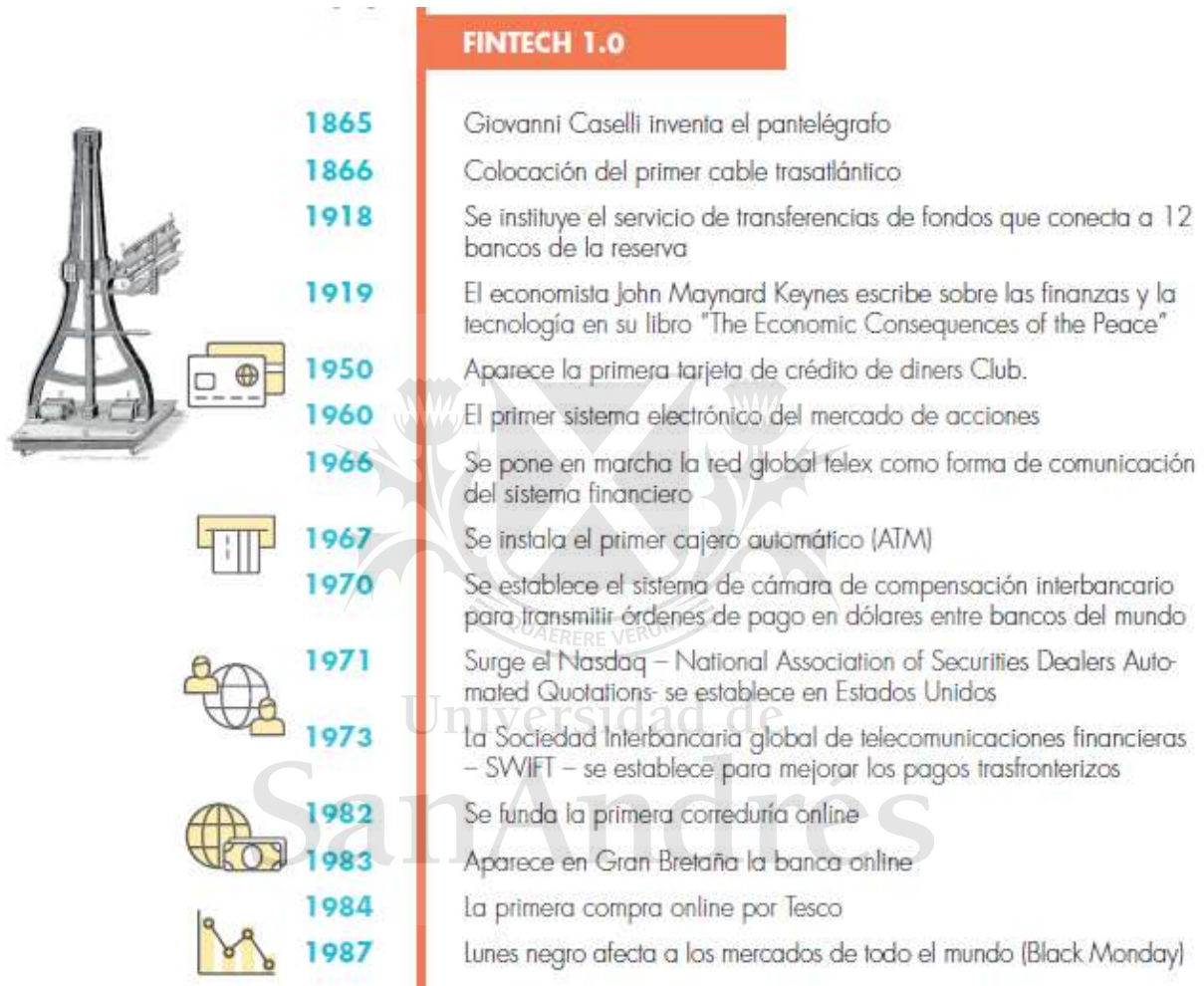


Figura 1. Hitos de adopción tecnológica en la industria financiera.



Figura 2. Hitos de adopción tecnológica en la industria financiera (Cont.)

Las figuras 1 y 2 representa a los mayores hitos de adopción tecnológica que tuvo la industria segmentado por las etapas de la industria Fintech. Copyright 2019. Bancomext. 2019. Reproducción autorizada.

2.2.El ecosistema Fintech

Para entender la dinámica competitiva y colaborativa – objeto de análisis de este trabajo – de la innovación Fintech, primero se debe conceptualizar analizar el ecosistema donde se desarrolla. Se trata de un ecosistema heterogéneo e instrumental donde conviven emprendedores, gobierno, fondos, aceleradoras e instituciones financieras tradicionales. Se han identificado seis elementos principales que conforman un ecosistema Fintech (Bancomext, 2019):

1. **Los startups Fintech.** Empresas de reciente creación que tienen diversos modelos de negocio cuyo objetivo es crear servicios financieros fáciles de contratar, entender y con un precio estandarizado que permite el acceso a un mayor número de personas y empresas, tanto inversores como prestatarios. Por ejemplo, plataformas de crowdfunding, de préstamos, de remesas, entre otros.

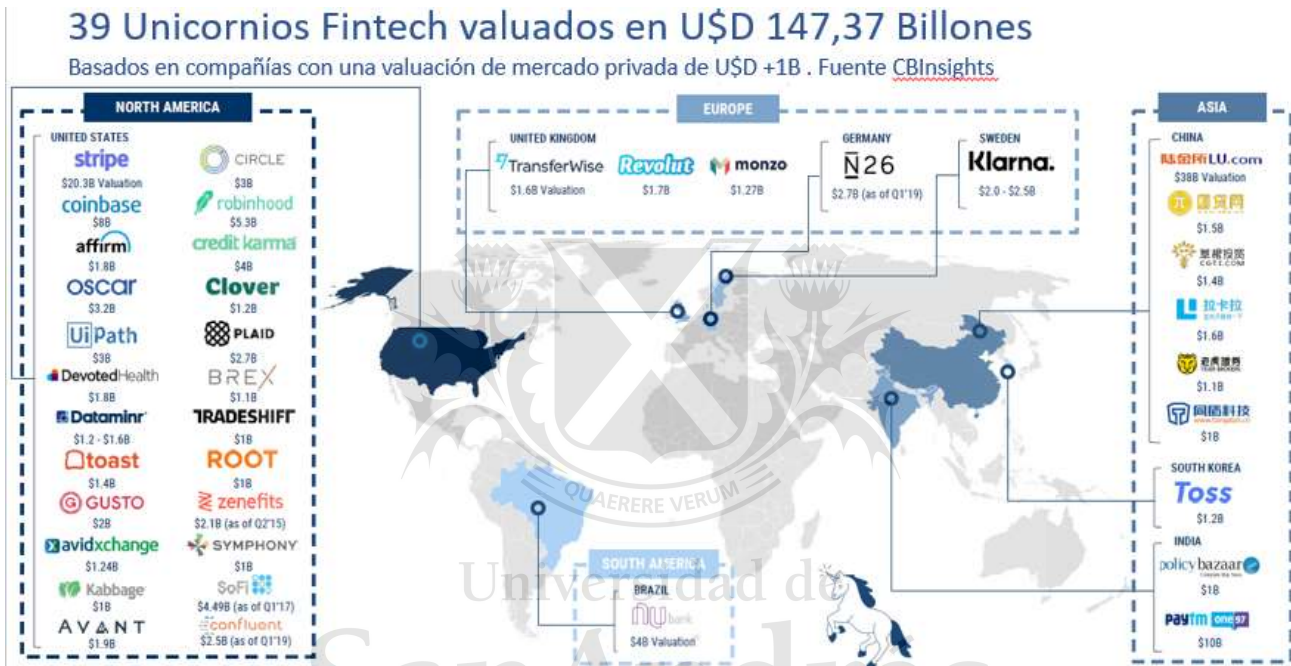


Figura 3. Unicornios Fintech en el mundo

El gráfico representa a los emprendimientos Fintech que han superado la valuación de mercado de U\$D 1 Billones. Copyright 2019, Informe CBInsights 2019. Reproducción autorizada.

2. **Desarrolladores tecnológicos.** Se trata de los proveedores y creadores de las tecnologías que soportan a los startups Fintech. Algunas de estas tecnologías son el Big Data, Cloud Computing, Inteligencia Artificial, Social Media, etc.
3. **Gobierno.** Su función principalmente es regular y legislar para el ecosistema. Debe fomentar la competencia y contar con mecanismos que prevengan el riesgo sistémico de la industria.
4. **Clientes financieros.** Todos los individuos y organizaciones que utilizan los productos y servicios Fintech.

5. **Instituciones financieras tradicionales.** Los bancos, compañías de seguros, casas de bolsa y fondos de capital, entre otras.
6. **Fondos de inversión y aceleradoras.** Su rol es el de soporte e impulso a las Startups Fintech. Se pueden agrupar en fondos de riesgo, inversores ángel o semilla, y aceleradoras.

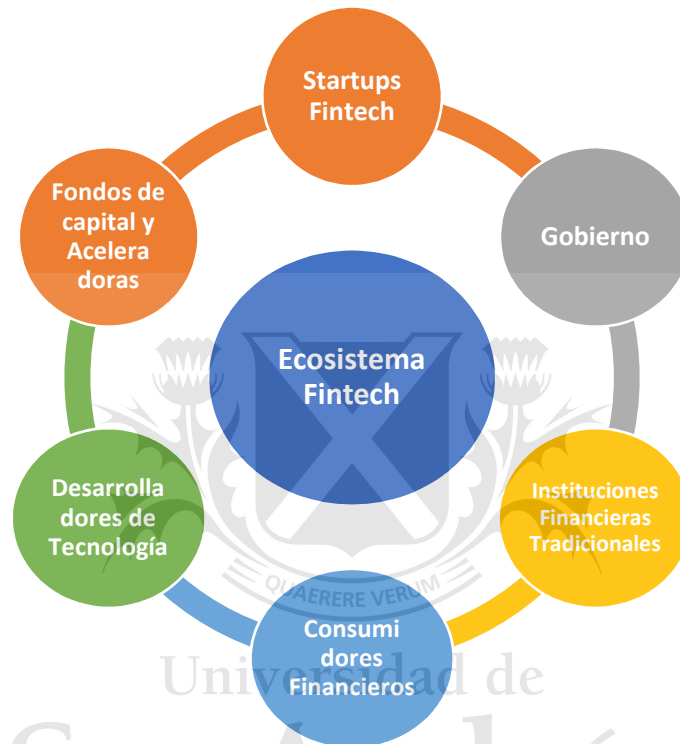


Figura 4. Actores del ecosistema Fintech.

El gráfico representa a los actores del ecosistema y su interrelación entre sí. Copyright 2019, Informe Bancomext, 2019. Reproducción autorizada.

Respecto de las instituciones financieras tradicionales también son una fuerza motriz importante en el ecosistema. Después de darse cuenta del poder disruptivo de los startups Fintech y de las escasas oportunidades para mitigar su impacto en el mercado, se han dedicado a evaluar sus modelos de negocios y a desarrollar estrategias para acoger estas nuevas tecnologías. Estas instituciones cuentan con economías de escala superiores, sin embargo, tienden a enfocarse en servicios empaquetados y generalizados para los clientes. Las instituciones financieras tradicionales trataron al principio a los emprendimientos Fintech como una amenaza, pero últimamente reconocieron que lo mejor es colaborar con

ellas y hacer alianzas que les permitan abarcar nichos de mercado que ellas, por su tamaño y su estructura de costos no habían podido cubrir. Además, dichas alianzas y colaboraciones las han facultado para estar en la frontera del conocimiento y de la tecnología (Lee, 2018).

Estos seis elementos conviven de manera simbiótica para la innovación. Además, estimulan la economía y facilitan la colaboración y la competencia en la industria de servicios financieros, lo que a su vez contribuye a un ciclo constante de innovación. Su objetivo último es cubrir las necesidades del cliente financiero de una manera más ágil, eficiente y flexible.

Los startups Fintech abarcan nichos específicos de mercado, proporcionando servicios más personalizados y eficientes que los que ofrecen las instituciones financieras tradicionales. Sus acciones han generado un fenómeno más allá de los de servicios financieros que han afectado la participación de las instituciones tradicionales. Su habilidad de desagregar los servicios financieros representa su mayor disparador de crecimiento. Ahora, los consumidores, en lugar de depender de una única institución financiera para sus necesidades, están comenzando a escoger y a elegir los servicios que aprecian, de una variedad de compañías de Fintech (Lee, 2018).

2.3.El modelo de negocios Fintech

Los productos y servicios Fintech cubren un gran espectro de operaciones, dado que se han expandido para integrar cualquier innovación tecnológica y automatización del sector financiero, incluidos los avances en educación y la asesoría en inversiones, la gestión de finanzas personales y empresariales, préstamos, pagos digitales, transferencias, remesas, etc. Pueden involucrarse en el desarrollo y uso de criptomonedas, y así también de tokens, aunque no como un modelo de negocio en sí mismo, sino como un habilitador de otros.

Por su misma naturaleza, los modelos de negocio están en constante cambio, según responden los mercados o avanza la tecnología, estos pueden evolucionar más allá de los servicios financieros y desarrollar soluciones, medios de pago o aplicaciones para otras industrias como grandes cadenas, tiendas de cercanía, cobranzas, gestión y minería de datos, entre otros.

El modelo Fintech se caracteriza por los siguientes aspectos (KPMG-Funcas, 2017):

1. **Productos financieros totalmente on-line:** Sin necesidad de desplazamiento del consumidor, utilizando eficientemente los canales digitales, aprovechando la masificación de internet y los dispositivos inteligentes. Recurren a la comodidad de una aplicación o de una interfaz atractiva para ofrecer a los clientes productos anteriormente reservados a la banca tradicional.
2. Habilitan soluciones de una manera rápida usando **tecnologías disruptivas, estructuras flexibles y metodologías ágiles.**
3. Persiguen **un enfoque centrado en el cliente** y por ello pretenden añadir valor a los servicios financieros actuales con un trato más personalizado e inmediato.
4. Cuentan con **un modelo desintermediado** al cubrir una necesidad específica, sobre la cual se focalizan y desarrollan su idea.
5. Fomentan el compromiso porque **favorecen la inclusión financiera** de grupos de población no bancarizados y porque **democratizan el acceso** a una mayor cantidad de servicios financieros. Además, promueven una mayor transparencia en la oferta financiera.
6. **Reducen** de modo eficiente el nivel de costes de los servicios actuales

Cada producto Fintech está orientados a solucionar un problema particular, con un gran nivel de especialización, por lo que podemos considerar que se trata de un mercado microsegmentado, muy diferente del sector financiero tradicional en el que unos pocos grandes actores monopolizan el mercado. Un consumidor mejor comunicado, mejor informado y con opciones de compra globales gracias a un mundo hiper-conectado prefiere relacionarse con organizaciones que anteponen el trato al cliente a todo lo demás.

Si bien la bibliografía al respecto es relativamente nueva, dada la evolución de la tecnología y las organizaciones, suele haber cierto grado de acuerdo sobre los segmentos de los servicios ofrecidos por las Fintech. Luego del análisis de informes de diversas fuentes, como ser: “Fintech: Una nueva era para los servicios financieros” (KPMG), “FINTECH: América Latina 2018 Crecimiento y consolidación” (BID-Finnovista), “Fintech, innovación al servicio del cliente” (KPMG) y “Implications of fintech developments for banks and bank

supervisors” (BCBS); es prudente decir que el que mejor expone el mix de servicios ofrecidos, por las empresas parte del ecosistema Fintech, es el mencionado en el informe generado por el Banco Interamericano de Desarrollo en conjunto con Finnovista (BID - Finnovista).

Se trata de once segmentos principales que posibilitan visualizar la evolución del ecosistema, la cobertura de necesidades, así como las tendencias de los diferentes mercados latinoamericanos.

2.3.1. Pagos y remesas

Los modelos de negocios del segmento de pagos y remesas son los más simples comparados con otros productos y servicios de Fintech. Las empresas que los ofrecen se enfocan en pagos que se puedan hacer de manera rápida y a un menor costo. Los dos mercados más importantes en el mundo de los pagos Fintech son: 1) Pagos del consumidor y 2) Pagos corporativos. Los pagos incluyen monederos móviles, pagos de persona a persona (P2P Lending), pagos al extranjero y remesas, pagos en tiempo real y pagos con moneda digital. Estos servicios han mejorado la experiencia de los consumidores que buscan velocidad, conveniencia y acceso a múltiples canales. Los líderes en este modelo son Google Wallet, Apple Pay, Samsung Pay, PayPal y Venmo. En América Latina encontramos importantes casos que ya están operando, como Kantox.

2.3.2. Préstamos

Los préstamos de personas (P2P) y los personas a negocios (P2B) son otra gran tendencia del ecosistema Fintech que permite a consumidores y a negocios prestar y pedir prestado entre ellos sin intermediarios financieros de por medio. Con su eficiente estructura, estos startups Fintech pueden ofrecer bajas tasas de interés y optimizar el proceso de préstamos para ambas partes de la transacción. Su mayor diferenciador respecto a los préstamos tradicionales es que las plataformas no se involucran en la transacción, pues simplemente ponen en contacto a prestamistas y prestatarios cobrando cuotas a los usuarios. Algunas plataformas exitosas a nivel mundial son Lending Club, Prosper, SoFi, Zopa y RateSetter. En América Latina encontramos casos de éxito como el startup argentino de préstamos P2P

Afluenta. Los préstamos P2P y P2B permiten a consumidores y negocios prestar y pedir prestado entre ellos, sin intermediarios financieros.

2.3.3. Crowd-Funding

Los modelos de crowd-funding empoderan a redes de personas para colaborar en la creación de productos, ideas y la recolección de fondos para fines altruistas o de capital. En estos mecanismos intervienen tres participantes: el creador del proyecto que puede ser un individuo, una empresa o una MiPyME que requiere recursos para llevar a cabo su idea; los fondeadores o inversionistas dispuestos a contribuir y recibir algo a cambio por su aportación; y la plataforma moderadora que los pone en contacto. Estas plataformas permiten a los fondeadores acceder a información sobre las diferentes iniciativas y oportunidades presentadas por los emprendedores sobre sus productos, servicios o proyectos. Existen tres modelos básicos de crowd-funding de acuerdo al retorno que se le otorga a los que contribuyen: Crowdfunding de recompensas, Crowdfunding de Donación y Crowdfunding de capital. Ejemplos del crowd-funding de recompensas son Kickstarter e Indiegogo. Para el crowd-funding de donación se encuentran GoFundMe y FirstGiving, y para el modelo de capital las más famosas son AngelList, Early Shares, Crowdcube y PlayBusiness una plataforma mexicana.

2.3.4. Gestión de finanzas personales

Los startups Fintech para gestión de finanzas personales explotan datos, tecnología de vanguardia y fuerza de voluntad absoluta para superar los confines tradicionales del sistema financiero. Están experimentando con nuevos modelos de negocio en un intento por alinear sus incentivos con los de los consumidores. Ayudan a los usuarios a actuar de forma más inteligente en torno al uso de su dinero.

El resultado es que nunca ha sido más fácil ahorrar, gastar, invertir y encontrar buenas tasas de interés, además de asegurar los activos y contar con información para la toma de decisiones. Algunas de estas Fintech que sobresalen son: Qapital, Earnin y Credit Karma, mientras que en América Latina encontramos startups como Finerio, Fintonic o Übank entre otras.

2.3.5. Gestión de finanzas empresariales

El segmento que agrupa a las Fintech de gestión de finanzas empresariales ha desempeñado un papel crucial en el crecimiento de las PyMEs. Estos startups están ayudando a las pequeñas empresas de muchas maneras, desde software contable innovador hasta servicios de gestión financiera, valoración de empresas y facturación electrónica. Se trata de un conjunto de nuevas herramientas que permiten a estos negocios a enfocarse a su crecimiento y a sus propósitos, en lugar de estancarse en cuestiones financieras y de contabilidad. Algunos casos de éxito en Suiza son Bexio, Run my Accounts, Small Invoici. En Reino Unido son famosos Iowa y Market Invoici. En Latinoamérica encontramos al startup Alegra como un caso de éxito.

2.3.6. Calificación crediticia, Scoring, Identidad y Fraude

Puntaje alternativo, identidad y fraude es un segmento que agrupa a todo aquel startup Fintech que ofrecen soluciones para la verificación y autenticación de personas, así como medidas desarrolladas para la prevención de fraudes.

EL U.S. Public Interest Research Group⁽²⁾ ha reportado que el sistema actual de calificación crediticia genera reportes erróneos de crédito el 79% de las veces. Además, el sistema es caro, resultando en una mala gestión de la mora, y está pensado principalmente para proteger a los prestamistas en lugar de facilitar a los tomadores de crédito, incluso cuando tienen un perfil de riesgo de entre bajo y moderado. Al final los mejores perfiles de riesgos se los dan a los buenos y recurrentes usuarios de crédito en lugar de ponerlo al alcance de los clientes que deciden financiarse solo cuando no lo pueden evitar (Brett King, 2014) Dentro de los servicios más adelantados está la aplicación de tecnologías relativas a los rasgos físicos o de conducta de un individuo para verificar su identidad. También, proven herramientas para las autorizaciones de transacciones financieras. Se trata de instrumentos que complementan a los servicios financieros o empresariales para contar con medidas de

(2) U.S. Public Interest Research Group. *Oversight of credit agencies long overdue*. Huffington Post, noviembre 2012.

seguridad y prevención de desfalcos. Algunos ejemplos en el mundo son Aire en el Reino Unido, Bonify en Alemania, Kredit Karma en Estados Unidos, Secure Key en Canadá, y Connaizen en Singapur, mientras que en América Latina encontramos a EFL Lenddo como una de los startups destacadas en este segmento.

2.3.7. Tecnologías para Instituciones Financieras

Para tener éxito, los bancos tienen que prestar más atención a las nuevas startups Fintech que podrían ser socios muy valiosos. Para cualquiera que sea el servicio financiero más importante de un banco, existen hoy brillantes empresas Fintech innovando en diversas áreas. Su objetivo es dar soluciones a servicios que los bancos no pueden cubrir por el costo o el alcance. Por lo tanto, todos los bancos deben hacer que sus ejecutivos y equipos de innovación conozcan a estas empresas Fintech y encuentren en ellas la oportunidad de colaborar o de conectarlas a su cadena de valor. Algunos ejemplos de estas empresas en Silicon Valley son: Size Up, Cash flower, SnapCard, Kensho, y Elsen. Su objetivo es dar soluciones a servicios que los bancos no pueden cubrir por el costo o el alcance. Por lo tanto, todos los bancos deben hacer que sus ejecutivos y equipos de innovación conozcan a estas empresas Fintech.

2.3.8. Seguros (Insurtech)

Las opciones de seguros dentro de lo que se conoce como Insurtech que ofrecen los startups trabajan para empoderar de manera directa las relaciones entre la aseguradora y sus clientes. Utilizan el análisis de datos para calcular el riesgo, así como generar un pool de clientes potenciales a los cuales les pueden ofrecer los servicios. También agilizan los trabajos de facturación y han sido bien acogidas por las compañías tradicionales de seguros. Ejemplos de ellas son Censio, CoverFox, The Zebra, Sureify Labs y Ladder.

2.3.9. Trading y Mercados de Capitales

Los modelos de negocio de mercados de capital abarcan un amplio espectro de áreas, tales como inversiones, divisas, negociaciones bursátiles, gestión de riesgos, así como algo

de investigación. Una de las áreas más prometedoras de este modelo es la de negociación bursátil, la cual conecta a inversionistas con negociadores para colocar órdenes, vender commodities y acciones y monitorear el riesgo en tiempo real. Otra área relevante es la de divisas en la que el valor agregado que es el de disminuir las barreras y los costos para personas físicas y PyMEs. Algunos ejemplos son Robinhood, eToro, Magna, eStimize y Xoom, y en América Latina encontramos a Kuspit.

2.3.10. Gestión Patrimonial

Uno de los modelos Fintech con mayor popularidad en Estados Unidos incluye las aplicaciones de gestión patrimonial. Se trata de asesores-robot que proveen asesorías financieras a un costo mucho menor que los servicios tradicionales. A través del uso de algoritmos sugieren una mezcla de activos y alternativas de inversión basadas en las preferencias y características de los clientes. Algunos ejemplos de estas empresas son Betterment, Walthfront, Motif y Folio.

2.3.11. Banca Digital

Las Fintech de Banca Digital son entidades financieras con licencia bancaria propia o utilizando la de un tercero. Las soluciones bancarias digitales son apreciadas por su conveniencia y ahorro de tiempo. Su aceptación en países asiáticos ha sido muy relevante, mientras que en Latinoamérica el segmento apenas se está consolidando. Algunos ejemplos son WeBank, CBD Now, Bank Mobile, N26, Monzo y Orange Bank. En América Latina han cobrado importancia startups como Nubank en Brasil y Flink en México. Entidades financieras de nueva creación (con licencia bancaria propia o utilizando la de un tercero) con múltiples productos financieros y cuya distribución es 100% digital.

En Latinoamérica no es muy diferente a lo que sucede en el resto del mundo respecto a cuáles son los servicios más extendidos, siendo los principales: pagos y remesas, préstamos y gestión de finanzas empresariales.

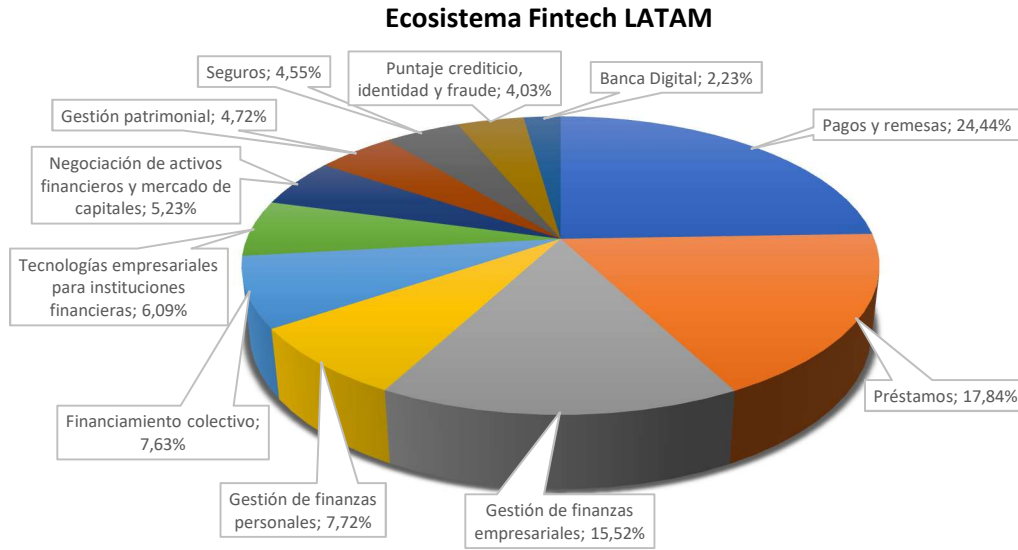


Figura 5. Distribución de empresas por servicio

El gráfico expone la distribución por tipo de servicio ofrecido a las empresas de Latam. Copyright 2019. Fuente Finnovista 2018. Reproducción autorizada,



Figura 6. Ecosistema Fintech Argentina

En la figura 6 se identifica como los actores están agrupados por área de pertenencia las empresas en el ecosistema Fintech de Argentina. Copyright 2019. Finnovista 2018. Reproducción autorizada.

2.4. Redefinición de la cadena de valor

Las Fintech actúan a lo largo de toda la cadena de valor del servicio financiero (back, middle y front office) aportando innovación, soporte tecnológico o externalización de productos o servicios. Aunque resulta complicado señalar los principales verticales para los clientes, si se toma en consideración la cadena de valor típica de los bancos se puede visualizar, en las actividades clave, el posible impacto de una actividad desarrollada por una Fintech dentro de la cadena de valor.



Figura 7. Cadena de Valor en la industria Financiera

El gráfico expone en círculos amarillos como las actividades y servicios de las Fintech pueden, sin mayores desafíos, reemplazar operaciones que son desarrolladas internamente por las entidades. Cuadro de generación propia.

Dado que las Fintech cubren todo el rango de productos y servicios que actualmente ofrecen las entidades financieras tradicionales se pueden plantear escenarios que sirvan para entender el impacto de la evolución Fintech en la industria bancaria. Estos escenarios describen en un nivel muy general el impacto potencial de Fintech en los bancos como parte de un análisis de escenarios de toda la industria. Hay que tener en cuenta que, a un nivel más granular, la forma en que se desarrollan estos escenarios ciertamente variaría con el tamaño

o la geografía de los diferentes actores. Los escenarios no son mutuamente excluyentes e integrales, y, de hecho, la evolución de la industria bancaria puede resultar en una combinación de escenarios (BCBS⁽³⁾, “Implicaciones de los desarrollos de Fintech para bancos y supervisores bancarios”, 2018).

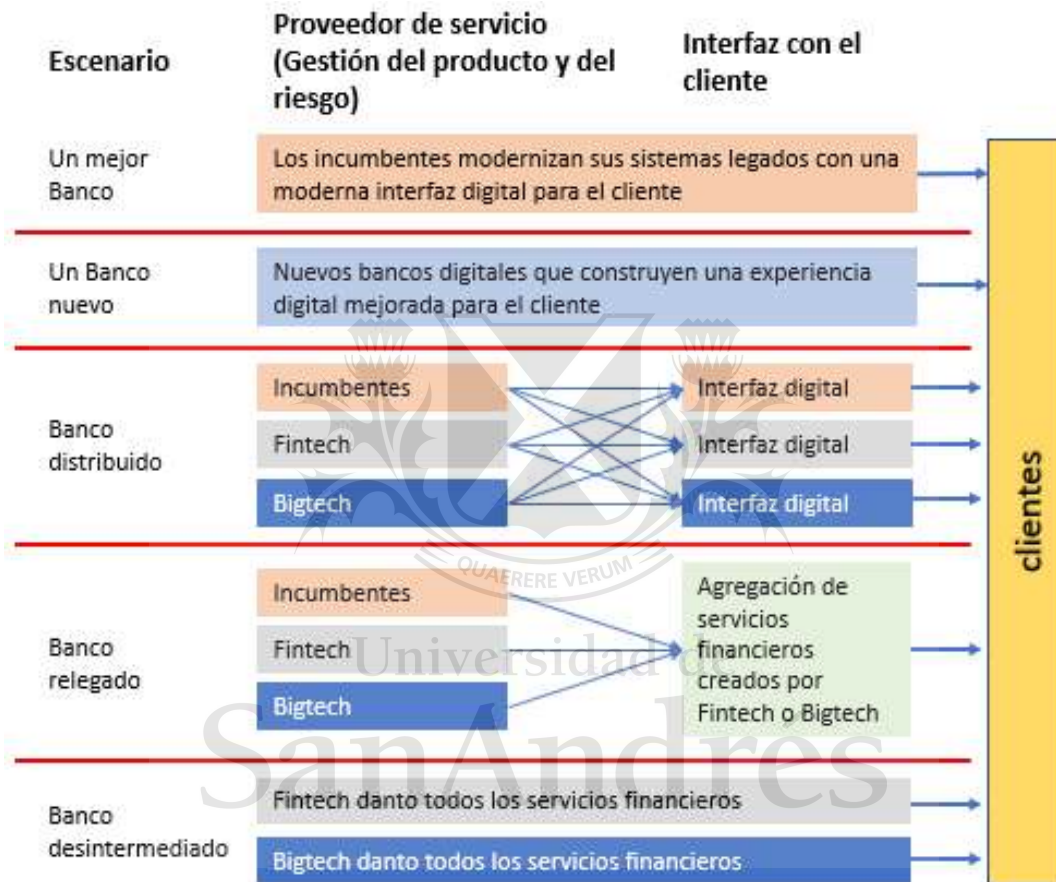


Figura 8. Escenarios de la banca del futuro

El gráfico expone la reconfiguración de la cadena de valor para la provisión de servicios financieros. Copyright 2019. Fuente: BCBS ilustración de los escenarios basados en el estudio BankNXT “El futuro de la banca” octubre 2015. Reproducción autorizada.

(3) El Comité de Basilea es la denominación usual con la que se conoce al Comité de Supervisión Bancaria de Basilea (BCBS, sigla de Basel Committee on Banking Supervision en inglés), la organización mundial que reúne a las autoridades de supervisión bancaria, cuya función es fortalecer la solidez de los sistemas financieros. Entre las normas de importancia que el Comité ha emitido, se encuentran las recomendaciones sobre blanqueo de capitales.

1. **Un mejor banco:** modernización y digitalización de los jugadores actuales. En este escenario, los bancos se digitalizan y se modernizan para conservar la relación con el cliente y los servicios centrales, aprovechando las tecnologías que permiten cambiar sus modelos de negocios actuales. Los incumbentes están generalmente bajo presión para mejorar simultáneamente la eficiencia de los costos y la relación con el cliente. Sin embargo, debido a su conocimiento del mercado y mayores capacidades de inversión, un resultado potencial es que los bancos incumbentes mejoren sus servicios y productos adoptando nuevas tecnologías o mejorando las existentes.
2. **El banco nuevo:** reemplazo de los bancos actuales por bancos digitales. En el futuro, de acuerdo con el nuevo escenario bancario, los incumbentes no pueden sobrevivir a la ola de disrupción tecnológica y son reemplazados por nuevos bancos impulsados por la tecnología, como los bancos digitales, o los bancos instituidos por grandes compañías, con un servicio completo "incorporado". Plataformas bancarias para "digitales". Los nuevos bancos aplican tecnología avanzada para brindar servicios bancarios de una manera más rentable e innovadora. Los nuevos jugadores pueden obtener licencias bancarias bajo los regímenes regulatorios existentes y poseer la relación con el cliente, o pueden tener socios bancarios tradicionales.
3. **El banco distribuido:** fragmentación de los servicios financieros entre empresas especializadas en tecnología y bancos incumbentes. En el escenario de los bancos distribuidos, los servicios financieros se vuelven cada vez más modularizados, pero los incumbentes pueden crear un nicho suficientemente atractivo para sobrevivir. Los operadores financieros u otros proveedores de servicios financieros pueden proporcionar los servicios financieros, ya sean Fintech o Bigtech, que pueden "conectarse y funcionar" en la interfaz digital del cliente, que a su vez puede ser propiedad de cualquiera de los jugadores en el mercado. Surgen nuevas empresas para proporcionar servicios especializados sin intentar ser bancos minoristas o integrados, centrándose más bien en proporcionar servicios específicos (nicho). Estas empresas pueden optar por no competir por la propiedad de toda la relación con el cliente. Los bancos y otros jugadores compiten para poseer la relación con el cliente, así como para proporcionar servicios bancarios básicos.

4. **El banco relegado:** los bancos incumbentes se convierten en proveedores de servicios especializados y las relaciones con los clientes son propiedad de nuevos intermediarios. En el escenario bancario relegado, los bancos incumbentes se convierten en proveedores de servicios básicos y ceden la relación directa del cliente con otros proveedores de servicios financieros, como las empresas Fintech y Bigtech. Las empresas Fintech y Bigtech utilizan plataformas de clientes front-end para ofrecer una variedad de servicios financieros de un grupo diverso de proveedores. Utilizan a los bancos tradicionales para sus licencias bancarias a fin de proporcionar servicios bancarios básicos, como préstamos, toma de depósitos y otras actividades bancarias. El banco relegado puede o no mantener el riesgo de balance de estas actividades, dependiendo de la relación contractual con la compañía Fintech.
5. **El banco desintermediado:** los bancos se han vuelto irrelevantes ya que los clientes interactúan directamente con los proveedores de servicios financieros individuales. Los bancos incumbentes ya no son un jugador importante en el escenario del banco desintermediado, porque se elimina la necesidad de intermediación en el balance o para un tercero de confianza. Los bancos son desplazados de las transacciones financieras de los clientes por plataformas y tecnologías más ágiles, que aseguran una correspondencia directa de los consumidores finales en función de sus necesidades financieras (endeudamiento, pago, aumento de capital, etc.). En este escenario, los clientes pueden tener una opinión más directa al elegir los servicios y el proveedor, en lugar de contratar dichos servicios a través de un banco intermediario. Sin embargo, también pueden asumir una responsabilidad más directa en las transacciones, lo que aumenta los riesgos a los que están expuestos. En el ámbito de los préstamos peer-to-peer (P2P), por ejemplo, se puede considerar que los clientes individuales son los prestamistas (que potencialmente asumen el riesgo de crédito) y los prestatarios (que pueden enfrentar un mayor riesgo de conducta de los prestamistas potencialmente no regulados y pueden faltar asesoramiento financiero o apoyo en caso de dificultades financieras).

2.5. Fintech en el mundo

2.5.1. Fintech Hubs

Como se mencionó en el alcance, para comprender el fenómeno Fintech en Latinoamérica hay que hacer un análisis de que está sucediendo en el resto del mundo. Para las economías emergentes, las finanzas tecnológicas resultaron ser una alternativa de desarrollo económico. En la región Asia-Pacífico, por ejemplo, surgieron las aceleradoras más productivas de startups Fintech. Hong Kong y Singapur cuentan con las mayores concentraciones de firmas Fintech en el mundo. Con ello, la mayoría de los reguladores asiáticos empezaron a trabajar en las estrategias para contener y armonizar las operaciones de estos nuevos jugadores (Capgemini, 2018). Un informe de la Universidad de Cambridge, el “2018 Global FinTech Hub Report”, confecciona un ranking de los centros de innovación Fintech alrededor del mundo, que menciona que, en el ecosistema mundial, son Asia junto con América quienes lideran y Europa los sigue.

País Región	Ciudad	Ranking	País Región	Ciudad	Ranking	País Región	Ciudad	Ranking
	Beijing	1		Singapore	11		Sao Paolo	21
	San Francisco	2		Berlin	12		Paris	22
	Nueva York	3		Atlanta	13		Seoul	23
	Londres	4		Tokyo	14		Los Angeles	24
	Shanghai	5		Estocolmo	15		Guangzhou	25
	Shenzhen	6		Bangalore	16		Mumbai	26
	Hangzhou	7		Boston	17		Dublin	27
	Chicago	8		Toronto	18		Nanjing	28
	Sidney	9		Tel Aviv	19		Zurich	29
	Hong Kong	10		Seattle	20		Ámsterdam	30

Figura 9. Ranking de los centros de innovación Fintech
La imagen representa que en ranking Fintech lo lideran Asia y América, Europa sigue, Los criterios incluyeron el rendimiento de Fintech y su influencia regional. Fuente: Sinai Lab from Academy of Internet Finance (AIF), Zhejiang University, and Hangzhou Moses Technology.

Por su parte, América Latina no escapó de la ola. Desde la Ciudad de México hasta Buenos Aires y Santiago de Chile, pasando por Sao Paulo, Lima, Quito o Bogotá, entre muchas otras ciudades de la región, comenzaron a surgir empresas jóvenes de tecnologías financieras que respondieron a las necesidades de los mercados locales. Brasil aporta el mayor número de emprendimientos seguido de México y Colombia. Se estima que un 60% de todas las empresas jóvenes Fintech que operan hoy en América Latina habrían surgido entre 2014 y 2016 (BID-Finnovista, 2017).



Figura 10. Ranking de los centros Fintech Latinoamérica. La imagen ilustra la distribución de estos 9 países. El 3% restante se encuentra distribuido entre los siguientes países: Costa Rica, República Dominicana, Guatemala, Panamá, El Salvador, Paraguay, Bolivia, Honduras y Nicaragua. Fuente: (BID-Finnovista, 2017).

2.5.2. Las Fintech en números

En el año 2018 hubo un gran movimiento de capitales en el mercado de tecnología financiera, con inversiones en general de Fondos de Capital (VC), capital privado (PE) y fusiones y adquisiciones (M&A).

La actividad del mercado de Fintech en todo el mundo cobró impulso durante la primera mitad del año 2018 a medida que la diversidad geográfica y el alcance de la inversión de Fintech continuaron expandiéndose. Brasil, por ejemplo, ganó cierta prominencia a

principios de este año como Nubank se unió al club de unicornios Fintech. Francia, Suiza, Corea del Sur y Japón también vieron importantes acuerdos de Fintech, extendiendo la inversión más allá de los líderes tradicionales de Fintech como los Estados Unidos, el Reino Unido, China y la India. (Pollari y Ruddenklau, 2018).

Es necesario hacer una distinción entre los Fondos de Capital (VC) y Aceleradoras, cuyo rol principal en el ecosistema es apoyar con recursos, experiencia y mejores prácticas a todo el startup Fintech. En el caso de los fondos de capital estos resultan ser el combustible principal que impulsa a que los negocios escalables y con potencial de crecimiento, lleven a cabo su idea. Existen dos tipos principalmente: el primero es el de los inversionistas ángel, individuos con cierta solvencia patrimonial que ofrecen capital de riesgo a emprendedores con quienes no tienen ninguna relación familiar ni de amistad; y el segundo son los fondos de capital de riesgo, que atienden con recursos, a emprendimientos en etapa de crecimiento y/o expansión.

Las aceleradoras por su parte, se dedican a impulsar startups Fintech que están comenzando a salir al mercado empresarial. Su funcionamiento se basa en un programa que contiene una serie de convocatorias con un plazo de tiempo estipulado. Durante este programa las aceleradoras ofrecen a los startups actividades tales como mentoría, formación intensiva, educación digital y tutorización, de manera que obtengan un conocimiento más profundo del ecosistema. Finalmente, uno de los activos más valorados en las aceleradoras es la oportunidad que brindan a los startups para crear una sólida red de contactos, pues a través de estos programas consiguen generar conexiones con actores clave del ecosistema emprendedor. (Pollari y Ruddenklau, 2018).

Para cuantificar el tamaño y el crecimiento de Fintech y su impacto potencial en la industria bancaria se puede utilizar es la inversión de capital de riesgo (VC) en empresas de tecnología financiera. Un informe de KPMG muestra que, en 2018, la inversión de riesgo global en compañías de tecnología financiera alcanzó los USD 57,9 mil millones en 875 acuerdos (considerando fusiones, adquisiciones e inversión directa) contra los USD 13,6 mil millones en 840 acuerdos del año 2016.

Además de la inversión realizada por los VC, muchos de los cuales están respaldados por instituciones financieras y bancos, otros inversionistas institucionales también están haciendo grandes inversiones directas en compañías de tecnología financiera.

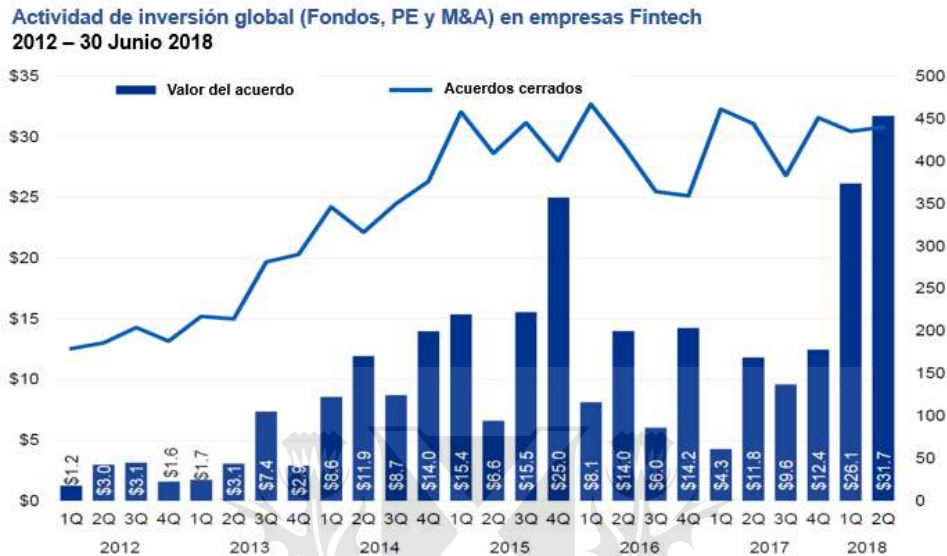


Figura 11. Actividad de inversión a nivel global

Muestra la evolución de los fondos de capital y su evolución en las sumas invertidas y la cantidad de acuerdos. Copyright 2019. Fuente: Pulse of Fintech 2018, Global analysis of investment in fintech, KPMG International. Reproducción autorizada,

Curiosamente, las tendencias de la actividad en general de VC en Fintech difieren sustancialmente de las observadas en todo el panorama de empresas en general. En general, los volúmenes de financiamiento de fondos ángeles y semillas han disminuido constantemente durante algún tiempo en toda la industria, mientras que, en Fintech, dicha actividad solo ha mantenido la tendencia creciente y se ha mantenido estable durante algún tiempo, aunque con cierta volatilidad. La etapa final del VC solo ha tendido hacia arriba lentamente y se mantuvo fuerte por otro lado. La popularidad de Fintech entre los VC en todas las etapas habla de sus atributos principales: oportunidades de mercado bien definidas en sus segmentos principales, ciclos de innovación de largo desarrollo y oportunidades de crecimiento significativas en medio de los segmentos mejor desarrollados. (Pollari y Ruddenklau, 2018).

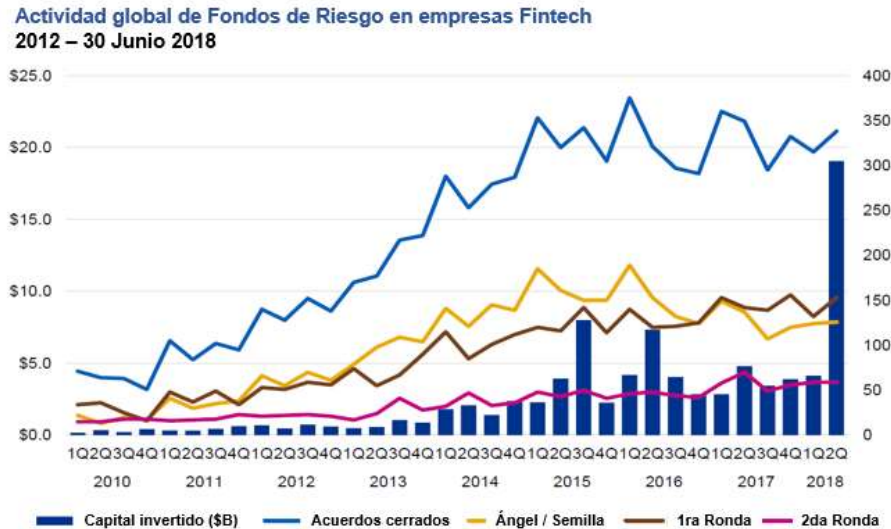


Figura 12. Distribución de la inversión. Global

El gráfico representa el componente de cada inversión dentro del volumen total de inversiones. Copyright 2019. Fuente: Pulse of Fintech 2018, Global analysis of investment in fintech, KPMG International. Reproducción autorizada,

Aunque el capital invertido ha continuado aumentando, a lo largo del 2018, la aparente disminución en los volúmenes y la inversión total de capital ha llevado a algunos a especular que el entusiasmo con respecto a Fintech ha alcanzado el pico inicial del "Hype Cycle"⁽⁴⁾ (ciclo de sobre valoración de expectativas) Es decir, normalmente existe una tendencia a sobrestimar las implicaciones de las nuevas tecnologías o innovaciones a corto plazo y subestimar las implicaciones a más largo plazo. Además, las cifras anteriores no capturan las inversiones internas que los bancos incumbentes han hecho para desarrollar sus propias innovaciones de tecnología financiera como resultado de un mayor enfoque estratégico en la digitalización en los últimos años.

(4) El ciclo de la exageración es una representación gráfica de la madurez, adopción y aplicación comercial de una tecnología específica. El término fue acuñado por Gartner, que proporciona opiniones, consejos y datos sobre la industria de las tecnologías de la información mundial. <https://www.gartner.com/en/research/methodologies/gartner-hype-cycle>

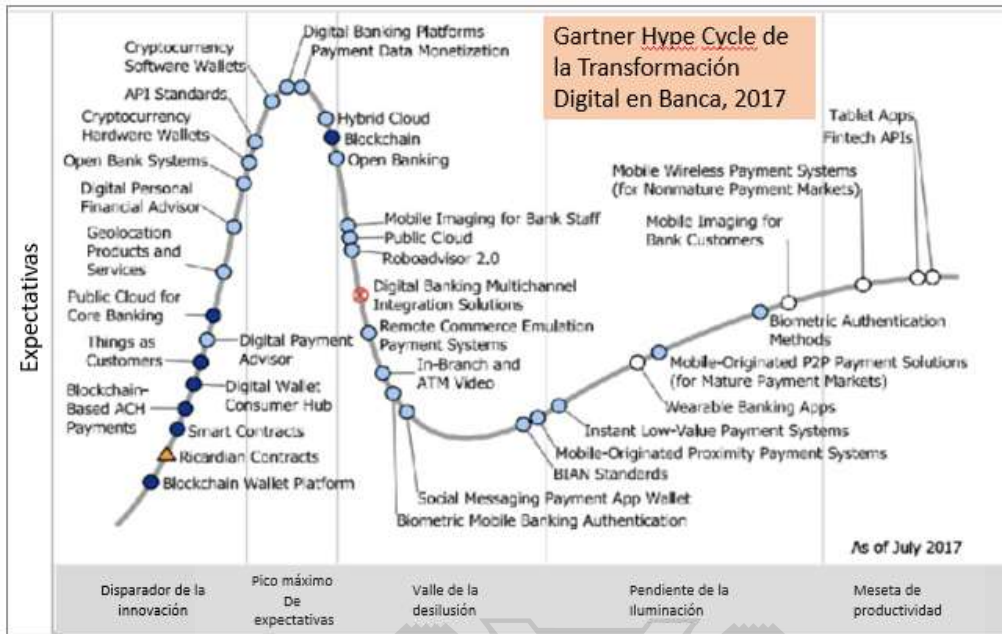


Figura 13. Ciclo de la exageración.

El ciclo de la exageración es una representación gráfica de la madurez, adopción y aplicación comercial de una tecnología específica. El término fue acuñado por Gartner, que proporciona opiniones, consejos y datos sobre la industria de las tecnologías de la información mundial. Ley de Amara, declarado por Roy Amara, y la cual dice que: Nuestra tendencia es sobrestimar los efectos de una tecnología en el corto plazo y subestimar el efecto en el largo plazo. Copyright 2019. Fuente: Gartner. Reproducción autorizada.

Sobre la base de la información disponible, el BCBS señala en su reporte del año 2018 que, a pesar de la exageración, el gran tamaño de las inversiones y la gran cantidad de productos y servicios financieros derivados de las innovaciones de Fintech, los volúmenes siguen siendo bajos en relación con el tamaño del sector de servicios financieros globales. No obstante, la tendencia del aumento de la inversión y el impacto potencial a largo plazo de las Fintech justifican que los bancos y los entes reguladores sigan de cerca a estas empresas.

El aumento del interés de los VC en las empresas Fintech estaría sustentado por el potencial de mercado que pueden desarrollar, para ubicar al consumidor en el contexto global es importante analizar el índice de adopción de Fintech de los consumidores digitales activos. Este índice fue desarrollado por la consultora EY (Ernst & Young, 2017) y lanzado desde 2015 con el propósito de entender si los consumidores estaban realmente utilizando los servicios de Fintech de manera regular.

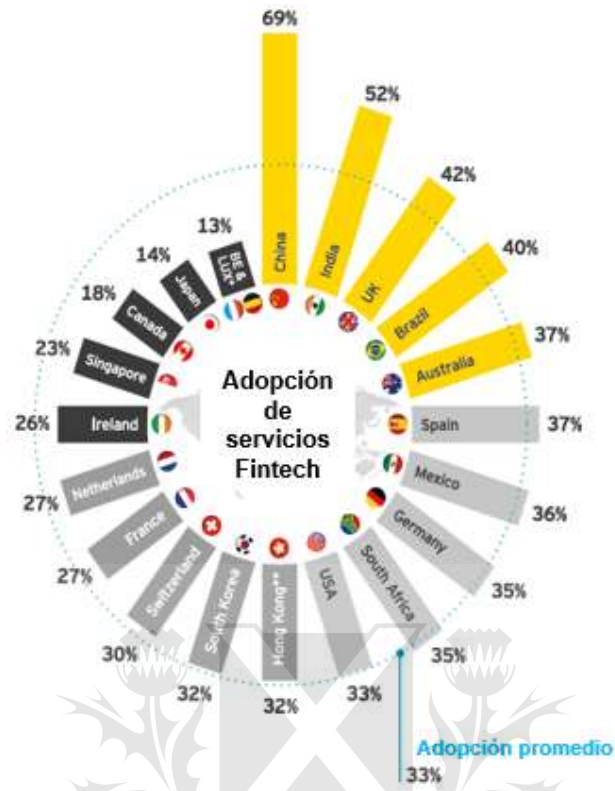


Figura 14. Adopción de los servicios Fintech.

Las cifras muestran a los usuarios de Fintech como un porcentaje de la población digitalmente activa. Todas las cifras se muestran en porcentajes. Copyright 2019. Fuente: Ernst & Young, 2017. Reproducción autorizada.

Se espera que la adopción de Fintech aumente en los 20 mercados, con un segmento de los usuarios actuales que no son de Fintech que se desplazan a los servicios de Fintech en números cada vez mayores. Sobre la base del uso futuro previsto, la adopción de Fintech podría aumentar a un promedio del 52% a nivel mundial, con el uso más alto previsto entre los consumidores en Sudáfrica, México y Singapur.

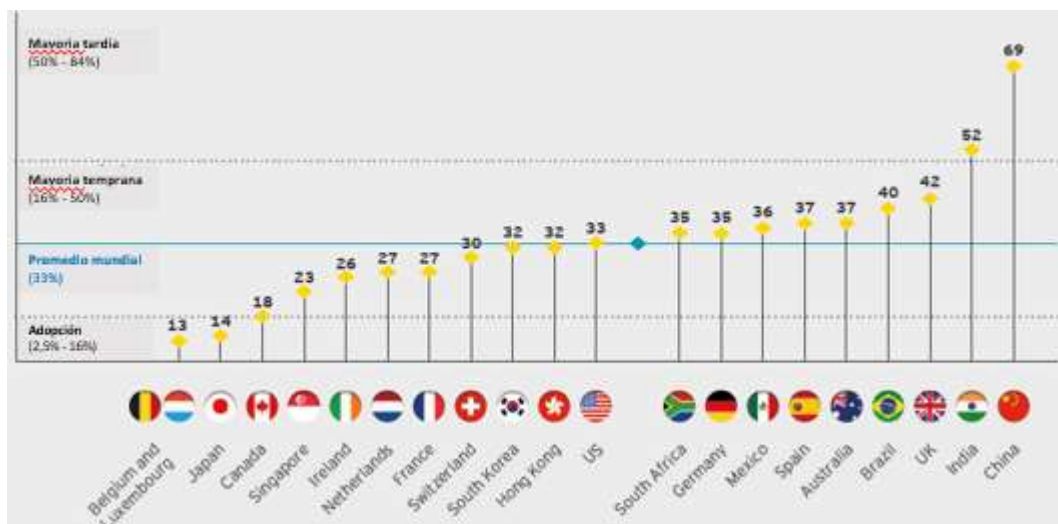


Figura 15. Progreso de la adopción de Fintech a nivel mundial y en 20 mercados

Las cifras muestran a los usuarios de Fintech como un porcentaje de la población digitalmente activa. Todas las cifras se muestran en porcentajes. Copyright 2019. Fuente: Ernst & Young, 2017. Reproducción autorizada,

Se puede inferir que los préstamos y la planificación financiera se duplicarán en uso. Los servicios de transferencia de dinero y pagos siguen siendo los más utilizados en un 50%, con un uso futuro previsto por un 65% de los consumidores. Los usuarios de Fintech también son cada vez más diversos en el uso de los servicios, y el 13% de los encuestados se convierten en super usuarios que utilizan regularmente cinco o más servicios de Fintech.

2.6. Algunos casos de éxito de la industria

2.6.1. Nubank

Nubank⁽⁵⁾⁽⁶⁾ es un banco digital que comenzó ofreciendo una tarjeta de crédito gratuita sin costos y de relación netamente digital con sus clientes. A través de su aplicación es posible hacer todas las operaciones requeridas, controlar consumos, avisar sobre viajes internacionales, bloquear la tarjeta, ver factura y etc. El Nubank el modelo de negocio es el tipo de intermediación financiera, ya que ofrece una tarjeta de crédito que funciona como plataforma de transferencia de fondos entre los consumidores y las empresas. En sus inicios de empresas Fintech no estaba obligada a la regulación del Banco Central, que requiere una enorme cantidad de capital y procesos extremadamente burocráticos, lo que las vuelve más eficiente, pero con mayor tamaño y más servicios terminando obteniendo una licencia bancaria.

La tarjeta de crédito de Nubank intermedia transacciones (generando ingresos a partir de porcentuales sobre el valor de las transacciones) y ofrecer crédito a sus consumidores. Al permitir que sus usuarios puedan gastar incluso sin tener disponibilidad del dinero en cuenta (dentro de un límite de crédito preestablecido),

El modelo de negocio inicial de Nubank genera ingresos de dos formas:

1. La fuente principal de la renta de la empresa la comisión por las transacciones. Cada vez que se realiza una compra en la tarjeta de crédito, el comerciante paga una tasa de alrededor del 5%. Parte de ese dinero va al proveedor del posnet, otra parte para la procesadora (en el caso del Nubank es la Mastercard) y una tercera parte va para el Nubank.
2. La segunda fuente de ingresos es de intereses cobrados por quien retrasa con el pago del saldo de la factura o bien opta por un plan de financiación para cancelarla. Nubank comenzó con intereses más bajos que el mercado (un 50% en promedio), pero lo cambió algunos años después. Aunque todavía tiene una buena tasa, ya no es la mitad.

(5) <https://nubank.com.br/>

(6) <https://impactotic.co/los-4-pilares-que-convirtieron-al-banco-digital-nubank-en-un-unicornio/>

También, Nubank genera oportunidades de préstamo, si el pago de la factura de la tarjeta no se realiza íntegramente fecha de vencimiento de la factura.

Para garantizar rentabilidad en un modelo como este, el Nubank apuesta, y mucho, en eficiencia. Por eso, el enfoque está en la tecnología y experiencia del usuario en su aplicación, que reduce la necesidad de agencias o de atención telefónica. Los 4 pilares de la empresa son:

1. Tecnología: Desarrollan toda su tecnología internamente, lo que suele ser una ventaja competitiva.
2. Diseño: La simplificación y la transparencia son el diferencial. En otras soluciones el consumidor tenía demasiada fricción a causa de la complejidad, tenía que hacer demasiados procesos, llamadas, visitas y demás.
3. Ciencia de datos: Utilizan y aprovechar al máximo la información. Entendieron la deficiencia del sector financiero brasileño en el que había pocos datos para tomar decisiones
4. Experiencia: Mejorarla siempre. Adaptarla a las necesidades del cliente. Por ejemplo, si el cliente tiene que llamar al banco, que le respondan inmediato. Que no esté limitado al horario de oficina ni mucho menos que se sientan ignorados.

2.6.2. *WeChat*

WeChat⁽⁷⁾⁽⁸⁾ comenzó siendo una aplicación de mensajería para enviar mensajes de texto, voz y fotos a amigos y familiares. Fue lanzado hace apenas 8 años por el holding de inversiones chino Tencent, una de las compañías de internet más grandes del mundo. Además de las funciones de comunicación básicas los usuarios de WeChat en China pueden acceder a los servicios para pedir un taxi, pedir comida, comprar entradas de películas, jugar juegos casuales, registrarse para un vuelo, enviar dinero a amigos, acceder a datos de seguimiento de condición física, reservar un médico cita, obtenga resúmenes bancarios, pague la factura

(7) <https://www.wechat.com/es/>

(8) modernmoneynetwork.org

del agua, encuentre cupones de orientación geográfica, reconozca música, busque un libro en la biblioteca local, etc.

WeChat tiene una interfaz de usuario "universal. Combina tantas características como sea posible dentro de una sola aplicación. A diferencia de las aplicaciones occidentales, que se inclinan hacia las "constelaciones de aplicaciones". Los 5 pilares de la plataforma son:

1. Aplicación dentro de la aplicación: su objetivo es abordar todos los aspectos de la vida de sus usuarios, incluidos los no sociales. El modelo pionero de "aplicaciones dentro de una aplicación". Las aplicaciones ligeras en WeChat se llaman "cuentas oficiales", que van desde celebridades, bancos, medios de comunicación y marcas de moda hasta hospitales, farmacias, fabricantes de automóviles, empresas de Internet, blogs personales, y más. En WeChat, las cuentas oficiales están aprobadas para acceder a API exclusivas para pagos, ubicación, mensajes directos, mensajes de voz, identificaciones de usuarios y más.
2. Los pagos como portal a un nuevo mundo móvil: la "billetera" de WeChat, que es un menú muy cuidado de proveedores de servicios con los que los usuarios pueden realizar transacciones después de ingresar sus credenciales de pago. Este enfoque fue tan exitoso que al menos uno de cada cinco usuarios activos de WeChat está configurado para "Pagos". Da capacidad instantánea y sin fricción para realizar transacciones en los servicios de WeChat, en todas las cuentas oficiales que venden productos o servicios, y en cualquier promoción o campaña asociada.
3. El poder de comercio donde el comercio es el rey: La adopción generalizada de WeChat Payments fue a través de mucha promoción proactiva, con ofertas, descuentos y muchos regalos a sus usuarios. WeChat también creó herramientas para que las cuentas oficiales puedan abrir tiendas de comercio electrónico que acepten los pagos de WeChat, esencialmente para hacer de cada negocio una tienda móvil instantánea. Tencent diseñó y, en algunos casos, subsidió el sistema de pagos en los primeros días de WeChat. Las empresas asociadas seleccionadas para ser parte del portal de la cartera de WeChat obtienen exposición instantánea a cientos de millones de usuarios

4. El móvil se mueve hacia el mundo físico: Cuando las personas hablan de dispositivos móviles, a menudo lanzan conceptos como “sensible al contexto”, “habilitado para sensores”, “personalizado”, “interactivo” y otros términos. Pero en los EE. UU., estos conceptos siguen siendo palabras de moda o funciones individuales en aplicaciones individuales. WeChat utiliza mejor todos los sensores de teléfonos inteligentes como fuentes de entrada de datos.
5. Donde lo social es solo una característica, no el enfoque: WeChat les ofrece a las marcas más opciones para interactuar con sus usuarios. Por ejemplo, donde Starbucks podría publicar una oferta para todos los usuarios en su página de Facebook, en WeChat, también podría, en teoría, permitir a un usuario preguntar después del saldo de su tarjeta de regalo, hacer un pedido de bebida favorita, encontrar la tienda más cercana sin tener que especificar la intención, o recibir una promoción adaptada a las preferencias de bebidas según el clima en esa ciudad.

Otro de los principales motivos del éxito de WeChat en China es que allí los habitantes no tienen muchas otras alternativas, ya que está prohibido usar los principales servicios de mensajería instantánea y redes sociales que dominan el mercado en el resto del mundo como Facebook, Twitter o Instagram. WeChat es una de las plataformas que los usuarios sí pueden usar en China y se ha convertido en indispensable para poder llevar una vida normal en el país.

2.6.3. Mercado Libre

Cuando se lanzó MercadoLibre⁽⁹⁾⁽¹⁰⁾ en 1999: un sitio de Internet para que la gente comprara y vendiera sus productos, sin intermediarios, en América Latina. Dieciocho años después, con más de 30 millones de compradores, ocho millones de vendedores y operaciones en 19 países, Mercado Libre se ha convertido en la plataforma de e-commerce más grande de la región.

Logró algo único para un startup tecnológico latinoamericana: hacer una oferta pública de acciones en el Nasdaq, el índice bursátil en el que cotizan las 100 empresas tecnológicas más grandes del mundo.

Aunque exitoso, el desarrollo de la empresa (que hoy tiene un valor de mercado de 29 mil millones de dólares) estuvo lleno de dificultades. De hecho, tuvo pérdidas durante los primeros siete años de operación. Hoy, Mercado Libre es un modelo a seguir para los emprendedores tecnológicos de la región. Los 5 pilares del éxito:

1. Su evolución constante: Los fundadores de Mercado Libre no dudaron en modificar su modelo de negocios ante los cambios tecnológicos y del mercado. La compañía nació como un sitio de subastas de artículos usados, luego adoptó el sistema de precio fijo, con el tiempo permitió que las Pymes vendieran productos nuevos y hoy también tiene entre sus clientes a grandes marcas, como Canon y Dell.
2. El foco en el cliente: La empresa ha invertido millones de dólares para mejorar la experiencia de sus usuarios, tanto en lo que tiene que ver con la búsqueda y publicación de información en el sitio, el envío y la recepción de pedidos, como con la seguridad y modalidad de los pagos.
3. El desarrollo de soluciones para revolucionar el mercado: El poder de innovación de Mercado Libre ha permitido su crecimiento y acelerado el desarrollo del comercio electrónico en toda la región. Con herramientas con Mercado Pago, por ejemplo, las pequeñas y medianas empresas pueden ofrecer a sus clientes la opción de pagar con tarjeta de crédito en pagos sin intereses. Hoy su mayor apuesta es Mercado Crédito, una fuente alternativa de financiamiento para personas físicas y empresas, que ya se lanzó en Argentina.
4. La diversificación de mercados: Mercado Libre nació en un país conocido por tener una de las economías más inestables del mundo. Para evitar el impacto de las sucesivas crisis en el negocio, los socios de la empresa apostaron desde el inicio por crecer en el exterior. Hoy la compañía opera también en Brasil, México, Chile, Uruguay, Colombia y otros trece países. Y está dando una dura pelea a Amazon, que no logra desbancarla del primer lugar en la región.

(9) www.mercadolibre.com.ar/

(10) <https://mipropiojefe.com/5-claves-del-exito-mercado-libre-la-gran-plataforma-comercio-electronico/>

5. Su efecto multiplicador: La compañía es un actor muy activo del ecosistema emprendedor argentino, a través de un fondo de venture capital que ya ha invertido en más de 10 empresas que desarrollan tecnología sobre su plataforma. Además, colabora con aceleradoras como Wayra, NXTP Labs e incubadoras gubernamentales, como la de la ciudad de Buenos Aires. Estas iniciativas le permiten promover el mejor talento de la región e innovar de manera constante.

2.6.4. M-Pesa

Vodafone lanzó en el 2003 su app M-Pesa⁽¹¹⁾⁽¹²⁾ mediante su filial keniana Safari. Frente a la baja tasa de bancarización, se dieron cuenta de que ocurría justo lo contrario respecto de los móviles. Al igual que en Occidente estos se han difundido masivamente entre todas las capas sociales, y el manejo de los mismos está al alcance de personas de un amplio espectro educativo. Se diseñó una app muy ligera, capaz de funcionar en prácticamente cualquier teléfono por básico que fuese, y después de una serie de pruebas se orientó para hacer del móvil una suerte de billetera electrónica, un medio para realizar cobros y pagos.

Las claves del éxito de M-PESA

1. Los clientes pueden ingresar dinero en su cuenta M-Pesa y disponer del mismo, a través de cajeros automáticos y sobre todo mediante la red agencial que tiene distribuida por todo el país en pequeños comercios y negocios (otros grandes beneficiados de M-Pesa en su doble faceta).
2. Transferir dinero a otros usuarios de M-Pesa o a terceros.
3. Pagar facturas o recargar el móvil.

M-Pesa no es un banco, un procesador de pagos. M-Pesa no puede captar depósitos como tales, no puede crear dinero a través de la reserva fraccionaria, pero contribuye sin duda

(11) www.mpesa.in/portal

(12) <https://www.bbva.com/es/bancarizacion-africa-repitiendo-exito-m-pesa-kenya/>

a la bancarización de la sociedad al incluir dentro del circuito financiero a gente que estaba fuera, acercándola al mismo, posibilitando nuevas fórmulas de relación con el mundo de las finanzas, con costes muy reducidos y funcionando como agentes financieros de otros bancos en sentido estricto. Iniciativas como M-Pesa contribuyen a explicar que en Kenia más de un 40% de las personas tengan una cuenta bancaria y más de un 60% utilice la tecnología móvil para realizar cobros y pagos. Se les ha dado lo que le necesitaban mediante herramientas que ya tenían y manejaban.

Kenia y M-Pesa se han convertido, por tanto, en un referente para los procesos de bancarización para el resto de África. De hecho ya saltó en su momento en a Tanzania, Lesotho, Mozambique o Egipto y, lo que puede marcar un antes y un después, ha desembarcado en Asia mediante su lanzamiento en India y en Europa con su cabeza de puente en Rumania.

2.6.5. *Lenddo*

Lenddo⁽¹³⁾⁽¹⁴⁾⁽¹⁵⁾ surgió en el 2011 en Filipinas otorgando créditos de consumo a la creciente clase media. No es un banco porque cuenta con una serie de inversionistas que ponen el capital y no capta recursos de los usuarios. Su principal característica es que todo el proceso se realiza a través de la red y utiliza las redes sociales para saber qué tan confiable es un cliente. Las redes sociales han servido en estos años como un medio de comunicación entre amigos o familiares y han ido evolucionando hasta convertirse también en una herramienta para hacer negocios, por lo que no es extraño que ahora incluso puedan ayudar a las personas de la clase media a conseguir financiamiento para cumplir sus metas.

Una persona profesional de 25 años que gana entre US\$764 y US\$1.146 mensuales muchas veces sufre al momento de intentar obtener un crédito, ya sea porque los bancos le cierran la puerta o le imponen condiciones muy restrictivas; casos como estos son los que inspiraron la creación de Lenddo.

(13) <https://lenddo.com>

(14) <https://tecnologiaeconomia.com/articulos/lenddo-com-acceso-credito-solo-con-tus-redes-sociales>

(15) <https://gigaom.com/2012/05/16/credit-scores-with-a-little-help-from-your-friends/>

Tardaron casi un año en crear una plataforma que, haciendo uso de tecnología como el Big Data, identificara qué tan confiable es una persona. Y es que al momento de crear un usuario en la página y vincularla con las redes sociales como Facebook, Twitter o LinkedIn, entre otras, se corrobora la identidad, el país a través de la dirección IP, así como la capacidad y la voluntad de pago.

Cuando alguien se une a la red en busca de un préstamo (que suele oscilar entre \$400 y \$800 dependiendo de la ubicación), la empresa no solicita garantías, co-firmantes o historial financiero. En su lugar, se adentra profundamente en la historia social en línea del miembro, mirando la cantidad de cuentas de redes sociales que vincula con Lenddo, la historia de esas cuentas sociales, la cantidad de amigos y seguidores que tiene en cada red y cada uno de esos contactos. El “gráfico de confianza” de Lenddo aumenta a medida que más personas se unen al sitio y agregan contactos de sus redes sociales a su “red de confianza de Lenddo”, con la idea subyacente de que la reputación social de una persona es el mejor incentivo para pagar un préstamo a tiempo.

Como miembro paga su préstamo, no solo aumenta su propia puntuación de Lenddo sino también la de sus contactos. Si comienza a recurrir a los pagos, esto se refleja en él y en toda su red. Los algoritmos de Lenddo también usan las redes sociales para verificar la identidad, una función importante en las economías en desarrollo que no tienen la misma infraestructura de identidad que tenemos en los EE. UU.

2.7.Comparación

Si tomamos los pilares del modelo de negocio descritos en el apartado “2.3 El modelo de negocios Fintech”, vemos que las 5 empresas detalladas previamente cumplen con las características del modelo de negocio de una empresa tecnológica que provee productos o servicios financieros. Aunque NuBank tiene licencia bancaria y realiza intermediación de dinero, la desintermediación a la que hace referencia el modelo de negocio es respecto de la operatividad y de la propuesta de valor hacia el cliente.

	Productos financieros totalmente on-line	Tecnologías disruptivas, estructuras flexibles y ágiles.	Enfoque centrado en el cliente	Modelo desintermediado	Favorecen la inclusión financiera y democratizan servicios financieros.	Reducen los costos
NuBank	✓	✓	✓	✓	✓	✓
WeChat	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Mercado Libre (*)	✓	✓	✓	✓	✓	✓
M-Pesa	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Lenddo	✓	✓	✓	✓	✓	✓

Tabla 1. Comparación de empresa vs. Modelo de negocio

La tabla es una comparación que identifica si las empresas cumplen con la pauta del modelo de negocio de una Fintech. Tabla de elaboración Propia



Universidad de
SanAndrés

3. Capítulo III: Estrategia Fintech y Plataformas

3.1. Entorno competitivo

La publicación de Peter Gomber, Robert J. Kauffman, Chris Parker y Bruce W. Weber: “Sistemas de información financiera y la revolución Fintech”; expresan que hoy en día todas las áreas de los servicios financieros son tocadas por las fuerzas tecnológicas que han llevado a nuevos emprendimientos, innovación desenfrenada, y a un crecimiento significativo en el interés de las firmas de capital de riesgo para participar y estar involucradas, como fue descrito en el apartado “2.5.2. Las Fintech en números”. Sin embargo, esta vez no es el momento de las punto.com o del e-commerce. En cambio, es el de la transformación tecnológica de la banca, el trading de valores y otros servicios diferentes de cómo los conocemos actualmente: nuevas visiones sobre los servicios y una fuerte centralidad sobre los clientes, con perspectivas brillantes para controlar los costos y apoyar la rentabilidad.

El modelo de las 5 fuerzas competitivas que configuran el entorno competitivo de una industria es un marco conceptual que señala la importancia de que la empresa conozca las múltiples fuerzas que debe enfrentar la organización para permanecer competitiva en el largo plazo. Se puede afirmar que es el modelo contrario a la visión de la firma basada en recursos, dado que su enfoque es externo y no interno (Barney, 1991). La visión de la empresa basada en recursos se enfoca más en aspectos internos como las debilidades y fortalezas de la organización, mientras que el modelo de las 5 fuerzas hace énfasis en las amenazas y las oportunidades del entorno. Porter (1979), en el modelo de las 5 fuerzas, plantea que además de que el estratega debe lidiar con la competencia (empresas rivales), también debe considerar otras variables que afectan la posición competitiva de la organización. Este autor afirma que las dimensiones alternas que deben ser tenidas en cuenta son las siguientes: los compradores, los proveedores, las empresas rivales y los sustitutos (productos-servicios). De acuerdo con Porter, estas fuerzas más la competencia directa estructuran y configuran la manera como se produce la interacción competitiva dentro de un sector

1. **Rivalidad entre competidores:** A pesar de la competencia emergente entre las empresas de la industria Fintech todavía hay una porción grande del mercado a ser

explorado. Si bien la ausencia de costos fijos para las soluciones digitales y el alto nivel de posibilidades de diferenciación facilitan la operatoria para las Fintech, los requerimientos de inversión hacen que el sector no sea completamente explorado. Además, la presencia de diversos segmentos, ninguno de los cuales ocupa una porción significativa del mercado, deja espacio para la innovación y una mayor exploración del sector. Estos actores tienen un servicio especial y distinto, con productos diferenciados en diferentes nichos de mercado.

Las empresas Fintech tienen la capacidad para competir en cualquier segmento. Esto se puede conceptualizar con la nueva concepción de las estrategias competitivas genéricas (Bertagnini, 2009) como una ampliación de las estrategias competitivas de Porter (Porter, 1979). Las empresas Fintech se caracterizan por ser ágiles, livianas por lo que su enfoque competitivo puede variar sin barreras entre costos y diferenciación, o bien entre enfoques de expansión o contracción, dependiendo de los requerimientos de fondos para crecer en volumen.

		Orientación competitiva	
		Costos o diferenciación	Costos y diferenciación
Enfoque de mercado	Defensivo	1. Consolidación o Reposicionamiento	3. Consolidación y Reposicionamiento
	Expansivo	2. Crecimiento en volumen o en valor agregado	4. Crecimiento en volumen y en valor agregado

Figura 16. Cuadro de estrategias competitivas.

El cuadro de estrategias competitivas muestra que las empresas pueden tener estrategias mixtas al momento de segmentar su oferta para un segmento de mercado específico. Copyright 2019. Reproducción autorizada.

2. **Amenaza de nuevos participantes** Como en cualquier ecosistema en sus etapas iniciales de desarrollo, los avances dependen en gran medida de la reacción y apertura por parte de los actores de la industria tradicional. Inicialmente la relación entre los emprendimientos y los actores clave de los servicios financieros tradicionales fue ambigua, en cambio, hoy tiende a la colaboración. Existen algunos proyectos que se

posicionan como mecanismos de colaboración con la industria tradicional al ofrecer plataformas abiertas a las que cualquier banco se puede conectar para ampliar la oferta de productos bancarios, como las plataformas de préstamos en línea, mientras que otros emprendimientos en otros segmentos son vistos como competidores. Actualmente, los incumbentes apuestan a desarrollar soluciones innovadoras de manera interna. A veces se generan unidades de negocios independientes que tienen más libertades con el propósito exclusivo de desarrollar estas tecnologías sin estar sujetas a las necesidades y restricciones impuestas por la corporación a la cual reportan (BID -Finnovista, 2018). Las Fintech generalmente tienen dificultades para capturar economías de escala lo que obliga a reducir los costes, esto significa que los competidores actuales están luchando para reducir costes, lo que no es favorable para los nuevos participantes. El retador de las Fintech no son las entidades financieras tradicionales sino las plataformas de intercambio, aunque no sean de la industria, como pueden ser Uber, Rappi, o Tinder, las cuales pueden dar su servicio principal y, además, algún servicio financiero.

- 3. El poder de negociación de los proveedores** La capacidad de negociar con proveedores es extremadamente importante, lo que puede describirse como mercado de inputs. La mayoría de las empresas de la industria Fintech en Latam se concentran en pagos y remesas, préstamos y gestión de finanzas empresariales, como los 3 principales dentro de los segmentos mencionados en la sección “2.3. El modelo de negocios Fintech”. Debido a la variedad de segmentos de Fintech presentes en el mercado, el poder de negociación de los proveedores depende de factores tales como: costos de transferencia de proveedores en relación con los costos de transferencia de empresas (alta en Fintech), impacto de los inputs en el costo y diferenciación, la presencia de inputs sustitutos, la concentración del proveedor en relación a la concentración de la empresa (la ciudad centrales suele ofrece la mejor relación) y la competencia de proveedores (la capacidad de integración vertical y la reducción del comprador). En otras palabras, los principales proveedores de esta industria son los bancos, las corporaciones de servicios financieros y otras empresas de tecnología. Debido al hecho de que hay una amplia variedad de opciones de servicios bancarios

y financieros, estos proveedores proporcionan una buena cantidad de alternativas financieras.

- 4. El poder de negociación de los compradores.** Fintech es más bien una industria particular cuando se trata de analizar compradores, ya que se trata de una industria de servicios y no de productos. Como Fintech ofrece servicios B2B, B2C y C2C, el análisis es bidimensional en función de ambos tipos de clientes. Hay muchos compradores que compran pequeñas cantidades en relación a el tamaño de un solo vendedor, lo que les hace perder el poder de negociación. Por otro lado, el poder de los compradores consiste en bajos costos y comisiones de transacción o intermediación. Un reducido grupo de bancos y otras instituciones financieras tienen un gran apalancamiento entre los proveedores. Sin embargo, es bastante difícil para los compradores amenazar de manera creíble con la integración hacia atrás en la industria. Es cierto que los grandes bancos y las instituciones financieras tienen la capacidad de desarrollar la tecnología y la infraestructura para satisfacer sus necesidades, sin embargo, no es tan simple como invertir tiempo y dinero.
- 5. La amenaza de productos sustitutos:** La amenaza de productos sustitutos es una fuerza a considerar cuando se analiza el entorno de la industria o el diseño de una estrategia competitiva. Esta amenaza es alta si el servicio sustituto ofrece un atractivo equilibrio costo-beneficio y el costo del comprador cuando cambia al servicio sustitutivo es bajo. A pesar de ser el sustituto más lógico de Fintech, los servicios financieros tradicionales, tales como las transacciones de pago, dinero en efectivo y cheques, no ofrecen la misma comodidad y eficiencia de tiempo que sus alternativas en línea. La digitalización rápida y la implementación de tecnología en los servicios financieros les permiten hacer compras 24/7 desde cualquier rincón del mundo, incluso si la tienda deseada no tiene una ubicación física; o bien, obtener un préstamo en minutos. Por estas razones, los productos ofrecidos por la industria de Fintech son más atractivos para el consumidor, ya que son cada vez más seguros, fáciles de usar, tienen un costo menor y son métodos más versátiles y adaptables a las necesidades del consumidor.

El análisis precedente fue utilizando bajo los parámetros de la industria que son mayormente conocidos, pero para llevar a la Fintech al siguiente escalón de evolución se tiene que considerar un esquema donde no se encuentren reglas predefinidas para hacer las cosas. es la necesidad de dejar a un lado la competencia destructiva entre las empresas si se quiere ser un ganador en el futuro, ampliando los horizontes del mercado y generando valor a través de la innovación.

La Estrategia de Océanos Azules, publicación de Kim y Mauborgne (2005), diferencia las dos situaciones competitivas más habituales en cualquier tipo de industria: los océanos rojos y los océanos azules. Los océanos rojos representan todas las industrias que existen en la actualidad, mientras que los azules simbolizan las ideas de negocio hoy por hoy desconocidas, y donde las Fintech tienen más chances de proliferar. En los océanos rojos los límites de las industrias están perfectamente definidos y son aceptados tal cual son. Además, las reglas del juego competitivo son conocidas por todos. En este mundo, las empresas tratan de superar a los rivales arañando poco a poco cuota de mercado. Conforme aparecen más competidores, las posibilidades de beneficios y crecimiento disminuyen, los productos se estandarizan al máximo y la competencia se torna sangrienta (justifica el color rojo de los océanos). Los océanos azules, por el contrario, se caracterizan por la creación de mercados en áreas que no están explotadas en la actualidad, y que generan oportunidades de crecimiento rentable y sostenido a largo plazo. Las Fintech tiene la capacidad de explotar nichos de mercado y de crear mercados nuevos.

3.2. Plataforma Fintech

Las empresas de Internet se estructuran cada vez más como plataformas, y en la mayoría de los mercados, algunas de esas plataformas tienden a dominar. Facebook ha dominado redes sociales con 1.8 mil millones usuarios; Amazon tiene un 65% del mercado de libros en línea; para Google la cuota de mercado de búsqueda es del 77%; Uber reclama más del 80% del mercado de EE. UU. Y así sucesivamente. Plataformas completas como estas se vuelven cada vez más difícil de desalojar una vez ellos están establecidos. Como

resultado, el atractivo de la dominación del mercado proporciona un incentivo significativo para establecer una plataforma completa.

En la plataforma, muchos procesos complejos, incluyendo cumplimiento, control y balance, se realizan de forma segura por máquinas. Junto con esto fenómeno de plataforma, nuevas generaciones de humanos han co-evolucionado para sentirse más seguros y confiados utilizando máquinas para analizar información y apoyar decisiones. Sería parece impensable hace 10 años imaginarse confiando en la conducción autónoma vehículos para hacerse cargo del volante, o confiar en los robots para realizarnos una cirugía. Pero estamos haciendo cada vez más eso en un número creciente de áreas del mundo real. Muchos procesos de negocios que hoy involucran a personas se están virtualizando: se están moviendo a canales digitales e incluyen a menos personas. A menudo, la única persona involucrada es el cliente. Algunas personas continuarán seleccionando las interacciones entre humanos, la virtualización es una tendencia a largo plazo que generalmente aumentará con el tiempo a medida que las máquinas adquieran más capacidades. Las habilidades creativas de las computadoras se están expandiendo rápidamente. Ahora pueden, por ejemplo, no solo diseñar una pieza que cumpla con los requisitos, sino también averiguar a partir de una gran cantidad de datos cuáles deberían ser esos requisitos. Lo mismo podría aplicar a los servicios financieros, generar algoritmos que determinen la mejor oferta para cada cliente en particular (McAfee & Brynjolfsson, 2017).

En general, parecemos cómodos confiando en decisiones hechas a máquina en dominios en los que los riesgos son aceptables: los errores son relativamente infrecuentes y sus consecuencias no exceden un umbral de tolerancia razonable. Las plataformas tienen una cantidad importante de propiedades, pero hoy es "completo" Las plataformas de Internet siempre tienen tres componentes esenciales:

1. Son "abiertos", lo que permite participación;
2. Implementan negocios clave y procesos operacionales, algunos de los cuales típicamente muestran efectos de red que aumentar de valor a medida que aumenta la participación; y

3. Implementan estos negocios procesa automáticamente al habilitar tecnología (que también puede capturar y generar grandes cantidades de datos que mejora el valor de la plataforma).

3.3.El marco regulatorio

Las finanzas han sido tradicionalmente acerca de la confianza. Los consumidores, por lo general, confían en los bancos para mantener su dinero y poder recuperarlo cuando lo deseen; y confían en las firmas bursátiles para comprar acciones y valores que a precios de mercado y para debitar y acreditar las cuentas operativas. La confianza es tan importante, históricamente se ha impuesto a bancos y firmas financieras a altos estándares más de cumplimiento y control (tal vez demasiados) que otras empresas. Las instituciones financieras deben seguir procesos bien definidos con supervisión y planes a prueba de contingencia destinados a minimizar riesgo y maximizando la confianza pública.

Por otra parte, la inclusión financiera gana cada vez más espacio en la agenda pública de los gobiernos y los organismos multilaterales, tema que será desarrollado en profundidad en el Capítulo IV. Sin embargo, el desafío de generar un entorno más amigable con la inclusión financiera está lejos de ser sencillo. Por un lado, existen normas de supervisión prudencial que exigen a las entidades bancarias y crediticias contar con mecanismos de protección ante situaciones inesperados que puedan afectar su actividad. Por otro lado, hay entornos que privilegian que los agentes económicos formales puedan tener acceso a los servicios financieros.

Alcanzar un mayor nivel de inclusión financiera implica la repensar la rigidez o la flexibilidad frente a las condiciones específicas de cada país y jurisdicción frente a la inclusión financiera, como la razonabilidad que exige la promoción de esta actividad. Entender que la inclusión financiera y su expansión no tienen por qué poner en peligro la estabilidad financiera resulta determinante para el éxito de una buena política pública (Thorsten Beck, 2008).

El rol de los gobiernos debería ser el de proveer una regulación favorable para los emprendimientos Fintech. Dependiendo de su plan de desarrollo económico nacional y de

las políticas económicas que prevalezcan en el país del que se trate, diferentes gobiernos proporcionan diferentes niveles de regulación para fomentar la innovación y la competencia (como ser: licencias, certificaciones, incentivos fiscales, disminución de requerimientos de capital, entre otros). En algunos casos, se han diseñado regulaciones laxas que han permitido a los startups ofrecer servicios personalizados, menos costosos y de fácil acceso para sus clientes. Sin embargo, una gran mayoría de ecosistemas aún no cuentan con una regulación específica, lo que impide el avance de muchos proyectos que deben regirse por la regulación impuesta (Lee, 2018). Mientras no se dé una regulación y supervisión efectiva sobre los nuevos actores, se enfrenta el caso clásico de la teoría económica donde una misma actividad tiene diferentes tratamientos por parte de las normas dependiendo de quién es el agente económico. Las diferencias en el tratamiento y las asimetrías en el trato dan origen a fenómenos donde la regulación deja de ser neutral, bien sea por acción o por omisión.

Un análisis sobre el arbitraje regulatorio hecho por la Facultad de Leyes de la Universidad de Oxford muestra que el arbitraje regulatorio resulta ser más nocivo aún en un ambiente de integración financiera y económica. Los agentes económicos buscarán entonces ubicarse en aquella jurisdicción donde los negocios son tratados con más laxitud o simplemente no son supervisados. Esto puede dar origen a burbujas especulativas, entidades que acumulan riesgos financieros sin la debida mitigación y administración (Baldwin, R. & Cave, M., 1999).

Así, de cara al análisis sobre la técnica de regulación para la industria Fintech, atendiendo a la postura del regulador y a su efecto en la promoción de la competencia, podríamos indicar que la técnica regulatoria puede tener un enfoque activo, pasivo o, restrictivo (BBVA Innovation Center, 2016. Revolución 'fintech'.)

3.3.1. Regulación activa

En este caso, la autoridad regulatoria busca fomentar el crecimiento de la industria o la promoción de la actividad sujeta a regulación. En el caso del mercado de servicios financieros, en los países de la Eurozona, los organismos reguladores han mostrado gran nivel de acercamiento al ecosistema Fintech a fin de conocer y entender los nuevos desarrollos y los obstáculos que podrían presentarse de camino a su consolidación. Si bien

este enfoque es una forma efectiva de que el regulador obtenga conocimientos y experiencia sobre la industria, existe el riesgo de captura de los organismos reguladores, hecho que ocasiona la superposición de los intereses de las empresas sobre el interés público que debe subyacer a toda acción pública (Stigler, G. J., op. cit. pp. 3-21.).

Tal como sucede con la regulación de los bancos digitales, la FCA⁽¹⁶⁾ (Financial Conduct Authority) es el mejor ejemplo de organismo regulador con enfoque activo para la industria Fintech, pues además de permitir a las empresas sujetas a regulación, brindar alcances u ofrecer propuestas en periodos tempranos del proceso de redacción de normas, también proporciona la retroalimentación correspondiente a cada etapa y motiva sus decisiones públicamente. Esta técnica suele plantear la implementación de “cajas de arena” regulatorias (conocidas como “sandbox”) que constituyen regulaciones experimentales que permiten testear el funcionamiento de un producto de forma previa a la obtención de la licencia definitiva, conforme se muestra en el esquema siguiente:



Figura 17. Esquema de un sandbox regulatorio.

El gráfico representa la distribución regulaciones experimentales que permiten testear el funcionamiento de un producto de forma previa a la obtención de la licencia definitiva. Autor: Meza, Walter. 2018.

En otros términos, se trata de “un espacio de prueba en que un determinado producto, servicio o tecnología puede probarse en relación con un número determinado de

(16) <https://www.fca.org.uk/> La Financial Conduct Authority es la autoridad financiera del Reino Unido, aunque opera de forma independiente del Gobierno del Reino Unido, y se financia cargando fees a los miembros de la industria de los servicios financieros.

personas/clientes, con la seguridad de que no existirán consecuencias sancionadoras por parte de los supervisores” (Uría, 2017.).

3.3.2. Regulación pasiva

Bajo este enfoque regulatorio, los reguladores no tienen un papel protagónico respecto de métodos innovadores de realizar una actividad reservada legalmente, tanto para su fomento como para su limitación. En Europa, un ejemplo de regulador que adopta este enfoque es la Autoridad Federal de Supervisión Financiera⁽¹⁷⁾ (BaFin) de Alemania, pues ante el desarrollo de nuevos modelos de negocio, su actuación se centra en publicación de guías de distintas actividades, así como en la realización de eventos (Asociación Española de Fintech e Insurtech, 2017. Libro Blanco de la Regulación Fintech en España.).

En Europa se implementó la Directiva de servicios de pago 2 (PSD2) y el Reglamento general de protección de datos (GDPR). El creciente enfoque en la gestión de los requisitos regulatorios y el cumplimiento contribuyó a un aumento en la financiación para las empresas de Regtech. En Perú, los reguladores del mercado financiero tienen una postura semejante, pues dados el contexto y características del país, su actuación se centra básicamente en la difusión de la normatividad y la educación financiera. En México se sancionó, en 2018, la primera Ley Fintech en el mundo, Reino Unido decidió no reglamentar en un primer momento, sino que impulsó iniciativas para promover el desarrollo del ecosistema sin restricciones.

En el caso de la Argentina, la autoridad de regulación sobre la prestación de los servicios financieros se concentra en tres entes: el Banco Central⁽¹⁸⁾ (BCRA), la Comisión Nacional de Valores⁽¹⁹⁾ (CNV) y la Superintendencia de Seguros de la Nación⁽²⁰⁾ (SSN). Actualmente, todas las categorías Fintech rigen bajo la regulación del BCRA,

(17) <https://www.bafin.de> La Autoridad Federal de Supervisión Financiera más conocida por su acrónimo BaFin es la autoridad de regulación financiera de Alemania. Es una institución federal alemana independiente con sede en Bonn y Fráncfort y está bajo la supervisión del Ministerio Federal de Finanzas.e los servicios financieros.

(18) <https://www.bcra.gov.ar/>

(19) <https://www.cnv.gov.ar/>

(20) <https://www.argentina.gob.ar/superintendencia-de-seguros>

independientemente de su actividad. A la par, las “Insurtech” están bajo la órbita de la SSN, mientras que las que compongan fideicomisos o participen de inversiones son de incumbencia de la CNV.

Si bien el BCRA no reguló la actividad Fintech específicamente, está llevando adelante un plan que tiene 3 elementos:

1. Regulación: analizar los enfoques de otros bancos centrales, las recomendaciones y mejores prácticas de los organismos de regulación y supervisión internacional y aplicarlos al contexto local.
2. Mesa de Innovación Financiera: Un espacio de trabajo, de colaboración público-privada, está integrado por especialistas del Banco Central, empresas Fintech, bancos, emprendedores y organismos públicos y privados.
3. Programa de Innovación Financiera (PIF): Esta iniciativa anual convoca a emprendedores, estudiantes y profesionales de diferentes áreas relacionadas con el mundo financiero para generar proyectos para resolver los desafíos actuales: digitalización, pagos digitales, bancarización y scoring alternativo, entre otros.

3.3.3. *Regulación restrictiva*

Este enfoque se emplea por reguladores que resultan adversos al riesgo y comúnmente subyace el temor de su captura por los principales agentes del mercado de servicios financieros. Si bien existe un enorme desarrollo de la industria Fintech en algunos estados de los Estados Unidos, como lo son California y Nueva York, el regulador americano suele tener un enfoque restrictivo en materia de servicios financieros, con requisitos de difícil y costoso cumplimiento. Sin perjuicio de ello, la Oficina del Contralor de la Moneda (OCC por sus siglas en inglés, Office of the Comptroller of the Currency) sometió a discusión, a finales del 2016, algunas condiciones que consideró necesarias para la constitución de empresas fintech como bancos (Magnuson, 2018).

4. Capítulo IV: La inclusión financiera

La definición que mejor representa el término de “inclusión financiera”, es la mencionada por César Failache en su reporte sobre “Desarrollo Humano: “Crédito, endeudamiento y pobreza” del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (pág. 18)” del año 2014:

“Por inclusión financiera se entiende el acceso de toda la población adulta de un país a los productos y servicios financieros⁽²¹⁾ que proveen las instituciones financieras. Hay inclusión financiera cuando existe un sistema formal legítimo e institucionalizado que permite acceder a estos productos y servicios a un costo razonable y sin restricciones. Para que se dé la inclusión financiera no es necesario que las personas hagan uso de estos servicios, pero sí es necesario que tengan al acceso a estos servicios en igualdad de condiciones.”

La existencia de una red de acceso es una condición necesaria para que se dé la inclusión financiera, y se puede brindar por distintos canales de atención: oficinas de atención al cliente, cajeros automáticos, banca electrónica, banca móvil, servicios electrónicos en los puntos de venta de bienes y servicios, etc.

Por otra parte, pese a que a veces se utilizan como sinónimos, la bancarización, o inclusión financiera bancaria, se refiere específicamente al uso de la red formal de bancos del país y sus servicios en el uso de medios de pagos y productos financieros de inversión, préstamos y seguros. La bancarización es uno de los elementos que favorecen la inclusión financiera, actualmente 69% de la población mundial tiene una cuenta bancaria, pero no es el único componente de la inclusión, y las personas pueden estar incluidas financieramente, aunque no utilicen el sistema formal de bancos (Crédito, endeudamiento y pobreza, PNUD Uruguay, 2014). Esto último se podría asociar a diferentes barreras a la bancarización de tipo

(21) Comprende, pero no se limita, a cuentas bancarias, tarjetas de crédito y débito, créditos en todas sus modalidades (al consumo, para vivienda, microcréditos, etcétera), seguros.

onerosa, como la exigencia de un saldo mínimo en balance de cuenta, comisiones sobre depósitos y préstamos, y no pecuniarias, como el número de documentos exigidos para abrir una cuenta de depósito, la existencia de un historial crediticio, la disponibilidad de sucursales por cliente bancario y el número de días para obtener un crédito bancario (De la Torre, Ize y Schmukler, 2012)

Hoy, el 69 % de los adultos del mundo tienen una cuenta
Adultos con una cuenta (%), 2017

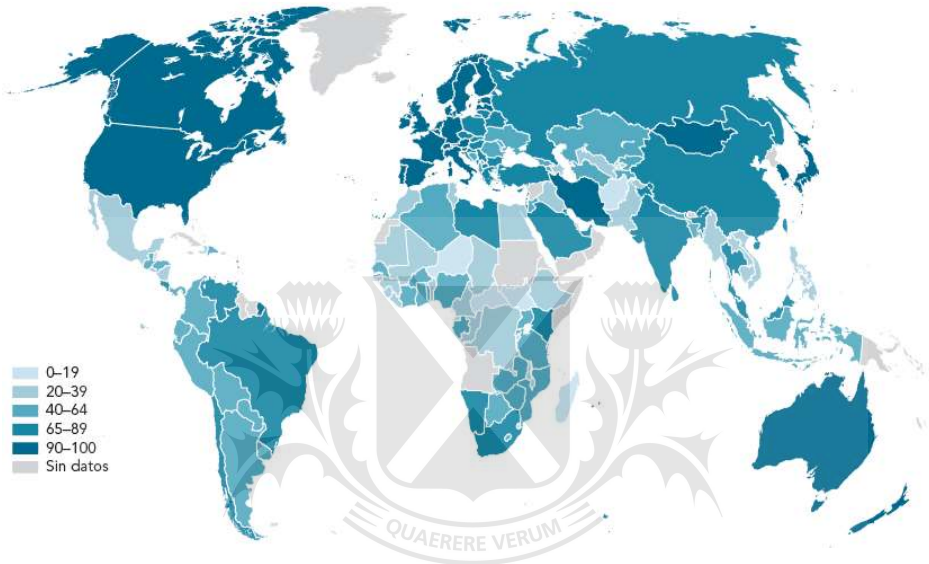


Figura 18. Mapa de la bancarización global

La base de datos de Global Findex muestra que 515 millones de adultos en todo el mundo abrieron una cuenta en una institución financiera a través de un proveedor de dinero móvil entre 2014 y 2017. Esto significa que el 69% de los adultos ahora tiene una cuenta. En las economías de altos ingresos, el 94% de los adultos tiene una cuenta. en las economías en desarrollo solo el 63%. También existe una amplia variación en la propiedad de cuentas entre economías individuales. Copyright 2019. Fuente: Gartner. Reproducción autorizada. Global Findex 2018.

4.1. Los beneficios de la inclusión financiera

Los beneficios de la inclusión financiera pueden ser muy variados. Por ejemplo, estudios han demostrado que los servicios de dinero móvil – como permitir a los usuarios almacenar y transferir fondos a través de un teléfono móvil – puede ayudar a mejorar el ingreso potencial de las personas y así reducir la pobreza. Un estudio en Kenia encontró que el acceso a los servicios de dinero móvil brindó grandes beneficios, especialmente para las

mujeres. Hogares encabezados por mujeres aumentaron sus ahorros en más de un quinto; permitió a 185,000 mujeres abandonar la agricultura y desarrollar actividades comerciales o minoristas; y ayudó a reducir la pobreza extrema entre los hogares encabezados por mujeres un 22% (Suri and Jack, 2016).

Los servicios financieros digitales pueden ayudar a las personas a administrar el riesgo financiero – al resultar más fácil recolectar dinero de amigos y familiares distantes cuando los tiempos lo requieran –. En Kenia los investigadores encontraron que cuando ocurre una inesperada caída en los ingresos, los usuarios de dinero móvil no redujeron el gasto de los hogares, mientras no usuarios y usuarios con acceso deficiente a la red de dinero móvil redujeron sus compras de alimentos y otros artículos entre un 7% y 10% (Jack y Suri, 2014). También, pueden ayudar a las personas a acumular ahorros y aumentar el gasto en necesidades básicas. Luego de contar con cuentas de ahorro, vendedores del mercado en Kenia, principalmente mujeres, ahorraron a una tasa mayor e invirtieron 60% en sus negocios (Dupas y Robinson, 2013). Los hogares encabezados por mujeres en Nepal gastaron 15% más en alimentos nutritivos (carne y pescado) y 20% más en educación después de recibir cuentas de ahorro gratuitas (Prina, 2015).

Los servicios financieros digitales pueden reducir el costo de recibir pagos. En un programa de ayuda de cinco meses en Níger, cambió el pago mensual del gobierno a los beneficiarios sociales de efectivo a teléfonos móviles reduciendo 20 horas en promedio en el viaje total y el tiempo de espera para obtener los pagos (Aker y otros, 2016).

Para los gobiernos, el cambio de efectivo a pagos digitales puede reducir la corrupción y mejorar la eficiencia. En India la fuga de fondos para pagos de pensiones se redujo en un 47% cuando se realizaron las transferencias mediante tarjetas biométricas inteligentes en lugar de ser entregadas en efectivo (Muralidharan, Niehaus, and Sukhtankar, 2016). En Níger, la distribución de transferencias sociales a través de teléfonos móviles en lugar de hacerlo en efectivo redujo el costo variable de administrar los beneficios en un 20% (Aker y otros, 2016). Recientemente, en la Argentina, se cambió el método de pago de asignaciones sociales como la “Asignación Universal por Hijo” de un depósito en la cuenta bancaria de cada beneficiario en el Banco de la Nación a un depósito en la billetera electrónica Mercado Pago de la empresa Mercado Libre.

4.2. Situación actual

Pese a mencionarse las ventajas que supone la extensión de los servicios financieros en todos los niveles de la sociedad; a nivel mundial, alrededor de 1.700 millones de adultos siguen sin acceso a servicios financieros (sin una cuenta en una institución financiera tradicional o a través de un proveedor de dinero móvil). Debido a que la posesión de una cuenta bancaria es casi universal en las economías desarrolladas, prácticamente todos estos adultos no bancarizados viven en el mundo en vías de desarrollo. De hecho, casi la mitad vive en solo siete economías en desarrollo: Bangladesh, China, India, Indonesia, México, Nigeria y Pakistán.

En el mundo, 1700 millones de adultos no tienen cuenta
Adultos sin cuenta, 2017



Figura 19. Mapa de la no bancarización global

La base de datos de Global Findex 2017 muestra que, a nivel mundial, alrededor de 1.700 millones de adultos siguen sin acceso a servicios financieros (sin una cuenta en una institución financiera tradicional o a través de un proveedor de dinero móvil). Copyright 2019. Fuente: Global Findex 2017. Reproducción autorizada.

El 56% de todos los adultos no bancarizados son mujeres. Las mujeres están sobrerrepresentadas entre las personas no bancarizadas en economías donde solo una pequeña parte de los adultos no cuentan con servicios bancarios, como China e India, así como en aquellas donde la mitad o más están, como Bangladesh y Colombia. Las personas

más pobres también representan una parte desproporcionada de los no bancarizados. A nivel mundial, la mitad de los adultos no bancarizados provienen del 40% más pobre de los hogares dentro de su economía, y la otra mitad del 60% más rico. Pero el patrón varía entre las economías. En aquellos en donde la mitad o más de los adultos no cuentan con servicios bancarios, los no bancarizados tienen más probabilidades de provenir de un hogar más pobre que de uno más rico. Sin embargo, en las economías donde solo alrededor del 20% al 30% de los adultos no cuentan con servicios bancarios, los no bancarizados tienen muchas más probabilidades de ser pobres (Demirguc-Kunt, Klapper, Singer, Ansar y Hess, 2018).

Entonces, sería razonable el siguiente cuestionamiento: si los beneficios de la inclusión financiera están tan probados como caso de éxito, ¿Por qué aún quedan aproximadamente 1.700 millones de personas sin algún tipo de servicio financiero?

Parte de la respuesta está en la ganancia que produce esos segmentos de la población como resultado de uso de las nuevas tecnologías digitales. Si los países más pobres, y las poblaciones dentro de esos países, no cosechan los beneficios de la creciente prosperidad que surge de la nueva era digital, es poco probable que los empresarios del sector privado inviertan en proporcionarles productos y servicios para dichos segmentos.

El ingreso dominante del ecosistema proviene de clientes individuales, así como de pequeñas y medianas empresas (PyMEs). La mayoría de los clientes son jóvenes, con conocimientos tecnológicos y que habitan en las grandes ciudades. Una parte significativa de estos clientes está representada por los millenials (personas entre 18 y 34 años). Sin embargo, el futuro demográfico de estas compañías se percibe favorable en términos de que en las siguientes décadas se logre la inclusión de un mayor número de personas que hoy se encuentran en situaciones de exclusión financiera sobre todo en economías emergentes (Lee, 2018).

Abordar esta brecha digital requiere esfuerzos concertados de los gobiernos, las agencias de desarrollo y el sector privado, que deben trabajar juntos para proporcionar un entorno propicio y ecosistemas digitales para el desarrollo de nuevos productos. Aquí es donde las iniciativas para construir infraestructura, como Mojaloop de la Fundación Gates,

pueden desempeñar un papel necesario, pero probablemente no suficiente. Las plataformas como GAF^A ⁽²²⁾, y las compañías chinas BAT ⁽²³⁾, las cuales sería correcto definir como BIGTECH, también podrían desempeñar un papel central. Sin embargo, prefieren viajar en ecosistemas funcionales a desarrollar sus propios ecosistemas (Graham Wright, MicroSave Consulting 2018).

Otra consideración es que, proporcionar acceso a tecnología no significa que se garantice su uso. Hay más de mil millones de personas en todo el mundo, tanto en áreas rurales como urbanas, que no pueden leer o escribir, o entender las largas cadenas de números necesarias para realizar transacciones en la era digital. El procesamiento del lenguaje natural (PNL), una rama de la inteligencia artificial que ayuda a las computadoras a entender y manipular el lenguaje humano, puede mejorar la capacidad y la voluntad de estas personas para interactuar y realizar transacciones entre ellos y con los proveedores de servicios. Sin embargo, la mayoría de ellos no habla uno de los 30 idiomas más importantes del mundo como primer idioma (mandarín, español, inglés, Indostánico, árabe, bengalí, portugués, ruso, Panyabí, japonés y alemán son los 10 principales ⁽²⁴⁾, y ninguno de los cuales es idioma nativo indígena de África.

También, hay que mencionar que las evidencias de los casos de éxito, en la cual los paladines de la inclusión financiera sustentan sus virtudes, tienen un sesgo propio del relevamiento realizado; si bien estudios realizados sobre casos de éxito como ser: Kenia, Níger, India, Bangladesh, Indonesia, México, Nigeria y Pakistán; los mismos se tratan de casos completamente diferentes a nivel geográfico, político y socio-económicos no comparables entre sí (Duvendack y Mader, 2019).

Los servicios financieros tienen algún impacto en la vida de las personas de menores ingresos, y más es probable que este resulte positivo que negativo. Pero los impactos varían, a menudo son mixtos y no parecen ser transformadores en su alcance o escala. Los efectos de los servicios financieros en los indicadores básicos de pobreza económica, como los ingresos, los activos o los gastos, son pequeños e inconsistentes (Banerjee, Duflo, Glennerster y Kinnan, 2009).

(22) GAF^A: Google, Apple, Facebook, Amazon y, a veces, Microsoft.

(23) BAT: Baidu (buscador), Alibaba (ecommerce) y Tencent (social)

(24) <https://idiomasgc.com/los-15-idiomas-mas-hablados-del-mundo/>

Los efectos de participar en programas que brindan servicios financieros en el empoderamiento de las mujeres parecen ser generalmente positivos, pero dependen de las características del programa (a menudo periféricas o no relacionadas con el servicio financiero en sí, por ejemplo, el hacer más visibles los derechos de las mujeres), el contexto (como las normas sociales), y sobre qué aspectos del empoderamiento se consideran (Duvendack y Mader, 2019).

4.3. La hoja de ruta para la inclusión financiera

El camino a la inclusión financiera no es sencillo y requiere de una multiplicidad de factores para ser lo suficientemente extensa en su adopción de forma tal que logre modificar los indicadores económicos de un país o región. Tal vez, el impacto transformador de la tecnología sobre la inclusión financiera no sea tan realista y que el hype cycle (sección 2.4 Fintech en el mundo) de las microfinanzas esté en su fase de exageración.

Para conceptualizar los servicios ofrecidos por las empresas Fintech, mencionados en el punto “2.3. El modelo de negocios Fintech”, y su impacto en la inclusión financiera se puede tomar como referencia la hoja de ruta generada por el proyecto Impact Pathways (Mapa del Cambio)⁽²⁵⁾ que se inició como una iniciativa del Programa de Inclusión Financiera del Pacífico para comprender la conexión entre los servicios financieros digitales, los beneficios de su uso y su impacto en los Objetivos de Desarrollo Sostenible⁽²⁶⁾ (ODS). Esta iniciativa propone una correlación entre la generación y oferta de servicios financieros y la mejora en la vida diaria de las poblaciones de bajos ingresos a través de una gama de Objetivos de Desarrollo Sostenible.

(25) <https://impactpathways.azurewebsites.net/>

(26) <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

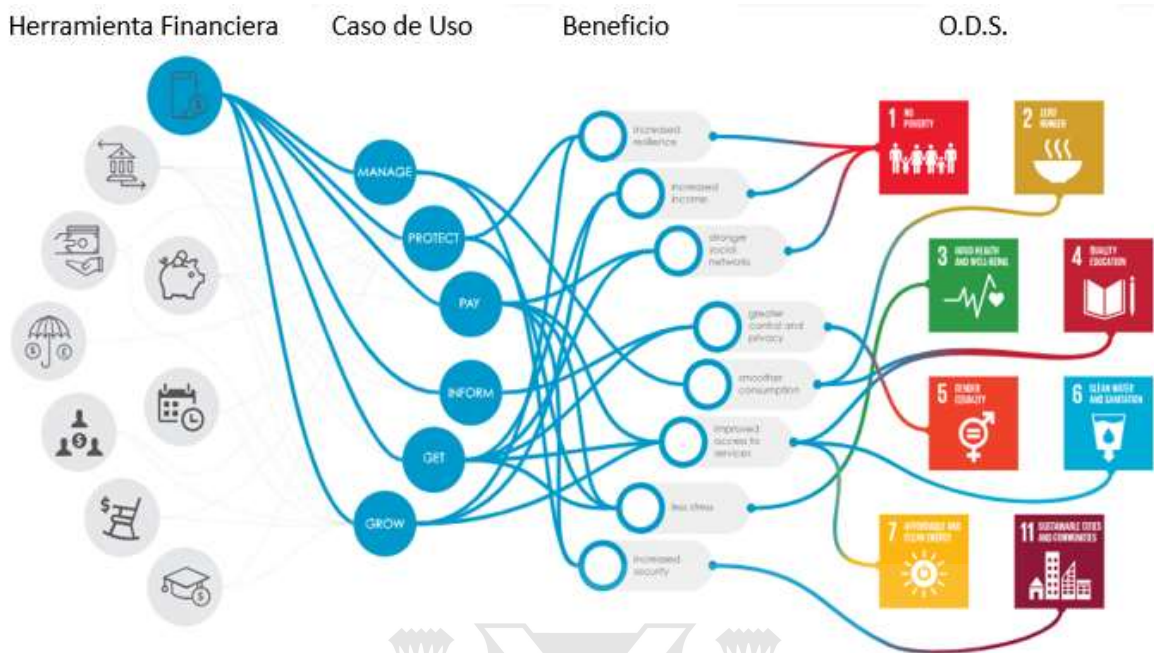


Figura 20. Mapa de la teoría del cambio para la inclusión financiera.

En la imagen se puede apreciar que de las herramientas financieras una de las que permitiría cumplir con los ODS relacionados a la mayor inclusión financiera es el de billeteras móviles. Las cuentas de transacciones y las cuentas de ahorro son las otras 2 herramientas que logran los ODS en su totalidad. Copyright 2019. Fuente: Impact Pathway. Reproducción autorizada.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (2015-2030) también conocidos por sus siglas ODS son una iniciativa impulsada por Naciones Unidas para dar continuidad a la agenda de desarrollo tras los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). Son 17 objetivos y 169 metas propuestos como continuación de los ODM incluyendo nuevas esferas como el cambio climático, la desigualdad económica, la innovación, el consumo sostenible y la paz y la justicia, entre otras prioridades.

Un estudio sobre el papel de la infraestructura digital, en el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en 12 países de América Latina y el Caribe explica cómo la inversión en infraestructura digital, especialmente en telecomunicaciones, puede ayudar a cerrar la brecha entre la región y los dos puntos tomados como referencia que son los países

de la OCDE⁽²⁷⁾ y objetivos del ODS. También cuantifica la inversión en telecomunicaciones en la región entre 2008 y 2017 y estima la inversión necesaria para cerrar estas brechas (García Zaballos, Iglesias Rodriguez y Adamowicz; 2019).

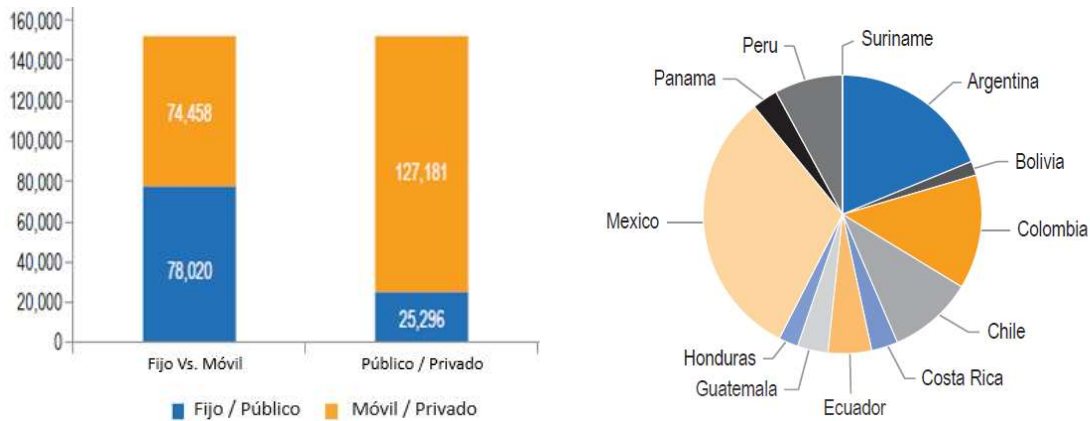


Figura 21. Inversión en redes de telecomunicaciones

La inversión móvil acumulada representa casi el 50% de la inversión total (US \$ 74 mil millones) y aumentó en casi todos los países entre 2008 y 2017. Por el contrario, en casi la mitad de los países considerados en el estudio, la inversión en telecomunicaciones fijas disminuyó durante el período. La inversión total acumulada durante el período ha alcanzado los US \$ 78 mil millones. La inversión acumulada en infraestructura de telecomunicaciones en la región de ALC entre 2008 y 2017 se estimó en US \$ 153 mil millones. Argentina, Colombia y México son los que más invierten, mientras que Bolivia, Honduras y Suriname son los que menos invierten. Copyright 2019. Fuente: Frontier Economics, Infralatom, Telegeography, GSMA y ITU. Reproducción autorizada.

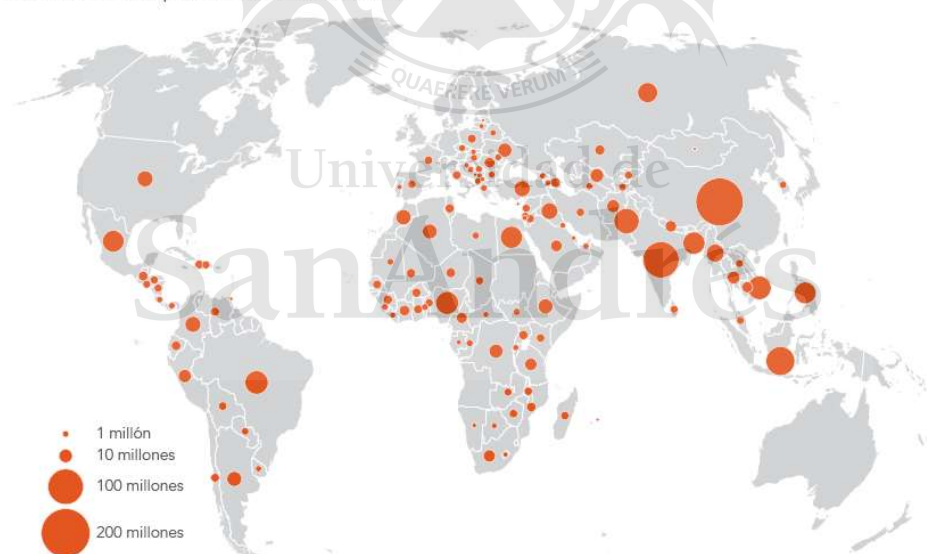
Para entender el impacto de las telecomunicaciones que podría tener en la expansión de la inclusión financiera hay que considerar que, a nivel mundial, alrededor de 1.100 millones de personas, o aproximadamente dos tercios de todos los adultos que no están bancarizados poseen un teléfono móvil. En India y México, más del 50% de las personas que no cuentan con servicios bancarios tienen un teléfono móvil; en China es el 82%.

(27) <https://www.oecd.org>. La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos es un organismo de cooperación internacional, compuesto por 36 estados, cuyo objetivo es coordinar sus políticas económicas y sociales. La OCDE fue fundada en 1961 y su sede central se encuentra en el Château de la Muette en París

Tanto los factores del costo como las variables potenciales del mercado de la demanda son importantes para el momento de la cobertura inicial. Esto sugiere que incluso en un entorno en el que el gobierno puede tener dificultades para proporcionar bienes públicos de manera justa, el momento de la provisión de infraestructura y la calidad de los servicios prestados para las redes de telefonía celular parecen estar impulsados por factores orientados al mercado (Batzilis, Dinkelman, Oster, Thornton y Zanera; 2010).

Un porcentaje menor de adultos no bancarizados tienen un teléfono móvil y acceso a Internet, ya sea a través de un teléfono inteligente, una computadora de la casa, un cibercafé, un familiar o alguna otra forma. A nivel mundial, la cuota es de alrededor de un cuarto. Pero al igual que para las cuentas, el acceso a la tecnología digital, ya sea un teléfono móvil o tanto un teléfono móvil inteligente con acceso a Internet, tiende a ser menor entre las mujeres, los adultos más pobres, los menos educados y otros grupos tradicionalmente desfavorecidos ((Demirguc-Kunt, Klapper, Singer, Ansar y Hess, 2018)).

Dos tercios de los adultos no bancarizados tienen teléfono celular
Adultos sin cuenta que tienen teléfono celular, 2017



Fuentes: Base de datos Global Findex; Encuesta mundial de Gallup 2017.

Nota: No se muestra datos referentes a economías en las que la proporción de adultos sin cuenta es el 5 % o menos.

Figura 22. Mapa de clientes no bancarizados con dispositivo móvil

La base de datos de Global Findex 2017 muestra que, a nivel mundial, alrededor de 1.100 millones de adultos que no tiene acceso a cuentas bancarias o billeteras electrónicas poseen un teléfono móvil lo que les podría dar acceso a servicios financieros digitales. Fuente Global Findex 2017. Copyright 2019. Reproducción autorizada.

Como se puede apreciar en la siguiente figura la penetración de Internet supone una dificultad debido a su geografía. No es lo mismo lograr la cobertura en países de superficie como Alemania, Francia, España respecto de países como Argentina, Brasil o México.

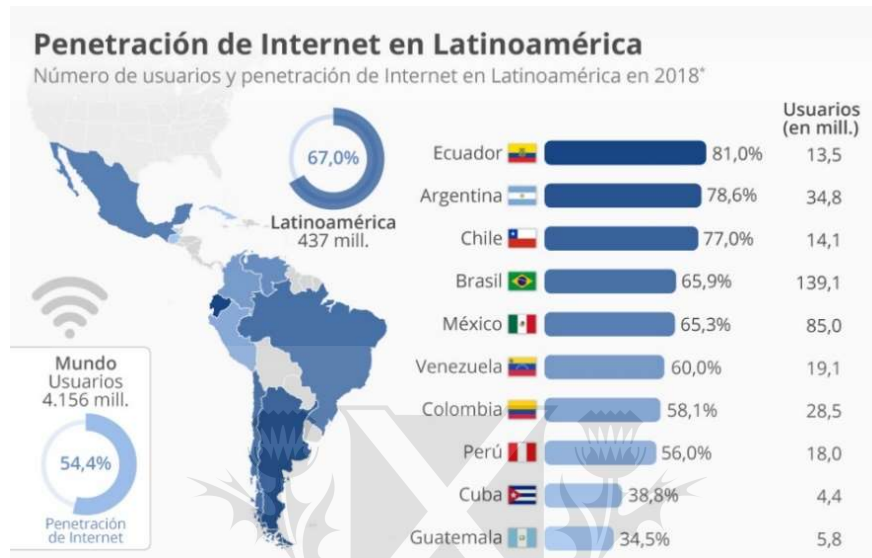


Figura 23. Penetración de Internet en Latinoamérica

La figura representa la penetración del acceso a Internet por acceso fijo o conexión telefónica en países de Latinoamérica. Fuente: Statista. Copyright 2019.

La inversión en tecnología puede mejorar los resultados sociales y de desarrollo en un país a través de varios canales. Tener un teléfono móvil puede abrir el acceso a cuentas de dinero móvil y otros servicios financieros. Tener acceso a internet también amplía la gama de posibilidades. Estas tecnologías podrían ayudar a superar las barreras que los adultos no bancarizados dicen que les impiden acceder a los servicios financieros. Los teléfonos móviles podrían eliminar la necesidad de viajar largas distancias a una institución financiera, al mismo tiempo que permitiría reducir el costo de proporcionar servicios financieros, la tecnología digital podría aumentar su asequibilidad.

El acceso a Internet y la comunicación telefónica mejorada pueden mejorar el acceso a la información sobre empleo y educación, lo que aumentará las posibilidades de que las personas puedan salir de la pobreza (ODS 1 – Fin de la pobreza). La infraestructura digital y las tecnologías de Internet de las cosas pueden mejorar la sostenibilidad agrícola y la

seguridad alimentaria (ODS 2 – Hambre cero). Las telecomunicaciones también pueden ayudar a reducir la desigualdad de ingresos al conectar áreas remotas con ciudades y brindar oportunidades de trabajo y acceso gratuito al conocimiento a países menos desarrollados y comunidades rurales (ODS 10 – Reducir inequidades). El análisis encuentra que la infraestructura digital tiene un impacto significativo y medible en varios ODS cuando se consideran los efectos de otras variables relevantes. La variable que define los ODS se correlacionó con varias otras variables, incluida la inversión en infraestructura digital, la inversión en otras utilidades, el desempleo y otras variables específicas relacionadas con los ODS específicos, como el gasto público en salud como porcentaje del PIB (García Zaballos, Iglesias Rodriguez y Adamowicz; 2019).

OBS	Resultados
ODS 1: Terminar con la pobreza	Un incremento de 1% en el total de inversiones en telecomunicaciones lleva a una reducción de la pobreza (Personas que viven con menos de USD 1,9 por día) de 0,0132 puntos porcentuales (pp). Un incremento de 1% en el total de inversiones en redes móviles lleva a una reducción de 0,0135 pp. Un incremento de 1% en el total de inversiones en redes fijas lleva a una reducción de 0,0045 pp.
ODS 2: Hambre cero	Un incremento de 1% en el total de inversiones en telecomunicaciones lleva a una reducción de la desnutrición de 0,011 puntos porcentuales (pp). Un incremento de 1% en el total de inversiones en redes móviles lleva a una reducción de 0,014 pp. Las inversiones en redes fijas no tienen impacto.
ODS 3: Salud y bienestar	Un incremento de 1% en el total de inversiones en telecomunicaciones incrementa la expectativa de vida en 0,0095 puntos porcentuales (pp). Un incremento de 1% en el total de inversiones en redes móviles lo incrementa en 0,0145 pp. Un incremento de 1% en el total de inversiones en redes fijas lo incrementa en 0,0022 pp.
ODS 8: Trabajo Digno y crecimiento económico	Un incremento de 1% en el total de inversiones en telecomunicaciones incrementa TD&C en 0,09 puntos porcentuales (pp). Un incremento de 1% en el total de inversiones en redes móviles lo incrementa en 0,097 pp. Un incremento de 1% en el total de inversiones en redes fijas lo incrementa en 0,023 pp.
ODS 10: Reducir desigualdades (10.1)	Un incremento de 1% en el total de inversiones en telecomunicaciones incrementa los ingresos del 10% inferior en 0,0013 (pp). Un incremento de 1% en el total de inversiones en redes móviles lo incrementa en 0,0001 pp. Un incremento de 1% en el total de inversiones en redes fijas lo incrementa en 0,0004 pp.
ODS 10: Reducir desigualdades (10.2)	Un incremento de 1% en el total de inversiones en telecomunicaciones incrementa los ingresos del 20% inferior en 0,0027 (pp). Un incremento de 1% en el total de inversiones en redes móviles lo incrementa en 0,0019 pp. Las inversiones en redes fijas no tienen impacto.
ODS 13: Cambio climático	Un incremento de 1% en el total de inversiones en telecomunicaciones reduce las emisiones de CO ₂ en 0,09 (pp). Un incremento de 1% en el total de inversiones en redes móviles lo reduce en 0,015 pp. Las inversiones en redes fijas no tienen impacto.

Tabla 2. Impacto de la inversión en los ODS

La Tabla muestra los ODS para los cuales existe una fuerte evidencia cuantitativa del impacto de la infraestructura digital, así como la medición de ese impacto. Fuente: Frontier Economics analysis, Copyright 2019. Reproducción autorizada.

4.4. El avance en América Latina

Esto no ha sido diferente en países emergentes donde existen mayores necesidades financieras no satisfechas, autoridades regulatorias interesadas en generar un ambiente propicio para la satisfacción de estas necesidades, una elevada penetración tecnológica y la colaboración creciente de las instituciones financieras tradicionales para generar alianzas estratégicas con los startups.

En los últimos años América Latina se ha sumado a la revolución Fintech mundial, creando ecosistemas de innovación y emprendimiento que permiten el desarrollo de nuevos emprendimientos tecnológicos que ofrecen productos y servicios financieros altamente innovadores. Hasta el año 2018 se han identificado 1.166 emprendimientos Fintech en 18 países de la región. Esta cifra supone un aumento del 66% con respecto al 2017, es decir, actualmente existen 463 emprendimientos Fintech más en América Latina y el Caribe respecto al año anterior (BID – Finnovista, 2018). Entre los destacados se encuentran la aplicación de delivery Rappi que recibirá una inversión de u\$s 1.000 millones por parte de SoftBank Group Corp. (SBG) y el SoftBank Vision Fund, NuBank que recibió u\$s 90 millones de parte del Grupo Tencent, el mismo que invirtió u\$s 34 millones en la empresa Ualá.

Si se comparan los tres mayores ecosistemas Fintech de la región Latam (Brasil, México y Colombia), se encuentran importantes diferencias, pero también similitudes entre ellos. En primer lugar, en los tres países, los segmentos Fintech de pagos y remesas, préstamos y gestión de finanzas empresariales son los tres segmentos con un mayor número de emprendimientos. Sin embargo, existen ligeras variaciones, pues mientras que el segmento de pagos y remesas es el mayor segmento en Brasil y Colombia, en México la primera posición la ocupa el segmento de préstamos.

Por lo tanto, existe una gran oportunidad y necesidad para que las Fintech atiendan a clientes excluidos del sistema financiero, haciendo énfasis en proporcionar todos aquellos productos que se adecuen a las necesidades, así como disminuir los costos operacionales para contrarrestar los bajos márgenes de utilidad que resultan de atender a segmentos marginados del sistema.



Universidad de
SanAndrés

5. Capítulo V: Trabajo de campo

Tal como se indicó en la sección “IX. Metodología de investigación”; se utilizaron como instrumentos para la recolección de datos entrevistas semiestructuradas con referentes de empresas de servicios financieros y tecnológicas dentro de Argentina, y con otros actores que también hacen parte de la cadena de valor de la industria, como lo son los proveedores de servicios. Como se mencionó en el alcance, en el Anexo I, se encuentra la lista de las personas entrevistadas.

5.1. Preguntas para referentes del sector

A continuación, se encuentran las preguntas que se realizaron a los entrevistados:

1. ¿Cuáles consideran que las barreras para una mayor inclusión financiera en la región (Latam)?
2. Teniendo en cuenta las Fintech cubren, por lo general, necesidades insatisfechas por las entidades financieras ¿Considera que es viable una colaboración Fintech-Banco Tradicional? (Compra, Fusión, Contratar servicios, etc).
3. Desde su perspectiva ¿Considera que la ausencia o poca regulación sobre las Fintech es una ventaja respecto de la industria financiera tradicional? ¿O por el contrario considera que la industria necesita mayor regulación? ¿Cómo podría potenciar o limitar el crecimiento del ecosistema Fintech?
4. ¿El surgimiento de los bancos 100% digitales serán el reemplazo natural de las Fintech y las entidades financieras tradicionales?
5. ¿Cuál cree que va a ser la tecnología más disruptiva para la industria financiera en los próximos 5 años?
6. ¿Cuáles creen que serán los mayores desafíos o retos para la industria fintech en los próximos 5 años? (Regulación, acceso a mercados de capitales, Obligaciones para la puesta en marcha, talento, otros).

5.2.Principales conceptos recabados de las entrevistas.

A continuación, se enumeran los principales conceptos (key take away), y donde hubo mayores consensos, que surgen al tomar las diferentes opiniones de los expertos sobre un mismo tema. La transcripción completa de las entrevistas se encuentra en el Anexo I.

1. ¿Cuáles consideran que las barreras para una mayor inclusión financiera en la región (Latam)?
 - Las variables de la oferta (costos), demanda y la capacidad de acceder.
 - Marco regulatorio obsoleto.
 - La economía informal generada por la carga impositiva.
 - La educación de los consumidores sobre servicios financieros, su comunicación y la cultura.
 - El capital requerido para sostener la operación
 - Pobreza e inestabilidad económica de la región.
2. Teniendo en cuenta las Fintech cubren, por lo general, necesidades insatisfechas por las entidades financieras ¿Considera que es viable una colaboración Fintech-Banco Tradicional? (Compra, Fusión, Contratar servicios, etc).
 - Aún se ven casos de competencia, pero la tendencia indica que la relación está girando a un entorno de más colaboración. Entre una entidad financiera tradicional y una Fintech puede haber competencia y colaboración simultáneamente.
 - Con el transcurso del tiempo las Fintech se volverán más financieras y los bancos tradicionales ser volverán más tecnológicos
3. Desde su perspectiva ¿Considera que la ausencia o poca regulación sobre las Fintech es una ventaja respecto de la industria financiera tradicional? ¿O por el contrario

considera que la industria necesita mayor regulación? ¿Cómo podría potenciar o limitar el crecimiento del ecosistema Fintech?

- La regulación limita el crecimiento. El ecosistema de servicios financieros tiene que seguir creciendo para ampliar la oferta de servicios y productos, y ser más extensivo.
 - Una ventaja de las Fintech es que son rápidas, en la toma de decisiones y en la ejecución, y de costos fijos muy reducidos. Son menos burocráticas.
 - La industria tiene que seguir con poca regulación que es lo que permite descubrir y crecer. Para algunas operaciones específicas podría requerirse regulación, pero no puede trasladarse la regulación del sistema financiero tradicional a las Fintech.
4. ¿El surgimiento de los bancos 100% digitales serán el reemplazo natural de las Fintech y las entidades financieras tradicionales?
- Los bancos digitales serán un actor más del ecosistema que cubre intermediación financiera. No son el reemplazo de la banca tradicional, sino que son su evolución.
 - Las Fintech van a seguir estando por mucho tiempo dado que cubren los espacios que la banca tradicional no puede o no quiere ocupar; ya sean bancos digitales o bancos tradicionales.
5. ¿Cuál cree que va a ser la tecnología más disruptiva para la industria financiera en los próximos 5 años?
- Blockchain
 - Inteligencia artificial y machine learning
 - Big data y analytics

- Biometría
6. ¿Cuáles creen que serán los mayores desafíos o retos para la industria Fintech en los próximos 5 años? (Regulación, acceso a mercados de capitales, Obligaciones para la puesta en marcha, talento, otros).
- Acceso a mercados de capitales para poder crecer en volumen y ser cada vez más tecnológicas.
 - Poder asentarse como un sector que brinde servicios financieros que rompa con las malas lógicas del sistema financiero tradicional
 - Desarrollar modelos de riesgo que permitan tener aproximaciones más cercanas a la actividad real del consumidor, para tener visiones más personalizadas de los clientes.
 - Estar atentos a la regulación que pueda implementarse en el futuro y afecte al ecosistema.
 - Programas solidos de capacitación de las nuevas generaciones, el talento es esencial para seguir innovando.

5.3. Encuestas

Otro de los componentes de la triangulación metodológica, mencionada en la sección “IX. Metodología de investigación”, son las encuestas. El objetivo de contar con encuestas como parte del trabajo de campo es el de entender el grado de uso o no de los servicios financieros de un segmento específico de la población.

En este caso y desde mi perspectiva, lanzar una encuesta electrónica por medio de formularios en línea o por intermedio de una red social de profesionales contendría un sesgo significativo. ya que los segmentos que lo componen son mucho más homogéneos y no representen sectores diversos de la población.

Como sustituto se analizaron 2 estudios que fueron publicados en el mes de mayo del 2019. Uno de ellos fue una encuesta telefónica realizada por la empresa de créditos on-line

Moni, y el otro es un análisis del comportamiento de 29 millones de propietarios (nótese que no se los clasifica como “usuarios”) de cuenta bancaria realizado por la empresa Link

5.3.1. Encuesta Moni

La compañía de servicios financieros digitales que opera en Argentina y México, realizó una encuesta a 1.342 clientes de argentina que han utilizado los servicios de su plataforma en los últimos 18 meses. La encuesta tuvo 2 grupos de preguntas, una relacionada a al uso de tarjeta de crédito (TC) y la otra relacionada al uso de dinero electrónico o digital.

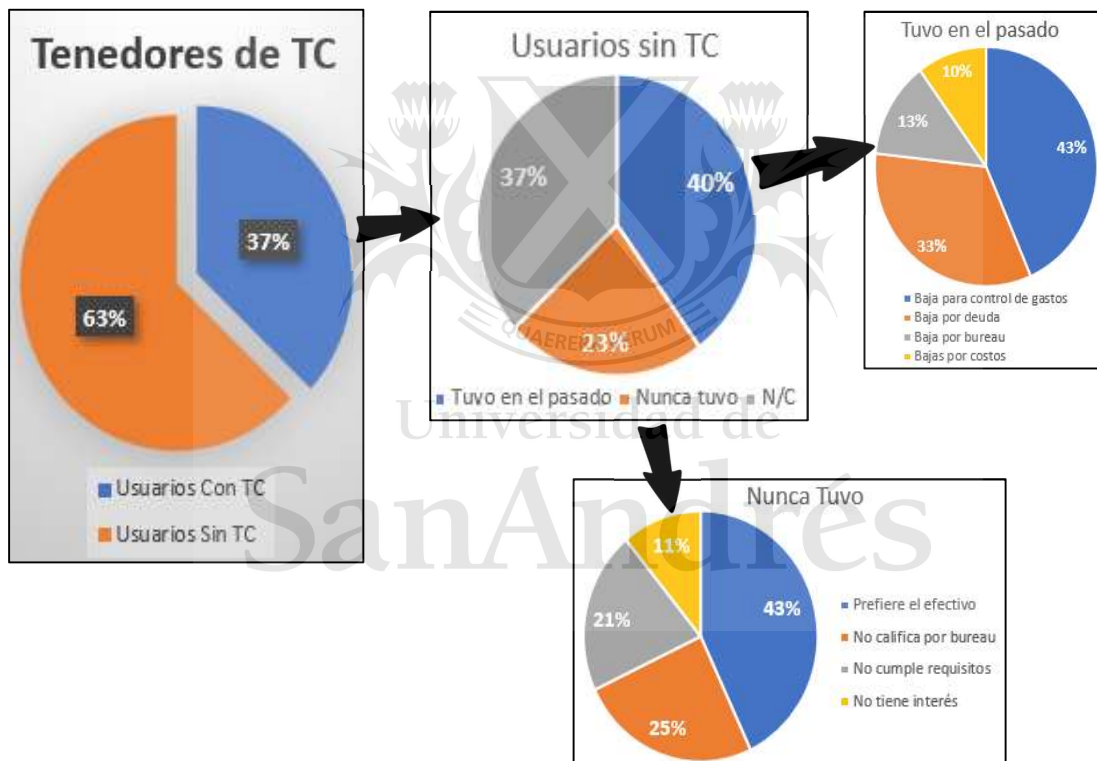


Figura 24. Usuarios de tarjeta de crédito.

El gráfico representa a los valores obtenidos en la encuesta realizada por la Empresa Moni. Copyright 2019, Informe Moni On Line, 2018. Reproducción autorizada.

Respecto a los hábitos de manejo financiero de los participantes del estudio se infiere que la mayoría de los encuestados prefiere manejarse con dinero en efectivo, en lugar de utilizar un circuito digital o electrónico. En este sentido, el informe revela que el 44% de los

encuestados no utiliza el servicio de home banking ni la aplicación de su banco para gestionar su cuenta bancaria. Al indagar sobre las herramientas utilizadas con mayor frecuencia para el pago de servicios, el 50% de los consultados afirma pagar en efectivo a través de locales de servicios de pago como RapiPago, Pagofácil, entre otros.

5.3.2. Análisis metadata Link

La empresa argentina Link que brinda soluciones tecnológicas aplicadas al sistema financiero, los medios de pago y la innovación al servicio de las personas presenta su propio informe: UDE Link (uso de dinero electrónico). UDE Link es herramienta para el análisis del mercado, comparable con diferentes variables, ya que los datos referencian la operatoria de 29 millones de argentinos representativos de todas las geografías del país, rangos etarios y nivel socioeconómico.

Teniendo en cuenta los 29 millones de clientes de Link en toda la Argentina, 1 de cada 3 tiene disponibles todos los servicios, pero no los utiliza. Esto es lo que usualmente referimos cuando decimos que son bancarizados que se comportan como si no lo fueran. El comportamiento típico en estos casos es que una vez que la persona cobra su sueldo, haber previsual o asignación social, retira el dinero en una única operación (por caja de un banco o por cajero automático) y luego opera todo el mes en efectivo.

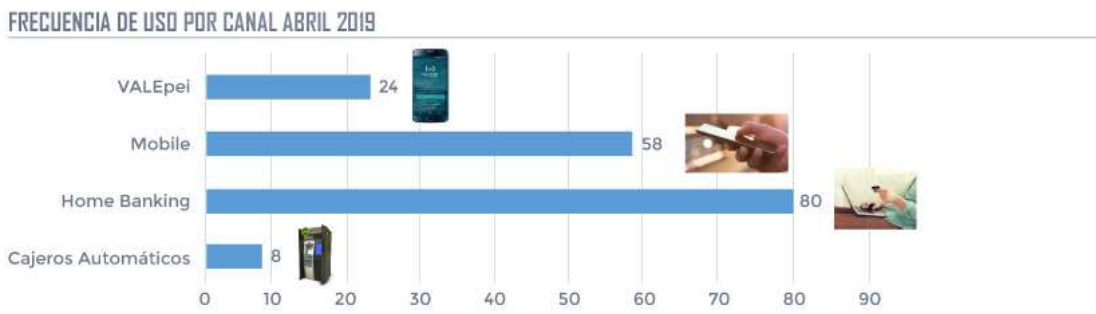


Figura 25. Frecuencia de uso por canal.

El gráfico representa la frecuencia de uso de cada medio digital para las operaciones bancarias. Fuente Red Link S.A. información de Abril 2019. Elaborado sobre datos de 29 millones de clientes. Con base 100 en diciembre 2016. Copyright 2019. Reproducción autorizada.

El otro punto importante es que no todos los canales electrónicos poseen el mismo promedio de utilización. Actualmente el canal más utilizado es el Home Banking con un promedio de 80 operaciones mensuales por usuario, seguido de Mobile Banking con 58 y Billetera VALEpei con 24. El canal menos utilizado es el cajero automático donde se realizan 8 operaciones mensuales.

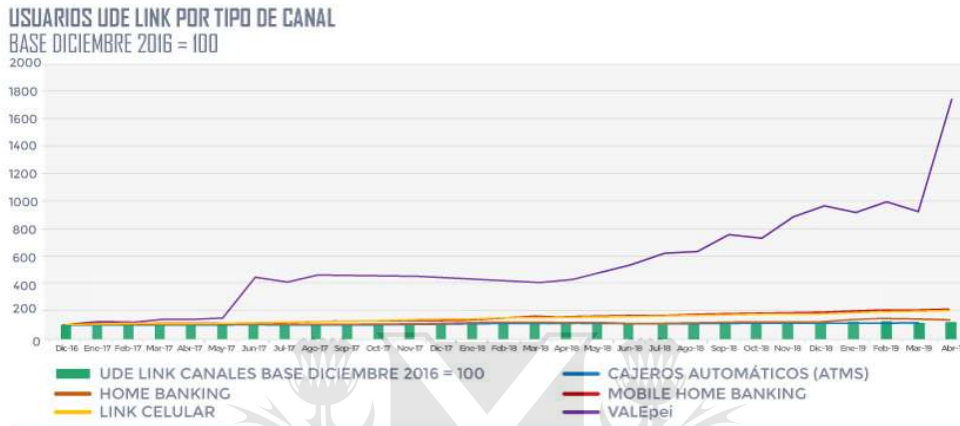


Figura 26. Usuarios por tipo de canal.

El gráfico representa la tasa de crecimiento de los diferentes medios para realizar transacciones. Fuente Red Link S.A. información de Abril 2019. Elaborado sobre datos de 29 millones de clientes. Con base 100 en diciembre 2016. Copyright 2019. Reproducción autorizada.

En cuanto a la cantidad de usuarios por tipo de canal, sigue destacando con valores exponenciales la cantidad de usuarios activos en la Billetera Digital VALEpei. Indudablemente este nuevo medio de pago basado en la mejor experiencia de usuario y simplicidad se posiciona como favorito en las distintas modalidades de uso del dinero electrónico en Argentina.

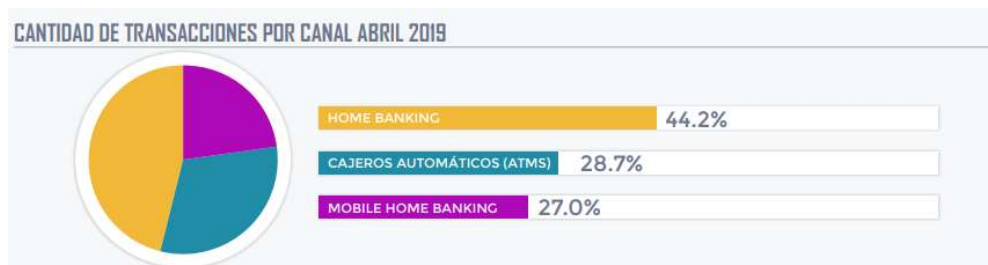


Figura 27. Transacciones por canal.

El gráfico representa la distribución de diferentes medios para realizar transacciones. Fuente Red Link S.A. información de Abril

2019. Elaborado sobre datos de 29 millones de clientes. Con base 100 en diciembre 2016. Copyright 2019. Reproducción autorizada.

Respecto a la distribución de cantidad de transacciones por los diferentes canales electrónicos, una vez más Home Banking lidera la cantidad de operaciones ubicándose en más de un 44% sobre el total.



Figura 28. Uso de dinero electrónico por provincia.

El gráfico representa la distribución los porcentajes de uso de dinero electrónico por provincia. Fuente Red Link S.A. información de Abril 2019. Elaborado sobre datos de 29 millones de clientes. Con base 100 en diciembre 2016. Copyright 2019. Reproducción autorizada.

La última edición de UDE LINK representó en un mapa de la Argentina los porcentajes de uso de dinero electrónico por provincia. Cabe aclarar que dentro de esta

categoría se incluye cualquier tipo de operación electrónica realizada con una tarjeta de débito o bien con usuario y clave en cualquier plataforma de las nombradas anteriormente. Dentro de las operaciones incluidas podemos citar: compras con tarjeta de débito, compras o pagos mediante PEI (Pago Electrónico Inmediato), transferencias inmediatas, pago de impuestos y servicios, recarga de saldo de tarjeta de transporte, recarga de crédito de teléfono celular, etc. Las provincias con mayor nivel de uso son las de la zona pampeana y sur de la Patagonia, compartiendo el primer lugar Tierra del Fuego junto a La Pampa. Por el contrario, las zonas de Noroeste y Noreste son las que tienen valores más bajos



Universidad de
SanAndrés

6. Conclusiones

La revolución digital de las finanzas tiene un enorme potencial para mejorar la vida de las personas, pero supone un cambio de paradigma. En un contexto cada vez más cambiante, más veloz, más tecnológico y más digitalizado, los clientes demandan una forma de usar servicios financieros tanto personales como de negocio, diferente. Esta transformación digital a la que está sometida la industria demanda que la aplicación de tecnología sea realmente innovadora y que genere valor para los clientes a lo largo de la cadena de los servicios y productos financieros.

La banca tradicional confundió durante varios años la automatización de procesos con transformación digital y dicha automatización nunca llegaba a impactar positivamente en los clientes o los consumidores por la falta de generación de valor y la nula adopción de los usuarios. Para una banca tradicional, obsoleta, pesada, burocrática que no generó innovaciones en los últimos 50 años, las Fintech son las catalizadoras de su transformación al darles un claro mensaje: innovación al servicio del cliente, democratización de los servicios financieros e inclusión financiera. Todas las relaciones e interacciones de las personas están yendo al software, también lo hará el dinero.

Las empresas Fintech han sustentado sus modelos de negocio en servicios alternativos personalizados con una propuesta de valor diferente, a través de la creatividad y de prácticas frescas, flexibles y capaces de entender al cliente más allá de como lo hacen las instituciones tradicionales.

Las innovaciones de Fintech tienen beneficios potenciales para todos los usuarios de servicios financieros. Estos incluyen ampliar el acceso a los servicios financieros (integración más que inclusión financiera), llegar a los consumidores mal atendidos, reducir los costos de transacción, brindar mayor transparencia con productos más simples y sin costos ocultos, brindar mayor conveniencia y eficiencia, y permitir controles más estrictos sobre el gasto y la gestión de finanzas personales. En conjunto, esto puede resultar en una mejor experiencia para el cliente al proporcionar una mejor comprensión de los productos y sus condiciones.

Si bien se requiere una enorme cantidad de capital y experiencia para que los startups Fintech ingresen al mercado, ya que no sobrevivirían sin una inversión de terceros, una vez

que superen las barreras de entrada, enfrentarán una competencia relativamente baja y podrán luchar por una buena porción del mercado. Además, el proceso de digitalización y la implementación de tecnología hacen que los servicios financieros tradicionales sean obsoletos e incompletos para satisfacer la demanda de los clientes.

Las Fintech representan hoy una nueva alternativa en el entorno de las finanzas. Desde el punto de vista de la inversión, el financiamiento de capital de riesgo de las Fintech ha sido asombroso, resultando en miles de millones de dólares recaudados, logrando una reducción significativa en las barreras de entrada, así como un incremento en las demandas digitales de los clientes que ahora las utilizan.

6.1. Situación actual

Las Fintech son las empresas que van a lograr acercar servicios financieros innovadores, ágiles y de bajo costo para las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional, y que van a permitir mayores niveles de bancarización. No obstante, la capacidad de generar impacto en las variables macro económicas de un país o en una región, a menudo, es acotada y poco probable en el corto plazo.

Las principales barreras y desafíos a los que se enfrentan las Fintech para ganar espacio en el mercado de servicios financieros no son la competencia contra otros actores como los bancos tradicionales o los bancos digitales. En el mercado no se percibe una rivalidad entre la industria Fintech y la banca tradicional sino un escenario de colaboración y en el que tanto Fintech como bancos tradicionales consideran que su colaboración es la mejor vía para generar beneficios para ambas partes y para el consumidor final.

No existen barreras tecnológicas para el ingreso de nuevos participantes, pero hay una línea de soporte vital que las Fintech necesitan y es el requerimiento de capital. Sin una inyección constante de fondos la mayoría de las Fintech no lograrán sobrevivir.

Para poder crecer en volumen las Fintech deben tener como objetivo las bases de la pirámide de los segmentos bancarizados sub atendidos o los no bancarizados, lo cual es un desafío porque a su vez se trata de un segmento muy informal de las economías en vías de

desarrollo que no tienen incentivos en tener una vida financiera digital. Esto hace a las Fintech muy dependientes de las decisiones que se tomen a nivel político-económico por los gobiernos de cada país.

Al analizar a los excluidos de los servicios financieros surge que otro de los motivos es la falta de educación financiera, la cual es precedida por la brecha digital y a su vez por la falta de educación en los niveles más desfavorecidos de la población.

6.2. Las perspectivas del futuro de la industria Fintech

El futuro de los servicios financieros no le pertenece a los bancos.

Siempre van a existir diferentes espacios de mercado, diferentes nichos y diferentes segmentos, pero con la redefinición de la cadena de valor y los nuevos escenarios generados a partir de la irrupción de las empresas de tecnología, los ganadores de la contienda resultan ser las empresas de tecnología, ya sean estas Fintech o Bigtech.

Estas empresas van a desintermediar cada vez más la cadena de valor hasta dejar en el fondo del salón a las entidades financieras tradicionales. De similar manera a lo que ocurre en la industria de las telecomunicaciones en las cuales las Telcos realizan todo el esfuerzo de inversión en infraestructura, pero son las empresas de contenido digital quienes más consumen todo el ancho de banda al mismo tiempo que lo monetizan.

En la industria de servicios financieros, las entidades financieras tradicionales van a dar la estructura de sostén, serán las generadoras de los commodity, pero serán las Fintech o Bigtech las que van a dominar la interacción y las propuestas de valor con los clientes por intermedio de sus plataformas. De las 10 empresas de mayor valor del planeta (Ver Anexo II), 7 son de tecnología, 2 de finanzas y 1 de salud. Si se compara el valor de las empresas, las empresas de tecnología agrupadas valen 5 veces más que las empresas de finanzas juntas. Las empresas de tecnología no necesitan realizar intermediación financiera para dar servicios financieros, tienen billeteras bastante abultadas. Incluso, hay emprendimientos Fintech que superan los valores de los bancos tradicionales (Figura 3, pág. 23)

Empresas como Uber que comenzaron siendo el reemplazo de los tradicionales Taxis, con una necesidad “específica”, ya están pensando en autos autónomos e, incluso, autos que puedan volar; entonces no están muy lejos de ofrecer servicios financieros como pagos electrónicos o leasings para los choferes puedan adquirir autos nuevos. De hecho, ya están próximos a lanzarlos. De similar manera, la plataforma Rappi que comenzó siendo un “delivery de todo” ya ofrece una billetera virtual.

Las entidades financieras tradicionales están acostumbradas a competir contra otras entidades tradicionales, no contra empresas de tecnología. Mientras los bancos recién están comenzando a pensar en la experiencia del cliente y en la experiencia del usuario, las empresas de tecnología llevan el doble o el triple de tiempo desarrollándolas.

En las entrevistas a referentes de industria, se mencionó en más de una oportunidad, que los bancos tienen incontable información de la vida financiera de las personas y resulta que conocen muy poco a sus clientes. Es algo cierto que Apple o Netflix conocen mucho mejor a una persona, de lo que un banco conoce a esa misma persona.

El desarrollo futuro del Fintech depender en gran medida de lo que suceda con la regulación. El reto para el regulador será el de mantener el equilibrio y la neutralidad entre las entidades financieras tradicionales y los nuevos startups, las Fintech y las Bigtech de manera que se promueva la innovación, se preserve la estabilidad financiera y se proteja al cliente. Se debe fomentar a que estos actores coexistan dentro de un ecosistema de colaboración e integración con las instituciones financieras tradicionales, para validar y hacer llegar sus soluciones a una masa crítica de clientes, además de ser sostenibles en el tiempo. En los próximos años no creo que se vaya a regular la actividad de las “Empresas Fintech”, excepto para algunos casos específicos donde sea requerido, un ejemplo específico podría ser: “Nuevos estándares para pagos y remesas nacionales e internacionales con tecnología blockchain”.

Si el marco normativo avanza hacia un sistema de banca abierta (Como la PSD2 y Open Banking de Europa), las Fintech van a tener mucho terreno para poder crecer en productos y servicios. Hoy los bancos tienen toda la vida financiera de las personas y las Fintech pueden revolucionar el mercado con los mismos datos. Los beneficios que se derivan de la innovación habilitada por Open Banking y las API son muchos, aunque esto termine en

una estandarización que suele ser lo contrario de la innovación. La estandarización es lo que sucede al final del camino de cada innovación.

Por supuesto, la tecnología digital sola no es suficiente para aumentar la inclusión financiera. Para garantizar que las personas se beneficien de los servicios financieros digitales se requiere un sistema de pagos bien desarrollado, una buena infraestructura física y regulaciones adecuadas a la industria. Ya sean digitales o analógicos, los servicios financieros deben adaptarse a las necesidades de los grupos desfavorecidos, como las mujeres, los pobres y los usuarios primerizos de servicios financieros, que pueden tener un bajo nivel de alfabetización. Esto está en línea con el informe realizado por la Empresa LINK en la que sólo 1 de cada 3 propietarios de cuenta bancaria la utiliza, aunque la cantidad de transacciones digitales esté en aumento.

Para un segmento que privilegia el uso del dinero en efectivo, la comunicación de forma clara y efectiva de las ventajas de adoptar servicios financieros digitales es fundamental. Las Fintech deben ser partícipes activos de la educación financiera y lograr integrar a los segmentos de la población que no logran entender completamente las ventajas del uso de los servicios financieros digitales. Esto va repercutir en una ampliación del mercado en lugar de estar compitiendo por los mismos clientes.

Las Fintech tienen que innovar cada vez más para poder generar micros servicios y lograr desacoplar la cadena de intermediarios en los servicios financieros. Las Fintech deben hacer lo que usuarios pidan, aunque no sea rentable, porque una mayor transaccionalidad lleva a un mejor dato, lo que lleva a una mejor información, lo que lleva al acceso al crédito, lo que resulta en integración financiera.

Hay nuevas capacidades que reflejan la convergencia digital y la desintermediación, nuevas formas de dinero, las criptomonedas, y la extensión de servicios a consumidores y mercados previamente no bancarizados. Blockchain le da capacidad al dinero de ser programable, lo que lleva a contratos inteligentes y al dinero nativo de la internet. En diez años a partir de ahora Google, Amazon o Apple jugarán un papel más relevante en la gestión su cartera de inversiones que Fidelity o cualquier otro fondo de inversiones (Dhar, V. & Stein R.M., 2017),

Las integraciones verticales en empresas de tecnología como Microsoft, WeChat, Apple, Google, desarrollan aplicaciones para convertirse en plataformas de agregación y generadores de productos, servicios y contenido. Estos cambios en las relaciones de la cadena de valor afectan directamente a la industria bancaria tradicional. La industria tradicional y Fintech deben estar atentos a los movimientos que los jugadores de GAFa puedan realizar y anticipar las jugadas de los integrantes de BET dado que WeChat ya es considerado plataforma. Solo siendo plataforma o teniendo efectos agregados de red pueden influir en los niveles de actividad de la economía. En este sentido es en el que deben evolucionar las Fintech, deben crear plataformas de intercambio, no solo dar un o dos servicios extremadamente personalizados, sino que, por el contrario, deben agregar cada vez opciones para que se dé la interacción de P2P, B2P y B2B.

No deben perder el foco en la innovación nunca. Una vez que las Fintech crezcan en volumen pueden caer en los errores de las entidades financieras tradicionales, por lo que siempre deben mantener sus áreas de innovación o sus laboratorios fuera de su estructura organizacional operativa. La industria va a demandar cada vez más capacidad y talento para seguir avanzando con innovación y desarrollo.

Se recomienda a las entidades financieras tradicionales que, en lugar de incorporar tecnología en su negocio actual, comiencen una empresa paralela que tenga espíritu de Fintech con mucha base tecnológica y en lo posible una tercera empresa que sea integradora de servicios. Para que quede un banco (con todo lo que la regulación le permite en cuanto a captación de fondos y multiplicador de la base monetaria), una empresa Fintech (creando e innovando en productos y servicios) y una empresa de tecnología dedicada a la integración y desintermediación de servicios financieros.

Si las entidades financieras tradicionales no logran desintermediarse a ellas mismas y verticalizar su cadena de valor van a quedar cada vez más relegadas en los servicios financieros digitales del futuro.

7. Bibliografía

- Adamowicz, Alejandro; García Zaballos, Antonio; Iglesias, Enrique (2018). The Impact of Digital Infrastructure on the Sustainable Development Goals.
- Aker, J., Boumniel, R., McClelland, A. & Tierney, N. (2016). “Payment Mechanisms and Anti-Poverty Programs: Evidence from a Mobile Money Cash Transfer Experiment in Niger.” Tufts University Working Paper, Fletcher School and Department of Economics, Tufts University, Medford, MA.
- Arner, D. W., Barberis, J. N., & Buckley, R. P. (2015). The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm? Ssrn, (January). <https://doi.org/10.2139/ssrn.2676553>
- Artopoulos, P. A., & Pando, D. (n.d.). Maestría en Gestión de Servicios Tecnológicos y de Telecomunicaciones Seminario de Investigación Contenido.
- Baldwin, R. & Cave, M., 1999. Understanding Regulation. Theory, Strategy and Practice. First Ed. ed. New York: Oxford University Press. pp. 9-16
- Bancomext (2018). La revolución digital de las finanzas ha llegado. Obtenido de <https://www.bancomext.com/wp-content/uploads/2018/11/Libro-Fintech.pdf>
- Banerjee, Abhijit Duflo, E., & Glennerster, Rachel Kinnan, C. (2009). The miracle of microfinance? Evidence from a randomized evaluation. 7(1), 22–53.
- Barney, J. (1991) Journal of Management, Vol. 17, pp. 99–120.
- Basel Committee On Banking Supervision. (2018). Implications of fintech developments for banks and bank supervisors.
- Batzilis, D., Dinkelmann, T., Oster, E., Thornton, R. y Zanera, D. (2010), “NEW CELLULAR NETWORKS IN MALAWI: CORRELATES OF SERVICE ROLLOUT AND NETWORK PERFORMANCE”. NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH, Cambridge
- BBVA Innovation Center, 2016. Revolución 'fintech'. [En línea] Disponible en: <http://www.centrodeinnovacionbbva.com/sites/default/files/ebook-cibbva-fintech.pdf>
- BCRA. COM. “A” 6612. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE LA ACTIVIDAD FINANCIERA Y ACTIVIDADES PERMITIDAS
- Bertagnini, A. (2009). Management, ed. Pearson
- Beck, Thorsten (2008) Finance for All. Policies and Pitfalls in Expanding Access. A World Bank Report.
- BID, FOMIN, & CAF. (2013). Banca Corresponsal e Inclusión Financiera: Modelos de negocios en América Latina. 47. Obtenido de

<https://www.microfinancegateway.org/sites/default/files/mfg-es-documento-banca-corresponsal-e-inclusion-financiera-modelos-de-negocio-en-america-latina-9-2013.pdf>

BID – FINNOVISTA (2018). “Fintech América Latina. Crecimiento y consolidación”

Bose, A., Price, P., & Bastid, V. (2018). FINTECH REPORT 2018 in collaboration with. 1–68. Obtenido de <https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2018/02/world-fintech-report-wftr-2018.pdf>

Capgemini. (2017). www.marsdd.com. Obtenido de Capgemini: <https://www.marsdd.com/wp-content/uploads/2015/02/CapGemini-World-FinTech-Report-2017.pdf>

Capgemini. (2018). Obtenido de <https://www.capgemini.com/wp-content/uploads/2018/02/world-fintech-report-wftr-2018.pdf>

CBInsights (2019). 2019 Fintech Trends To Watch.

Centre for Alternative Finance, C. (2018). 2018 Global Fintech Hub Report. 57. Obtenido de https://www.jbs.cam.ac.uk/fileadmin/user_upload/research/centres/alternative-finance/downloads/2018-ccaf-global-fintech-hub-report-eng.pdf

Chan, A., & Mauborgne René (2015). La estrategia del océano azul. Ed. Profit.

Daron, A. & Robinson, J. (2012). Why Nations Fail: The Origins of Power, Prosperity, and Poverty. Ed. Currency.

De la Torre, A.; Ize, A.; & Schmukler, S. L. (2012): Financial development in Latin America and the Caribbean. The Road Ahead, Washington D. C.: The World Bank.

Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D., Ansar, S., & Hess, J. (2018). “The Global Findex Database 2017”

Dhar, V., & Stein, R. M. (2017). FinTech platforms and strategy. Communications of the ACM, 60(10), 32–35. <https://doi.org/10.1145/3132726>

Dupas, Pascaline, Dean Karlan, Jonathan Robinson, and Diego Ubfal. Forthcoming. “Bank- ing the Unbanked? Evidence from Three Countries.” American Economic Journal: Applied Economics

Duvendack, M., & Mader, P. (2019). Impact of financial inclusion in low- and middle-income countries: a systematic review of reviews.

EY. (2017). The rapid emergence of FinTech. EY FinTech Adoption Index 2017, 1–44. Obtenido de <http://www.ey.com/GL/en/Industries/Financial-Services/ey-fintech-adoption-index>

Failache, C. (2014). Crédito, endeudamiento y pobreza. PNUD Uruguay

Felaban (2017) 3º Informe de Inclusión Financiera, “La revolución digital, la política pública y un entorno financiero mutante”.

- Fintech Singapur. (13 de julio de 2018). fintechnews.sg. Obtenido de <http://fintechnews.sg/20478/fintech/gafa-and-banking-the-next-battleground/>
- Global, L., & Innovators, F. (2017). 2017 Fintech100.
- Global Fintech Hub Report (2018). The Future of Finance is Emerging: New Hubs, New Landscapes. Universidad de Cambridge.
- Gomber, P., Kauffman, R. J., Parker, C., & Weber, B. W. (2018). On the Fintech Revolution: Interpreting the Forces of Innovation, Disruption, and Transformation in Financial Services. *Journal of Management Information Systems*, 35(1), 220–265.
<https://doi.org/10.1080/07421222.2018.1440766>
- Guerrero, M. A. (2017). Impulsar la bancarización, el reto de la banca en América Latina.
- Hubs, G. F. (2016). GLOBAL FINTECH HUBS FEDERATION Connecting Global FinTech: Hub Review 2016.
- Jack, W. & Suri, T. (2011). Mobile money the economics- Jack.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- King, B. (2014) *Breaking Bnaks*. Ed. Wiley
- KPMG. (2017). Value of Fintech. City of London, (October), 1–71. Obtenido de <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/uk/pdf/2017/10/value-of-fintech.pdf>
- KPMG – FUNCAS (2017). Informe del Observatorio de la Digitalización Financiera Funcas-KPMG. Obtenido de <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/es/pdf/2017/11/fintech-innovacion-servicio-cliente.pdf>
- KPMG (2017). “Fintech. Una nueva era para los servicios financieros”. García, Maricarmen y Castañón, Hermes.
- Link, UDE. Link, (2019). Ude link. 1–5.
- Lee, I. &. (2018). Fintech: Ecosystem, business models, investment decisions, and challenges. *Business Horizons*, 61(1), 35-46.
- Magnuson, W. (2018). *Regulating Fintech*.
- McAfee, A. & Brynjolfsson, E (2017). *Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future*. Ed. W. W. Norton & Company.
- Meza, Walter Álvarez (2017). “Regulación de la Industria Fintech: Análisis comparado de los desafíos normativos para medios de pago en España y Perú”.
- Moni-On-Line. <https://moni.com.ar/blog/> . Encuesta de usuarios de tarjeta de crédito.

- Muralidharan, K., Niehaus, P., & Sukhtankar, S. (2016). "Building State Capacity: Evidence from Biometric Smartcards in India." *American Economic Review* 106 (10): 2895–929.
- Prina, Silvia. 2015. "Banking the Poor via Savings Accounts: Evidence from a Field Experiment." *Journal of Development Economics* 115 (July): 16–31
- Pollari, I., & Ruddenklau, A. (2018). *The Pulse of Fintech 2018*, KPMG. (July). Obtenido de <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/xx/pdf/2018/07/h1-2018-pulse-of-fintech.pdf>
- Porter, M.E. (1979) How Competitive Forces Shape Strategy. *Harvard Business Review*, 57, 137-145.
- Sinha, S., Pandey, K. R., & Madan, N. (2018). Fintech and the demand side challenge in financial inclusion. *Enterprise Development and Microfinance*, 29(1), 94–98. <https://doi.org/10.3362/1755-1986.17-00016>
- Stigler, George J. (1971). The theory of economic regulation. *The Bell Journal of Economics and Management Science*, 2(1), 3-21.
- Uría, Francisco. (2017). 'Las 'sandbox' como nueva herramienta regulatoria'. KPMG. Disponible en: http://www.kpmgblogs.es/las-sandbox-como-nueva-herramientaregulatoria/?utm_campaign=KPMG+Spain&utm_source=linkedin&utm_content=sf73673790&utm_medium=spredfast&sf73673790=1
- World Economic Forum. (2017). *Beyond Fintech: A Pragmatic Assessment Of Disruptive Potential In Financial Services* Part of the Future of Financial Services series. Prepared in collaboration with Deloitte.
- Wright, Graham (2018) *MicroSave Consulting*.
- Batzilis, D., Dinkelman, T., Oster, E., Thornton, R. y Zanera, D. (2010), "NEW CELLULAR NETWORKS IN MALAWI: CORRELATES OF SERVICE ROLLOUT AND NETWORK PERFORMANCE". NATIONAL BUREAU OF ECONOMIC RESEARCH, Cambridge
- Kuhn (1970) *The Structure of Scientific Revolutions*. Univ de Chicago Press (1962). The structure os Scientific Revolutions. Chicago University Press citado por Reichardt C. y Cook T. Edic Morata. Madrid
- Apple, M. (1978) "Ideology and Form in Currículum Evaluation" en Willis, Georgw,ed *Qualitive Evaluation*. Berkeley (Cal) 1978 p.498
- Best, W. (1988) *Cómo investigar en educación*. Edit Morata. Madrid.
- DENZIN, N. (1970): *Sociological Methods: a Source Book*. Aldine Publishing Company. Chicago.

8. Anexo I - Lista de entrevistados:

Ignacio E. Carballo (IC)

Dr. en Ciencias Sociales (Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales). Master en Microfinanzas para Emprendedores (Universidad Autónoma de Madrid). Master en Historia Económica y de las Políticas Económicas (FCE – UBA). Lic. en Economía (FCE - UBA). Director Programa Ejecutivo en Fintech & Digital Banking. Investigador FCE-UBA. Centro de Estudios de la Estructura Económica (CENES) - FCE UBA. Titular de la asignatura: Inclusión Financiera y Microfinanzas, Pontificia Universidad Católica Argentina.

Mariano Biocca (MB)

Lic. en Administración (FCE – UBA). Coordinador General de la Cámara Argentina de Fintech, creada por 13 Founders (Afluenta, Moni, MercadoLibre, Western Union, Bitex, Primary Capital, 123seguro, VU Security, InvoiNet, Motormax, IncreaseCard, InvertirOnline y Poincenot), que se unen para unen para empezar a conformar la industria Fintech en Argentina, poniendo foco en el desarrollo del sector y la educación e inclusión financiera.

Pablo Muñoz (PM)

MBA (The Tuck School of Business at Dartmouth). Master in Economics & Political Sc. (Universidad ESEADE). Lic. en Filosofía (UNSTA). Ejecutivo de desarrollo de negocios con experiencia internacional. Líder en proyectos para industria Fintech, Insurtech y Agtech en Latam en R/GA. Ex.COO en Wenance. Ex.Gerente General en The Street Food Compañy. Ex.Business Development Manager en Acton Invesment.

Alejandro Muszak (AMu)

MBA (IAE Business School). Lic. Ee en Cs. Políticas (UCA). CEO & Fundador de Wenance. Propietario y Presidente de Compañía Inversora Latinoamericana, empresa dedicada a préstamos de consumo. Emprendedor con una sólida trayectoria en servicios financieros, préstamos al consumidor, innovación y nuevas empresas de tecnología financiera.

Entrevistado no declarado (E1)

MBA (Harvard Business School). CFA (CFA Institute). Economista (UdeSA). Trayectoria en Banco Digital y en Empresas Fintech de Argentina.

Adrian Mastronardi (AMas)

MBA (UCEMA), Antropólogo (UNLP). Fintech Programme (Said Business School, University of Oxford). PMP (Certificado PMI) CTO de Wenance. Ex.Digital Business Manager en Grupo Clarin. Ex.CTO en OLX. Gerente sénior de TI con más de 10 años de experiencia en el liderazgo de iniciativas de negocios que aprovechan la tecnología para aumentar la productividad y proporcionar acceso a la información que resulta en mayores ingresos y ganancias.

Pablo Ces (PC)

Lic. En Sistemas de Información de las Organizaciones (UBA - FCE). CEO & Co-founder at flexibility+ideas (Soluciones de pagos, Banca digital, Inclusión financiera, Investigación y desarrollo). Ex,Líder de proyectos en COELSA. Ex.Business Analyst en Banelco.

Reinhard Molter (RM)

PAD (IAE – Business School). Matemático (UBA). CEO de Hexagon Consulting. Ex.Director de Advirosoy PWC. Ex.Country Manager SAP Argentina. Ex.VP de Teradata.

Entrevistado no declarado (E2)

Experiencia en ente regulador de las entidades financieras de la República Argentina.

Daniel Peuchteot (DP)

Executive MBA (IAE – Business School). Mgnt. Integral de Negocios Digitales (UdeSA). Ing. en Telecomunicaciones (UADE). Gerente de Desarrollo de Sistemas en Banco Galicia. Ex.Gte de IT en Telecom Argentina. Consultor.

Miguel Peña (MP)

AMP (Harvard Business School). Executive Program (Singularity Universiti). PAD (IAE Business School). Banking Management Program (INESE). Sistemas de Información (UTN).

CEO de Tarjeta Naranja. Profesor en la Universidad Torcuato Di Tella. Ex.COO y Ex.CIO del Banco Galicia.

Guillermo Schmiegelow (GS)

Abogado (UBA – FD). Diplomado en Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo (UCEMA). Gerente Corporativo AML en Mercado Libre. Experiencia en el mercado financiero y Fintech.

Transcripción de las respuestas:

1. ¿Cuáles consideran que las barreras para una mayor inclusión financiera en la región (Latam)?

IC – Al analizar las bondades de la inclusión financiera se toman micro casos de estudios específicos que científica y metodológicamente no resultan significativos a gran escala. Al analizar toda la evidencia relevante respecto de este fenómeno también se encuentran casos donde el impacto es bajo y algunos hasta donde se encuentra impactos negativos. Hay tantas condicionalidades necesarias para que los impactos de las acciones generen inclusión financiera que no hay una sola acción que pueda generarla por si sola con el impacto social requerido.

Al analizar la inclusión financiera hay que pararse del lado los excluidos para poder entender por qué no logran integrarse con los servicios financieros tradicionales, y al hacer esto se pueden encontrar tres variables. La primera son las variables de la oferta - costos de transacción y de información (elegibilidad, accesibilidad física y accesibilidad económica) –, en segundo lugar, las variables de la demanda – falta de educación financiera, la confianza en las instituciones financieras, falta de ingreso / empleo, presión de las redes sociales, sesgos de comportamiento y factores culturales o religiosos. La tercera variable es el marco regulatorio que suele ir desde atrás a las actividades que el mercado emprende por si sola. Al considerar estas 3 variables que son diferentes en la mayoría de los países de una región no es consistente extrapolar los resultados de micro análisis a toda una región.

Una variable dentro de la accesibilidad física es la geografía de cada país, en donde, por ejemplo, Argentina, Brasil, México, tienen grandes extensiones de territorio que es difícil de cubrir con una inclusión financiera tradicional (red de sucursales, ATMs, POS) y donde las Fintech podrían tener mayor impacto.

MB – Por un lado, existe un Estado que quieren desincentivar el uso de dinero físico, pero por el otro lado el mismo Estado genera una presión fiscal muy grande sobre los contribuyentes que no es sostenible y esto atenta contra el ingreso a sistemas formales de servicios financieros. La principal barrera es la cultural. Esto se refiere a que no hay incentivos para formalizar ciertas relaciones de oferta y demanda de bienes y servicios; y esto se da a escala de empresas, PyMEs y particulares. La comunicación es importante para poder generar la aceptación y obtener la confianza de la sociedad en este tipo de servicios. La cantidad de capital disponible para poder fondar la operatoria es limitado, hoy en día en la Argentina el mercado de capitales es marginal con respecto a otros países de la región y esto dificulta la operatoria, por lo que al haber como capacidad de prestar encarece el crédito para los consumidores.

PM – Usando, inteligentemente, la tecnología y variables de riesgo se puede incluir personas financieramente, pero hay una variable que no se puede manejar y es la Fiscal. Hay un 40% de personas que trabajan y están parcialmente en el sistema ó bien completamente fuera del sistema. Por lo tanto, no tienen incentivos para formalizar su economía. El costo de entrar en el sistema formal es muy grande. Hay otros ecosistemas, como por ejemplo en UK, donde se crearon programas específicos para segmentos en conjunto con las Fintech, los bancos y el regulador para hacer una incorporación paulatina y gradual.

E1 – Son varias variables. La primera es el acceso físico, la Argentina es un país grande, poco poblado y por lo tanto las instituciones no están presentes en muchos lugares. La segunda es la alta carga impositiva que genera incentivos para realizar actividades económicas informales y por lo tanto es dinero que circula por fuera del sistema. Tercero, los altos costos bancarios, de transacción y de tasas, que desincentivan el uso de servicios

financieros y privilegian el uso de efectivo por sobre otros medios de pago. Cuarto, la pobreza de un segmento muy grande de la población que no tiene capacidad de generar ahorro ni de repago de préstamos. Estas 4 variables hacen que las personas no tengan historial crediticio o de operaciones en el sistema y por lo tanto no accedan a servicios financieros. Es fundamental lograr que la gente transaccione en el sistema para que eso lleve al cliente a ser sujeto de crédito.

AMu – Hay varias barreras. Está el contexto macroeconómico que favorezca a hacer negocios, se necesitan variables favorables para comenzar negocios de crédito e inclusión financiera. La voluntad de nuevos emprendedores con ánimo de tomar diferentes riesgos que la banca tradicional, correr la barrera del status quo que el mercado financiero delimita. Tiene que haber un mercado de capitales más amplio, más fluido del que tiene la Argentina en estos momentos. Hacen faltas metodologías de riesgos acorde con el segmento que se quiere incluir, hay tener análisis más centrados en el cliente y hoy se los está tratando de igual manera a todos. Y, por último, es necesario un impulso del gobierno que genere incentivos para la industria Fintech y para atraer a los excluidos del sistema.

AMa – Una de las principales barreras es el Marco Regulatorio que es completamente obsoleto y no tiene relación con la macroeconomía ni el mundo moderno. Y, por otro lado, la situación de inestabilidad económica de la región; con excepción de Chile. Esto impacta negativamente para la captura de fondos a nivel internacional. Estados muy pocos eficientes y no transparentes que no alientan la llegada de fondos.

PC – La principal barrera es la informalidad. La informalidad económica a nivel estructural, el pago no registrado de bienes y servicios hace que no se puedan aplicar métodos para hacer una cadena ya que no se registra la transacción electrónica, no hay producto electrónico de por medio y no se puede avanzar hacia la inclusión. La tecnología ya no es una barrera, pero la no adopción es más psicológica que real. La raíz de la informalidad es la presión impositiva. Desde el punto de vista de la inclusión financiera la entidad regulada, por cumplir con la regulación, deja de atender a la gente o tenía una posición muy dominante sobre la persona, el resultado: baja inclusión financiera.

E2 – Existen limitaciones de acceso de los servicios financieros para los usuarios. Al implementarse la Com. “A” 6303 de Agencias Complementarias de Servicios Financieros, se le está dando mayor alcance a la red de sucursales de los bancos al permitir a otros agentes económicos a actuar – para ciertas operaciones – en nombre de los bancos, de forma tal que un comercio minorista puede brindar un servicio financiero. La educación y la cultura son otro factor a tener en cuenta, se debe trabajar para fomentar el uso de medio digitales en el uso de servicios financieros. En muchos casos los usuarios, o potenciales usuarios, tienen desconocimiento de cómo operar con estas plataformas. Por último, podemos señalar la aceptación de los comercios de medios de pagos electrónicos debido a la informalidad de dichos actores económicos que no tienen inventivos impositivos para formalizar su actividad.

RM – La principal barrera es el trabajo informal. La barrera tecnológica ya se sorteó hace un par de años por la extensión de los teléfonos celulares.

DP – La barrera más grande es el marco regulatorio. Genera una carga que hace que la organización sea lenta para seguir avanzando y poder innovar. Hay demanda insatisfecha a la cual no se la puede atender por temas regulatorios.

MP – Hay varios factores, pero hay una que es la más relevante a nivel histórico y tiene que ver con el negocio en sí mismo. Los bancos quieren gente que tenga plata, entonces a la gente de pocos recursos es difícil de incluir financieramente. Hasta ahora todas las empresas han enfocado la bancarización como un ejercicio para ganar plata, cuando la bancarización debería ser la potencialidad de un cliente a lo largo de toda su vida. Nunca, las empresas tradicionales, han logrado quebrar ese paradigma con el objetivo de crear valor. La inclusión financiera es la facilitación del acceso de las personas a servicios financieros básicos, muchos bancos ahuyentan a los clientes de bajos recursos para dedicarse a atender a los segmentos que le pueden dar más rentabilidad. Otra barrera, es la educación financiera. Hay mucha gente que no usa servicios financieros porque no sabe hacerlo, no conoce que cosas puede hacer y cuales no, cuales se cobran y cuales no.

GS – Desde mi punto de vista las barreras actuales para una mayor inclusión financiera en la región son variadas y de diversa índole. En primer lugar, existe una realidad social común en la región que es la desigualdad y la pobreza que castiga a vastos sectores de las sociedades de los distintos países de la región. Esta condición que afecta a millones de repercute directamente en la posibilidad de acceder a los instrumentos financieros tradicionales (cajas de ahorro, cuenta corriente, tarjeta de crédito, etc.) principalmente por falta de conocimiento de los productos y por una oferta acotada a este segmento.

En segundo lugar, este segmento de la población suele interactuar en un entorno económico informal, donde mayormente predomina el efectivo como moneda de cambio para las transacciones. Otro de los factores determinantes, mencionado en el primer párrafo, es la falta de oferta de productos financieros para estos segmentos de la sociedad. Las entidades financieras tradicionales no focalizan su cartera de productos en este segmento de la sociedad, por dos factores fundamentales: falta de rentabilidad y riesgo. El primero de los factores se da principalmente porque en LATAM los bancos alcanzan sus beneficios principalmente a través de la banca corporativa e intermediando en la colocación de bonos de los distintos estados. Desde hace años la banca de consumo no representa ingresos significativos para las entidades financieras. El segundo factor (riesgo) es una realidad muy presente para todas estas corporaciones, que han debido incrementar exponencialmente sus programas de Compliance para mitigar en buena medida los riesgos provenientes de operar con un volumen de clientes significativos. En este sentido, las políticas de riesgo que aplican los banco suelen perseguir una lógica que se podría resumir en mucho beneficio y poco riesgo (de incobrabilidad y reputacional). El resultado de este enfoque se ha visto en el desprendimiento de las bancas de consumo por parte de muchas entidades en la región (ej. Citibank, BNP Paribas, entre otras).

- 2. Teniendo en cuenta las Fintech cubren, por lo general, necesidades insatisfechas por las entidades financieras ¿Considera que es viable una colaboración Fintech-Banco Tradicional? (Compra, Fusión, Contratar servicios, etc).**

IC – Aún se ve competencia entre estos dos actores dado que el fenómeno es muy reciente para la región, pero calificarlo de “guerra comercial” es algo que en el resto del mundo es antiguo. Lo que debería ser es una colaboración o una competencia sana, con el transcurso del tiempo las Fintech se volverán más financieras y los bancos tradicionales ser volverán más tecnológicos sin lugar a dudas. La revolución de las finanzas tecnológicas se esgrime es una revolución más grande que es la transformación digital, como lo hace tendencias como Uber (en transporte) o Netflix (medios de comunicación o entretenimiento). Además, en los países emergentes es mucho menos necesaria la competencia porque la exclusión financiera es mayor y por lo tanto hay más mercado para competir. Otro factor es que los bancos ya pasaron por varias disrupciones tecnológicas e informáticas como comunicaciones, ATMs, telefonía móvil, nuevos servidores, Internet, etc. Por lo que suele suceder es un reacomodamiento de la industria financiera tradicional para lograr una adaptación y reorganización.

MB – Los servicios que ofrecen las Fintech se montan sobre el sistema financiero tradicional. Detrás de una billetera móvil hay una cuenta de banco, detrás de una empresa de préstamos hay una cuenta bancaria; es por ello que los modelos de negocios deben ser complementarios, las Fintech van a donde los bancos no pueden (o no quieren) llegar. Lograr bajar las barreras de la inclusión financiera ayuda a que el mercado crezca y por lo tanto la relación entre las entidades tradicionales y las Fintech se vuelve más colaborativa que competitiva. El foco de la Cámara Argentina de Fintech es la de generar un espacio de colaboración, donde tanto el sector público como privado y el sector educativo sean motores para el desarrollo para una industria más competitiva, más sana y con generación de talento humano.

PM – Sí. Para Latam, en general los servicios financieros son muy tradicionales, con Management muy conservador y de una generación que no está tan modernizada en el uso de la tecnología. Estos bancos buscan desarrollar unidades paralelas con personas con otra experiencia, otro “know how”, que no viene de la industria; pero si viene del mundo tecnológico o de cultura startup o emprendedora. O bien, hacen asociaciones con otras Fintech. Por otro lado, la colaboración es necesaria, pero es un proceso que se va a

ir consolidando dado que hay varios jugadores en el ecosistema y con la competencia (a dar menos margen de rentabilidad y ser mejores en costos) deberían quedar los mejores.

E1 – Son Competencia. Los bancos son un supermercado de servicios, el cliente puede comprar bonos o hacer una inversión a través de un banco o de una aplicación, se puede usar la tarjeta de crédito de un banco o la de una aplicación o de una Fintech. Las Fintech mueven las fronteras tecnológicas y aportan al desarrollo financiero, por lo que obligan a los bancos a mejorar su generación de servicios. Puede haber casos donde sean complementarios cuando la Fintech le da un servicio a la entidad tradicional. Los bancos son muy grandes y les cuesta innovar, y tienen un negocio grande que deben proteger y por lo tanto son menos propensos a cambiar. Los bancos no están centrados en la satisfacción de las áreas internas y no en la satisfacción del cliente.

AMu – Hay startups que están comenzando a dominar en algunos servicios y se están volviendo mejores que los bancos. Hay bancos que están generando equipos internos o adquiriendo startups para no quedarse fuera de la tendencia tecnológica que está sucediendo en la industria financiera. Hay empresas que están dando servicios financieros sin ser banco. El panorama actual es de más colaboración que el de competencia entre Fintech y banca tradicional.

PC – Algunos años atrás esa batalla era un poco más clara, pero hoy en día se ve y se palpa que va a ser más colaborativa y que la industria financiera va a empujar a la industria Fintech. Si algún integrante del GAFAM se hubiese querido convertir en banco ya lo habría hecho. Se está dando un trade-off de hasta donde va cada uno. Hoy en día los que están incentivando a la industria Fintech son los capitales de los bancos que están cambiando el método y reaprendiendo, en lugar de cambiar sus propias estructuras.

AMa – La industria financiera se está moviendo a un esquema de cooperación y competencia, lo que resulta en cooptación. Hay espacios donde se compite y espacios donde se colabora. En la industria tecnológica no existe la clara línea divisora no hay

puros colaboradores o puros competidores. Creo que hay espacio para la banca tradicional y lo va a seguir habiendo por muchos años, junto con los bancos digitales y las Fintech.

E2 – Ambos, pero más balanceado hacia la cooperación. A las Fintech les falta fondeo dado que no pueden realizar intermediación financiera, es decir, captar ahorro de individuales del sistema financiero tradicional. Por otra parte, las Fintech tienen un esquema de nicho que complementa el esquema de las entidades financieras tradicionales. Las Fintech pueden prestar servicios a las entidades tradicionales, por lo que deberían tener estrategias más complementarias que de competencia. Las Fintech ayudan a mover el mercado financiero, un ejemplo de esto es la multiadquiere para el caso de procesadores de tarjeta de crédito.

RM – Sí. Las Fintech que proveen servicios financieros agregados se montan sobre los servicios financieros de los bancos y los usan como plataforma. Se da la cooperación. Pero los bancos aún tienen un activo muy grande que es la confianza, en especial los datos. Los bancos deberían acelerar la adopción de la tecnología que explotan las Fintech.

DP – Se da un esquema de cooperación y de competencia. Según el negocio o el servicio que se trate las Fintech podrían ser colaboradores de los bancos aportando mejoras, innovación y ampliando oportunidades de negocio logrando una sinergia. En otros casos pueden ser competencia pura, por ejemplo, en productos de tarjeta de crédito.

MP – Es una gran oportunidad de competencia para acelerar la extensión de los servicios. Las Fintech por si solas se les va a complicar, los clientes no quieren tener 1000 apps que le resuelvan 100 problemas, quieren 3 apps que le resuelvan 500 problemas. Las Fintech se tienen que jugar con esas 2 o 3 aplicaciones que dominen el mercado para poder integrar sus servicios. Si hay Fintech que hagan cosas que necesiten nuestros clientes no dudaría en integrarlos con nuestros servicios, creo que esa es la forma de acelerar el proceso de digitalización de la sociedad y de empujar el sistema emprendedor argentino. Además, para el cliente es mucho mejor porque le puedo entregar producto o servicio mucho más rápido.

GS – La colaboración entre Fintech y Bancos tradicional es una realidad existente hoy en día. Veamos el caso concreto de Mercado Pago: es una billetera electrónica que provee de servicios financieros a sectores de la sociedad tradicionalmente excluidos y que se encuentra vinculado regionalmente a bancos y entidades emisoras de tarjeta de crédito de primera línea.

Otro caso emblemático de esta sinergia entre entidades financieras y Fintech es *Mercado Pago Fondos*, herramienta dentro de la billetera electrónica que permite a los usuarios invertir sus fondos disponibles en un fondo común de inversión del Banco Industrial (BIND). En este caso, MP es quien aporta la masa de inversores y el BIND el que le da forma jurídica ante la CNV asumiendo las obligaciones derivadas de las regulaciones locales (identificación de los clientes, monitoreo de las operaciones, etc.).

3. Desde su perspectiva ¿Considera que la ausencia o poca regulación sobre las Fintech es una ventaja respecto de la industria financiera tradicional? ¿O por el contrario considera que la industria necesita mayor regulación? ¿Cómo podría potenciar o limitar el crecimiento del ecosistema Fintech?

IC – La ventaja más grande de las Fintech sobre las entidades tradicionales es que son rápidas y de costos fijos muy reducidos, entonces tienen una ventaja comparativa inmensa para ofrecer servicios adaptados al cliente mucho más grande que la banca tradicional. La desventaja es que no están “protegidas” por los bancos centrales o la regulación en cada país. Esto que puede ser una ventaja en los inicios, ya que permite crecer en espacios sin regulación. Hoy en día en el mundo avanza hacia una regulación Fintech en la que se aplican cuatro esquemas: los Innovation Hubs, los Regulatory Sandbox, las Leyes y el último es no regular. De cara al futuro los países están avanzando en grupos de trabajo para poder regular las Criptomonedas y Blockchain.

MB – Desde un punto de vista de la operatoria, las Fintech, siempre están atravesadas por alguna regulación, aunque no exista una ley específica como en el caso de las

entidades financieras tradicionales. Son tan diversos los modelos de negocios de la industria Fintech que no sería sano agrupar a todas las Fintech bajo un solo modelo de empresa. Pero, ciertos modelos de negocio son disruptivos y en los que no existe norma que le pueda ser aplicada; y en los que debería haber, la Cámara Fintech está trabajando para impulsar regulación sobre temas como, por ejemplo: préstamos de persona a persona, financiamiento colectivo de hipotecas y blockchain. Las entidades financieras tradicionales tienen que cumplir una serie de requisitos de reporte y de cumplimiento que las vuelve lentas a comparación de las Fintech en la toma de decisiones y en la ejecución de las mismas.

PM – El principal desafío del regulador es que: El regulador sabe menos de la industria que la industria misma. Cuando la regulación y los regulados generan cambios en el mercado distintos a los que determinó el mercado de manera libre por oferta y demanda, va a resultar en algún tipo de especulación que afecta al mercado. En la mayoría de los casos, el conocimiento tecnológico o experiencia del regulador, suelen estar retrasados con respecto al mercado. Para ciertos aspectos el mercado termina regulando implícitamente, pero deberían hacer reglamentaciones de defensa del consumidor que protejan al consumidor. Cuando hay ausencia de reglas para los negocios se puede crecer al 500% con mucho riesgo, con algo de regulación se puede crecer mucho menos porque no se puede hacer cualquier cosa, pero ese crecimiento es más sustentable que el primero.

E1 – En cualquier industria cuando menos regulación haya menos límites va a haber para pensar ideas y crear productos y servicios. Puede haber buena regulación o mala regulación, pero es preferible menos que más. El principal objetivo de la regulación tiene que ser para armonizar, garantizar la competencia y prevenir los monopolios, por un lado, y proteger a los consumidores por el otro. Por lo general los reguladores tratan de evitar los riesgos sistémicos como ser el caso de los bancos centrales, pero terminan generando cargas regulatorias que van en contra de la industria.

AMu – La oferta y demanda son los reguladores del mercado por excelencia, pero son los reguladores los que terminan normalizando la competencia. Los reguladores no

deberían generar carga regulatoria sin sentido para la industria sino tomar un esquema de “dejar hacer”. La autoridad monetaria debe ocuparse de generar mercados para que las empresas puedan acceder.

PC – En marco actual como el de Argentina lo más conveniente es que no estén reguladas y dejar que sigan haciendo que las cosas pasen. Hay una tendencia de dejar que las Fintech hagan y si alguna operatoria es riesgosa se le da marco regulatorio. Las Fintech deberían tener un marco regulatorio impositivo beneficioso para atraer al actor que está por fuera del sistema para poder comenzar a incluirlos, y luego trasladarlo a los bancos para que se incentive la competencia.

AMa – Es necesaria menos regulación, la regulación no aporta valor. Las Fintech tienen menos regulación que las entidades tradicionales, pero no es que no tienen, hay algunas normas por las que si están alcanzadas. El rol del regulador debería ser de desregular en lugar de regular bien. Al inversor se lo protege con educación, no con regulación, y al cliente se lo protege con buenas prácticas de defensa del consumidor.

El mal regulador lo que termina haciendo es encarecer y entorpecer la innovación, lo que resulta en favorecer a los grandes actores que son los que tienen la capacidad de soportar esas estructuras.

E2 – Si el actor de servicios financieros no hace intermediación financiera no debe estar regulado. Esa es la premisa que prima en estos momentos para el mercado argentino. Pero si, hay comunicaciones que afectan a operaciones que se hacen como empresa. El regulador quiere incentivar el uso de medios electrónicos siempre con miras a proteger al usuario de servicios financieros.

RM – Si, la ausencia de regulación les da ventaja respecto de la industria. Desde el punto de vista sindical y la regulación que genera el BCRA, ya que las mismas no realizan intermediación de dinero. Hay ciertas regulaciones que se aplican a las entidades financieras que deberían aplicarse a las Fintech como por ejemplo la valuación de

carteras. Se está dando casos de Fintech que son muy parecidas a un banco como ser el caso de Mercado Libre.

DP – La regulación limita el crecimiento. El ecosistema de servicios financieros tiene que seguir creciendo para ampliar la oferta de servicios y productos al mismo tiempo que se hace más extensivo y abarca mayores porcentajes de la población.

MP – Hoy la regulación favorece a las Fintech en detrimento de la banca tradicional y eso es lo que ha ocurrido históricamente en todos los mercados. Y eso está bien, porque si la regulación impide el crecimiento la industria no llega a desarrollarse. Para permitir la regulación hay que permitir que haya no regulación durante un tiempo hasta que ese tamaño sea lo suficientemente significativo para regularlo. Es preferible un escenario de regulación tardía que de regulación temprana. La regulación tiene que ser en favorecer la apertura y la innovación a nuevas compañías, y eso puede favorecer la asociación entre Fintech y bancos incumbentes.

GS – De modo general, creo que la regulación general de una actividad no debe perseguir el igualar en condiciones a industrias que son disímiles y tienen un apetito al riesgo diferente. Sumado a esto, y como principio general de cualquier actividad que se desea regular, es necesario y primordial conocer bien la actividad que se desea regular. Principalmente, entender los riesgos a los cuales se está expuesto es un paso fundamental. Si uno piensa en la actividad financiera tradicional, puede ver que han pasado por un proceso histórico que ha permitido entender cuáles son esos riesgos, tanto desde el plano del consumidor/usuario, como así también desde el plano de riesgo sistémico dentro de todo el sistema económico de un país.

Considerando la situación actual, dentro de la región ha habido enfoques diferentes en los distintos países en materia de regulación específica para las Fintech: hay países que han comenzado a regular las Fintech no cómo un todo, sino entendiendo los sub-grupos de actividades (ej. Chile con la ley de emisores y operadores de tarjetas); y hay otros países que han promulgado leyes generales para la actividad, considerando las diferencias dentro de la norma (ej. Ley Fintech en México). En el caso de Argentina, los reguladores

(CNV y BCRA) han adoptado un enfoque más colaborativo entre los distintos actores, promoviendo mesas de trabajo entre las partes que han dado por el momento buenos resultados. Caso concreto es el lanzamiento del código QR hace un año, o bien la Clave Virtual Única (CVU), que les asignada a cada billetera virtual, con la subsiguiente obligación a las entidades financieras de permitir la inter operabilidad entre CBU y CVU. Por otro lado hay un dato no menor en materia regulatoria que es dable destacar. Dada la integración que hay actualmente entre el sistema financiero tradicional y las Fintech, a la que he hecho mención en la respuesta del punto precedente, existe un natural y sano desplazamiento de obligaciones regulatorias que trasladan las entidades financieras a las Fintech para poder cumplir ellas mismas con sus políticas de riesgo. Tanto las tarjetas de crédito como los Bancos suelen establecer contractualmente ciertas obligaciones a las Fintech (ej. Control contra listas de sanciones, procedimiento de conocimiento de clientes, procesos de auditoría independientes, entre otros). En este intercambio sano y dinámico entre entidades y universos disimiles se ve un proceso de conocimiento mutuo que va más allá del negocio mismo, y que aborda entre otros asuntos, entender cuales son los riesgos a los que están expuestos los distintos actores y sobre todo con qué herramientas cuenta cada actividad para mitigarlos. En este sentido, las Fintech se encuentran en una posición más propensa a adquirir ciertos servicios y productos innovadores que facilitan las tareas de prevención de riesgos, denominadas “Regtech”. En síntesis, creo que la actividad puede y debe ser regulada pero entendiendo el negocio y los riesgos propios de la actividad. Trasladar desde el regulador, a libro cerrado, soluciones que aplican a sistemas financieros tradicionales es una solución de corto plazo que puede afectar a un sector dinámico de la sociedad que genera fuentes de trabajo e importantes avances en materia de inclusión financiera.

4. ¿El surgimiento de los bancos 100% digitales serán el reemplazo natural de las Fintech y las entidades financieras tradicionales?

IC – No, los bancos digitales serán un actor más del ecosistema que cubre intermediación financiera. Que genera nuevos interrogantes en el caso de la política monetaria ya que tienen una velocidad mucho mayor en la oferta de productos como ser, por ejemplo, en

la variación de sus tasas de interés. No son solo rápidas tecnológicamente, sino que también los son a nivel organizacional con estructuras ágiles.

MB – No. Un banco digital va a ser dentro del agrupamiento de las entidades financieras tradicionales va a ser lo que más se acerca a una Fintech. Los bancos digitales van a ayudar a que los consumidores que tienen cierto rechazo a operar con sucursales, pero de la misma manera tienen dudas al momento de operar con aplicaciones, ganen la confianza necesaria para pasar de un esquema analógico a uno digital. Va a haber una complementariedad con el resto de los actores del ecosistema Fintech.

PM – Hay segmentos de Fintech que son de nichos y sus verticales en cuanto a su experiencia y su servicio son muy específicos; por lo que no van a tener reemplazo de parte de los bancos digitales. Pero, la Fintech va a tener que demostrar diferencial constantemente, caso contrario podrá ser abordada por un banco digital. Hay cuestiones culturales que justifican la existencia de sucursales físicas. Para sobrevivir las Fintech tienen que desacoplar servicios para dar servicios a todos los segmentos del mercado, ya sean clientes, socios, otras Fintech o una entidad financiera tradicional.

E1 – No, hay sinergia en ofrecer múltiples productos o servicios financieros en un solo lugar, desde el lado del usuario y del proveedor. Las Fintech van a ir integrando productos en sus plataformas. Las Fintech que mas productos integren se van a parecer a bancos digitales.

AMu – No. Hay movimiento que están confluyendo y no se sabe cuál va a prevalecer. Creo que van a pasar varios años hasta que se reacomode el ecosistema de servicios financieros. No van a dejar de existir los bancos tradicionales, porque son estructuras muy grandes para desarmar. Por muchos años va a ser una convivencia, un sistema mixto entre Fintech, banco digital y banco tradicional.

PC – No lo creo. Hay que diferenciar 2 aspectos, el banco low cost del banco digital. El banco tradicional que trata de eficientizar y ahorrar costos a través de una estrategia

digital, pero lo que se comercializa es lo mismo que vende hoy. El banco digital que se está viendo hoy es un banco tradicional, pero sin sucursales. El banco digital del futuro es aquel que va a permitir generar productos financieros que sea disruptivo; que pueda aplicar un modelo de UBER o Spotify. A futuro los bancos digitales se van a aliar con Fintech, con empresas de tecnología, con otras industrias e incluso con la banca tradicional para poder generar productos realmente disruptivos.

AMa – La llegada de los bancos digitales es el reemplazo de los bancos tradicionales. No hay compra impulsiva de productos físicos en los servicios financieros que justifiquen tener una sucursal. Los servicios financieros son un commodity, no es perecedero, no se arruina. Lo que tienen que resolver es la capacidad de dar educación o asesoramiento de forma digital, que no sea requerido ir a la sucursal. Por otro lado, las Fintech van a seguir atendiendo nichos de mercado por lo cual la coexistencia es viable y hasta necesaria. Si bien las plataformas van a tomar la mayor parte del mercado no veo un escenario de “winners takes all”, y en los espacios que dejen las plataformas son los espacios para la operación de las Fintech.

E2 – No. Es la siguiente fase que le sigue a un banco tradicional en lo que es tecnología. La banca tradicional va a ir a una banca más digital y más competitiva. Las Fintech van a ser clave en la colaboración y en la complementación. Hay un ecosistema de varios jugadores y no pareciera que fueran a converger en el corto plazo. Hay una afinidad generacional a operar con empresas del estilo Fintech por sobre la banca tradicional.

RM – Sí. Un banco digital está más cerca de una Fintech que un banco tradicional.

DP – No. La industria de servicios financieros está cambiando como nunca. Los bancos digitales no son el reemplazo de la banca tradicional, sino que son su evolución. Actualmente, la existencia de sucursales físicas está justificada, no todos los segmentos están preparados para convivir con bancos digitales. Por otro lado, los bancos digitales van a tener las mismas restricciones regulatorias que la banca tradicional por lo que las

Fintech van a seguir teniendo su rol innovador. Las empresas de GAFAM y BAT son las que tienen la capacidad de destronar a la banca, a ellas hay que seguirlas de cerca.

MP – Hay lugares distintos para distintas cosas. Los bancos incumbentes que han hecho las cosas bien están mucho mejor que los bancos digitales. La mayor diferencia es que algunos son casi gratis y los otros cobran cargos. Pero ninguno ha generado una disrupción, ninguno ha generado un producto que sea revolucionario. Creo que va a haber lugar para todos, va a haber lugar para la banca simple, para la banca compleja, pero al final de recorrido va a haber ganadores y perdedores basados en los que mejores soluciones los problemas de la gente. La clave es darles soluciones integrales a los clientes.

GS – No necesariamente. Eso dependerá principalmente del apetito al riesgo de estas entidades y de cuan innovadores sean en materia de soluciones digitales para los usuarios.

5. ¿Cuál cree que va a ser la tecnología más disruptiva para la industria financiera en los próximos 5 años?

IC – La Inteligencia Artificial junto con Big Data y los servicios en la nube permitirían cambiar todo el negocio financiero. También, las APIs públicas y la Biometría son cosas que van a cambiar la forma de hacer las cosas para la industria.

MB – Blockchain va a ser la más explotada en los próximos años por las potencialidades de dar seguridad en las transacciones de los consumidores.

PM – El principal desafío en desarrollar modelos de riesgo que permitan tener aproximaciones más cercanas a la actividad real del consumidor, para tener visiones más personalización. Machine Learning junto con AI, atados a un esquema de Big Data.

E1 – Biometría va a tener un impacto muy grande ya que va a facilitar los procesos de autenticación entre las entidades y los usuarios. Análisis de Fraude para tener controlado

los riesgos asociados a la operación. Machine Learning e inteligencia de datos que permitan mejorar los modelos de riesgos que permita customizar productos adaptados a cada cliente en particular.

AMu – Inteligencia artificial, lo que nos va a ayudar a entender mejor el comportamiento de los clientes. Máquinas que aprendan como los clientes compran y pagan. La robotización mediante chatbots.

AMa – La principal va a ser Blockchain. Lo disruptivo va a ser la capa de servicios que se monte sobre esa tecnología. Todas las limitaciones son coyunturales y no estructurales.

PC – La principal es Blockchain, pero ya tendría que haber tenido su explosión y aún no logra extender toda su potencialidad. Lo más disruptivo va a ser las microsoluciones que se adapten a cada momento de uso de los consumidores. Resolver las operaciones sin generar fricciones.

E2 – Blockchain se va a comenzar a utilizar cada vez más para transacciones por la potencia que demostró en la trazabilidad de la operación. Biometría, en relación a la identificación. Machine Learning para prevención de fraude.

RM – La inteligencia artificial va a tener un impacto muy grande y no solo en los servicios financieros. También, blockchain si puede implementarse para sacar intermediarios que influyen en la cadena de pagos, por ejemplo: las transferencias internacionales SWIFT.

DP – La inteligencia artificial combinado con analytics. Hay una realidad y es que la industria conoce muy poco a su cliente.

MP – Las tecnologías están todas presentes. Pero creo que el diferencial es el sabio uso de esas tecnologías. Hay dos cosas que son claves. El primero es la identificación de identificación y seguridad para consolidar la confianza del cliente, y el segundo tiene que

ver con los datos, el uso de los datos con herramientas potentes, big data, machine learning. Estar en cloud no es una ventaja, pero no estar si es una clara desventaja. Pero, nuevamente, el diferencial es el uso de los datos.

GS – Desde mi punto de vista en los próximos cinco años se verá acentuada la tendencia actual, donde las Fintech juegan un papel cada vez más importante en materia de inclusión financiera de esos sectores de la población históricamente postergados.

El medio de pago llamado QR ha tenido un crecimiento exponencial en Argentina en el plazo de un año, y probablemente se consolide este crecimiento dentro de la región.

6. ¿Cuáles creen que serán los mayores desafíos o retos para la industria Fintech en los próximos 5 años? (Regulación, acceso a mercados de capitales, Obligaciones para la puesta en marcha, talento, otros).

IC – Uno de los mayores desafíos es poder asentarse como un sector que brinde servicios financieros que rompa con las malas lógicas del sistema financiero tradicional, que va a seguir coexistiendo con los servicios financieros tecnológicos. No se tiene que generar un ecosistema Fintech oligopólico, de pocos jugadores con mucho poder de negociación. En Latam hay cuatro unicornios Fintech que pueden impactar en variables significativamente. El desafío es que no repliquen las malas prácticas del sistema tradicional donde 30 bancos manejan las variables del sistema financiero mundial.

MB – Si bien la banca tradicional y las Fintech tienen un camino de convergencia, la mayor amenaza para el sector es las empresas de tecnología realmente grandes que comienzan a meterse en temas financieros. Los grupos GAFA y BET van a ser los que mejor puedan administrar riesgos y conceptualizar la información. Otro desafío va a ser lograr conectar a las personas que aún están fuera del sistema por carecer de las telecomunicaciones adecuadas.

PM – El principal desafío en desarrollar modelos de riesgo que permitan tener aproximaciones más cercanas a la actividad real del consumidor, para tener visiones más personalizadas de los clientes. Hoy se está viendo el aterrizaje de la banca digital en el ecosistema. Hasta ahora había lugar para todos, pero a medida que los jugadores grandes comiencen a tomar mercado a las Fintech que hasta ahora tenían posición en el mercado van a tener que volverse más competitivas. La regulación es otro desafío, generar regulación que no mate la innovación. El acceso a mercado de capitales es importante, generar instrumentos que puedan ser utilizados por las Fintech para poder obtener fondos.

E1 – Hay un apego muy grande a lo que las entidades financieras conocen, por lo que será fundamental tener capacidad para crear cosas nuevas. Por ejemplo, como desintermediar operaciones que generan costos y fricciones con los clientes.

AMu – Las empresas tienen que cambiar la filosofía y pasar a ser Tech-Fin, empresas cada vez más tecnológicas que dan servicios financieros. Escalar en volumen de operaciones, si el mercado va a decantar a los proveedores de servicios financieros, el volumen asegura la supervivencia. El desafío de las Fintech es madurar, tener muy buena tecnología y conseguir fondos para operar.

PC – A nivel global es mejorar la calidad de vida de las personas por medio de acceso a servicios financieros baratos, livianos y usables. Aún falta una revolución en ese aspecto. Hace mucho que se viene hablando la revolución de los pagos móviles pero recién se están viendo cosas de impacto como lo de WeChat. Hay otras industrias que se están verticalizando y eliminando intermediarios, la industria financiera va a hacer lo mismo para acompañar al resto de las industrias.

AMa – La regulación va a ser un desafío para la industria, esta dice lo que no se puede hacer y no se puede innovar dentro de una caja, la regulación actúa sobre lo conocido y la innovación sobre lo desconocido. El acceso a instrumentos de capital que permitan acompañar la operatoria. Talento, pero no el talento técnico, el talento del liderazgo para

tomar decisiones estratégicas acertadas. La velocidad del cambio es voraz, con ciclos de innovación mucho más cortos.

E2 – El crecimiento de la industria tiene impacto sistémico y debe generarse regulación que acompañe al ecosistema, no condicione la innovación y asegure la competencia. El fondeo de la operatoria va a ser algo en que las Fintech van a tener que trabajar, como así también en la interoperatividad para lograr tener efectos de red y poder combinar diferentes servicios. La captación de la base de la pirámide es el desafío para poder generar volumen que es lo que las vuelve atractivas para las inversiones.

RM – Apuntar exclusivamente al mercado no bancarizado y poder adaptarse a la regulación que se les imponga en el futuro. Deben estar atentas a que los bancos comiencen a hacer las cosas mejor que ellos.

DP – El desafío más grande va a ser el de entender la transformación digital a la que se sometan los actores, en todo ecosistema de industria va a haber empresas que sobrevivan y otras que caigan por su modelo de negocio. Tienen que tener la habilidad de entender los cambios y estas en condiciones de dar una respuesta a los mismos. Las organizaciones que los puedan anticipar van a ser los grandes ganadores.

MP – Los desafíos son tratar de construir modelos de sustentabilidad de negocios vinculados a la asociación con otras compañías. Esto significa que solas y aisladas no van a hacer grandes cosas, las Fintech son los brazos acelerados de transformaciones de productos y servicios de compañías incumbentes, excepto salvo las que tienen aspiraciones y oportunidades de tener el vínculo directo con el cliente y el cliente las elige y tiene buen engagement. Las que tienen otras aspiraciones tienen otros desafíos que es la de convencer a los clientes en cada interacción que hacen y no en una única vez. El fondo y el capital es esquivo y complicado.

GS – Creo que el principal desafío en los próximos años se da en materia regulatoria, por los fundamentos que expuse antes. Es muy importante que el regulador tenga una sana

motivación de regular a estos agentes, entendiendo el negocio y habiendo identificado previamente los riesgos que quiere prevenir y mitigar. El otro desafío se da en materia de talentos. La región carece de programas sólidos de capacitación de las nuevas generaciones, esenciales para poder seguir innovando.



Universidad de
SanAndrés

9. Anexo II - Lista de empresas más valiosas

Ranking de empresas por valor en Bolsa				
Capitalización En miles de millones de euros				
EMPRESA	SECTOR	PAÍS	Capitalización	
1	Microsoft	Tecnología	EE UU	685,6
2	Apple	Tecnología	EE UU	653,8
3	amazon.com	Tecnología	EE UU	641,4
4	Alphabet	Tecnología	EE UU	631,7
5	BERKSHIRE HATHAWAY	Finanzas	EE UU	439,0
6	Tencent 腾讯	Telecomunicac.	China	333,3
7	facebook	Tecnología	EE UU	329,5
8	Alibaba.com	Comercio	China	310,3
9	Johnson & Johnson	Salud	EE UU	302,3
10	JPMORGAN CHASE	Finanzas	EE UU	283,5
11	VISA	Finanzas	EE UU	254,0
12	ExxonMobil	Energía	EE UU	252,1
13	Walmart	Comercio	EE UU	236,4
14	ICBC (Asia) 工商银行	Finanzas	China	235,4
15	Pfizer	Farmacia	EE UU	220,4
16	Nestlé	Consumo	Suiza	213,5
17	Bank of America	Finanzas	EE UU	211,2
18	Shell	Energía	P. Bajos	209,9
19	UNITEDHEALTH GROUP	Salud	EE UU	209,3
20	verizon	Telecomunicac.	EE UU	202,9
21	P&G Procter & Gamble	Consumo	EE UU	200,0
22	WELLS FARGO	Finanzas	EE UU	189,4
23	NOVARTIS	Farmacia	Suiza	187,2
24	intel	Tecnología	EE UU	187,1
25	Roche	Farmacia	Suiza	182,8
26	Chevron	Energía	EE UU	181,6
27	AT&T	Telecomunicac.	EE UU	181,4
28	China Construction Bank	Finanzas	China	180,9
29	SAMSUNG	Tecnología	Corea Sur	180,6
30	Coca-Cola	Consumo	EE UU	176,0
31	MERCK	Farmacia	EE UU	173,5
32	China Mobile	Telecomunicac.	Hong Kong	172,0
33	mastercard	Finanzas	EE UU	170,2
34	CISCO	Tecnología	EE UU	170,1
35	THE HOME DEPOT	Comercio	EE UU	169,5
36	Taiwan Semiconductor	Tecnología	Taiwán	166,3
37	TOYOTA	Motor	Japón	165,4
38	BOEING	Aeronáutica	EE UU	160,0
39	PetroChina	Energía	China	159,8
40	AGRICULTURAL BANK OF CHINA	Finanzas	China	157,8
41	HSBC	Finanzas	R. Unido	142,6
42	Walt Disney	Medios	EE UU	142,6
43	ORACLE	Tecnología	EE UU	141,5
44	PEPSICO	Consumo	EE UU	136,2
45	COMCAST	Medios	EE UU	135,3
46	PING AN	Finanzas	China	134,6
47	Unilever	Consumo	R. Unido	133,8
48	LVMH	Consumo	Francia	130,4
49	BANK OF CHINA	Finanzas	China	128,1
50	TOTAL	Energía	Francia	124,0

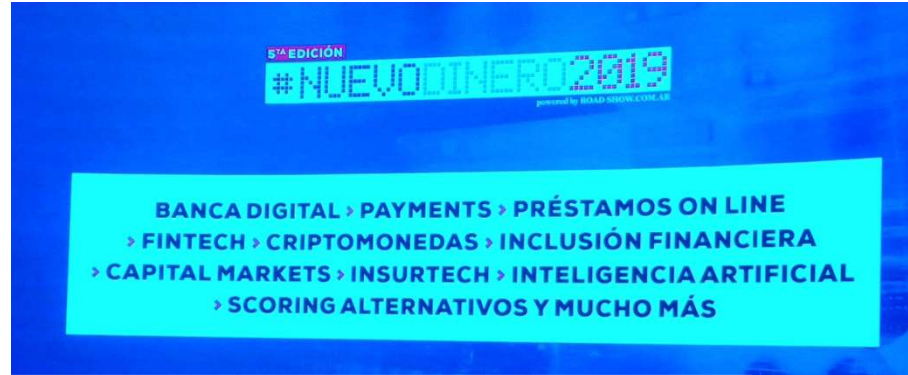
Fuente: Bloomberg

BELÉN TRINCADO / CINCO DÍAS

10. Anexo III – Participación en evento de Industria

Fotos del evento tomadas con la cámara propiedad del autor de este trabajo.

*Principales temas
abordados
durante el evento*



*Principales sponsors
del evento*



Acreditación del participante.