



UNCUYO
UNIVERSIDAD
NACIONAL DE CUYO

FCE
FACULTAD DE
CIENCIAS ECONÓMICAS

CONTADOR PÚBLICO NACIONAL Y PERITO PARTIDOR

**Fintech en Argentina:
Impacto y desafíos de su aplicación
en la actualidad**

Trabajo de Investigación

POR:

Cicconi Cimino, Martina.

N° Registro: 29.049 – martina.cicconi@fce.uncu.edu.ar

Galván, Ivana María.

N° Registro: 27.671 – ivanagalvan20@gmail.com

Liwsky, Maia Shiel.

N° Registro: 29.153 – maia_liwsky@hotmail.com

Yerfino, María Agustina.

N° Registro: 29.307 – mayerfino@gmail.com

DIRECTOR:

Prof. Pablo David Majowka

pablo.majowka@fce.uncu.edu.ar

Mendoza - 2020

Resumen Técnico

Vivimos en un mundo de pleno avance tecnológico, numerosas herramientas e innovaciones han surgido para ayudar a la sociedad y sus problemas. Para solucionar uno de éstos, surgen las Fintech, ofreciendo servicios financieros usando plataformas tecnológicas.

En el siguiente trabajo investigamos el impacto y los desafíos de las Fintech en Argentina en la actualidad. El mismo fue desarrollado a partir de fuentes secundarias de información y datos relevados de primera mano mediante encuestas, basado en un enfoque mixto combinando la investigación del tipo cuantitativo y cualitativo. En primer lugar procedimos a una conceptualización e investigación sobre las principales líneas de actividad y el origen de estas financieras; luego en el desarrollo del trabajo abordamos los siguientes tópicos: la relación entre las Fintech y el sistema bancario tradicional, el régimen normativo aplicable, las oportunidades y desafíos a los que se enfrentan en su accionar habitual y datos estadísticos respecto a la utilización de las mismas.

A partir del estudio realizado arribamos a las siguientes conclusiones:

Respecto al objetivo específico de evaluar la relación entre las Fintech y el sistema bancario tradicional, consideramos que no se deben tratar como dos rivales, sino más bien como aliados, complementándose contra la amenaza que representan para ambos las Big Tech.

En cuanto al régimen normativo aplicable, actualmente no existe una ley específica que regule de forma directa las Fintech en nuestro país, esto no implica que no hayan normas que resulten relevantes para la actividad desarrollada por éstas ya que existen diversas regulaciones que les son directa e indirectamente aplicables, enunciadas en el desarrollo del presente trabajo.

Por último, acerca de la utilización de las Fintech, podemos concluir que la misma se reduce al servicio de “billeteras digitales”, siendo escasamente utilizados el resto de las prestaciones que ofrecen estas empresas.

Palabras Claves

Fintech - Sistema Bancario Tradicional - Regulación Fintech - Billeteras Digitales - Oportunidades y Desafíos.

Índice

Introducción	1
Apartado metodológico	4
Capítulo 1: Conceptualización	5
¿Qué son las Fintech?	5
Origen	5
Principales líneas de actividad	7
Capítulo 2: Las fintech y el sistema bancario tradicional	13
La relación de la Banca y Fintech: del amor al odio	13
<i>Inclusión financiera</i>	13
<i>Diferencias en la naturaleza de los Bancos y las Fintech</i>	14
<i>La revolución Fintech</i>	16
Open Banking: hacia un futuro de apertura y convergencia	22
Capítulo 3: Régimen Normativo	24
Capítulo 4: Oportunidades y desafíos	30
Desafíos de la actualidad: Relación de las Fintech con el Gobierno Nacional	30
Nueva normalidad: oportunidades para el sector Fintech	31
Las Fintech exigen nuevos métodos de trabajo	35
Impacto de las Fintech en el medio ambiente	36
Capítulo 5: Datos estadísticos respecto a la utilización de las Fintech	39
Resultados	39
Conclusión	45
Bibliografía	50

Introducción

Las Fintech han venido a revolucionar las finanzas tradicionales, tanto a nivel de usuarios particulares, como de empresas. La experiencia internacional demuestra que el fenómeno Fintech no representa una moda ni una tendencia pasajera: estas empresas de origen digital constituyen un ecosistema que en su mayoría está integrado por compañías incipientes, nuevas e innovadoras que llegaron para democratizar los servicios financieros.

Se considera que en la actualidad hay alrededor de 5.000 empresas Fintech, sin embargo es difícil cuantificarlas ya que las cifras crecen constantemente, lo que genera gran preocupación en el sector bancario.

El escenario, por tanto, es muy interesante, y el presente nos va a regalar algunas sorpresas. Pero, ¿en qué consiste exactamente el negocio de las Fintech y cuál es su propuesta? Estas empresas se dedican a intermediar en el mundo de las finanzas en múltiples aspectos, desde las transferencias de dinero y los préstamos, hasta el asesoramiento financiero y de inversiones.

Todo indica que las Fintech son el origen del futuro del sistema bancario, ya que se dio la tormenta perfecta para su surgimiento: el descrédito del sistema tradicional, la crisis financiera, el crecimiento de la tecnología, la especialización y la generación de los millennials.

A raíz de lo mencionado surge el interrogante investigado ¿Cómo impacta, y a qué desafíos se enfrentan las Fintech en Argentina actualmente? En el presente trabajo de investigación analizamos el impacto que tiene el surgimiento y afianzamiento de las Fintech en Argentina en la actualidad, los desafíos y oportunidades a los que se enfrenta su exponencial crecimiento, los cambios que produce en las formas habituales de operar, ventajas y desventajas de su utilización, los potenciales riesgos y amenazas, así como también sus fortalezas y debilidades. Para ello establecemos los siguientes objetivos específicos:

- Evaluar la relación entre las fintech y el sistema bancario tradicional argentino.
- Analizar la normativa existente aplicable a las financieras tecnológicas.
- Determinar el impacto de las decisiones del Gobierno Nacional, en el desarrollo de la Industria Fintech en Argentina.
- Investigar cómo la nueva normalidad en la era post-Covid-19 impacta en el desenvolvimiento de las Fintech en Argentina.
- Examinar los nuevos métodos de trabajo que las Fintech exigen.

- Analizar el impacto de las financieras tecnológicas en el medio ambiente.
- Indagar y analizar la percepción de los usuarios, y potenciales usuarios, respecto al uso y desarrollo de las fintech.
- Cuantificar el nivel de uso y aplicación de los servicios ofrecidos por las Fintech.

El problema de investigación evalúa los aspectos mencionados durante la actualidad en Argentina, considerando el total de la población en general.

El trabajo está compuesto por cinco capítulos que se estructuran de la siguiente manera:

- **CAPÍTULO 1: Conceptualización.** En el presente se desarrollan conceptos básicos, abordando la definición de Fintech, su origen y principales líneas de actividad.
- **CAPÍTULO 2: Las fintech y el sistema bancario tradicional.** En el mismo realizamos un profundo análisis de la relación de las fintech y las entidades bancarias tradicionales. El avance en la prestación de servicios mediante la modalidad online que proponen las Fintech, ha provocado una disminución de oficinas bancarias comerciales destinadas a la atención presencial al público. Es por ello que surgen los siguientes interrogantes que se profundizan en el respectivo capítulo: ¿Acabarán desbancando a las entidades tradicionales tarde o temprano?, ¿o serán los bancos los que mejoren sus operativas y borren del mapa a estas pequeñas startups? ¿Se producirá una simbiosis perfecta?
- **CAPÍTULO 3: Régimen Normativo.** Donde desarrollamos un análisis respecto a la normativa aplicable a las financieras tecnológicas. Por el momento, las autoridades han decidido no crear una ley que las regule de forma específica, hasta tanto el mercado haya adquirido un cierto volumen, de modo de no condicionar su crecimiento. Sin embargo, ello no implica que no haya normas que resulten relevantes para la actividad desarrollada por éstas, existen numerosas regulaciones que les son directamente e indirectamente aplicables.
- **CAPÍTULO 4: Oportunidades y desafíos.** En este capítulo analizamos el contexto y situaciones a las cuales se enfrentan las Fintech actualmente en Argentina. Como tópicos principales abordamos la relación de las Fintech con el Gobierno Nacional, la nueva normalidad en la era Covid-19 y las oportunidades que presenta a las financieras tecnológicas, la exigencia de nuevas modalidades de trabajo y el impacto en el medio ambiente.
- **CAPÍTULO 5: Datos estadísticos respecto a la utilización de Fintech.** Finalmente,

mediante la utilización de encuestas propias, investigamos el conocimiento, percepción, experiencias, utilización e implementación de las financieras tecnológicas en Argentina.

Apartado metodológico

En cuanto a la estrategia metodológica, nuestro trabajo está basado en un enfoque mixto, combinando la investigación del tipo cuantitativa con la cualitativa. Es cuantitativa ya que se busca determinar porcentajes respecto al conocimiento y utilización de las Fintech, proporción de usuarios que utilizan servicios que ofrecen las mismas, promedios de servicios más utilizados, y otros factores susceptibles de medición. Además, incluye un enfoque cualitativo que recoge testimonios acerca de percepciones, experiencias, puntos de vistas y críticas, de usuarios de dichas empresas y del sector bancario tradicional, así como también de expertos del tema, investigadores, etc.

Para la elaboración y desarrollo de la investigación hicimos uso de fuentes secundarias de información, tales como libros, informes, tesis de investigación, leyes, decretos, resoluciones, comunicaciones, conferencias, entrevistas realizadas por terceros; así como también de datos relevados de primera mano mediante encuestas propias elaboradas y distribuidas de manera directa. Los datos mencionados fueron relevados durante el primer semestre de 2020.

Nuestra investigación, es del tipo básica o pura, porque no buscamos resolver problemas prácticos sino aportar nuevos conocimientos para aumentar la teoría existente; descriptiva, ya que busca examinar las principales características sobre las fintech, definirlas, formular hipótesis sobre ellas y su impacto en el desarrollo de las relaciones comerciales en la actualidad; sincrónica o seccional ya que se analiza el impacto en la actualidad del desarrollo de las Fintech en Argentina, considerando la actualidad como un período corto de tiempo; y de diseño no experimental ya que no hay manipulación de las variables, estas se observan y describen tal como se presentan en su ambiente natural, valiéndose de elementos cuantitativos y cualitativos.

Finalizando, creemos que son beneficiarios del presente trabajo de investigación, en primer lugar, los dueños, directivos y personal de las compañías Fintech de Argentina, o extranjeras que presten servicios en el país, ya que proporcionamos información sobre los servicios y características de estas empresas, desafíos a resolver en la implementación de las mismas, percepciones de los consumidores y de aquellos potenciales clientes que no han accedido a las prestaciones de éste tipo de empresas. En segundo lugar, el estudio beneficia a todo usuario -o potencial usuario- interesado en informarse sobre las Financieras Tecnológicas, sus servicios y los beneficios que ofrece su utilización.

Capítulo 1: Conceptualización

¿Qué son las Fintech?

La palabra “FinTech” es un término compuesto que proviene del inglés y que resulta de unir la primera sílaba de las palabras Financiera y Technology (en español, financieras tecnológicas), es decir, son empresas de servicios financieros que utilizan la tecnología para ofrecer productos y servicios de forma más novedosa.

Entonces, “Fintech es un término que alude a la integración de las finanzas y la tecnología, y que se utiliza para denominar a un fenómeno que ha acelerado el ritmo de cambio en el sistema financiero tradicional aportando innovación y un valor diferencial. Las Fintech son startups no financieras que se caracterizan por generar innovación en productos y servicios, donde las nuevas soluciones se realizan con tecnología financiera ágil y flexible, redefiniendo el panorama competitivo del tradicional sector financiero. El uso de nuevas tecnologías busca generar soluciones de valor que transformen cada uno de los segmentos en la industria financiera” (Pollari, 2016).

Como principales características podemos identificar la posibilidad de ofrecer todos sus productos de manera online y sencilla, evitando el desplazamiento de los usuarios; añadir valor a los productos y servicios tradicionales situando al cliente en el centro del negocio con una excelente experiencia de usuario; ofrecer servicios financieros especializados e innovadores con el apoyo de la tecnología, y, sobre todo, personalizados. Además se destacan por su rapidez, agilidad, eficiencia y reducción de costos respecto de servicios actuales; transparencia y desintermediación llegando a sectores sociales menos bancarizados.

En resumen, Fintech significa la unión de tecnología y finanzas con el objetivo de 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.

Origen

“Las primeras Fintech, aún sin esta denominación, tienen su origen en el año 2008, aunque su impulso y desarrollo notable no se produce hasta el año 2010, principalmente en Estados Unidos y el Reino Unido. Proceden de la cultura de la innovación y de las startups creadas desde cero, con una filosofía de romper con los anteriores formatos. Conviven y se desarrollan en un contexto de redes sociales, con una cultura de compartir entre iguales más

que de sumisión a una entidad poderosa como la que representan los bancos” (Igual, 2016). La expansión de las Startups Fintech es global; Alvaro, D y Almendros, A. (2016), mencionan que “éste fenómeno ha sido causado principalmente por dos razones. La primera, asociada a la inestabilidad económica de recesiones, con una gran exposición del sector bancario, donde los organismos reguladores optaron por tener un papel muy activo, inyectando capital, estableciendo límites de actuación, ajustando tipos de interés e, incluso, llegando a intervenir algunos bancos. Y la segunda, debido a que la tecnología permite simplificar procesos y orientar el modelo de negocio al cliente, que cada día demanda más y mejores servicios. La tipología de consumidor y su modelo de compra ha cambiado, disponiendo de más información y canales, demandando un asesoramiento mucho más especializado que poco puede resolver la banca”.

En relación a la primera razón de expansión podemos remontarnos al 2009, momento de la gran crisis producida tras la quiebra de Lehman Brothers, que era el cuarto banco de inversión más grande de Estados Unidos. La caída de este banco fue la señal definitiva de que las hipotecas basura, concedidas a personas sin recursos, las famosas subprime, se habían empaquetado y vendido a fondos de inversores que desconocían el alto riesgo que suponían.

La alarma se produjo con los primeros impagos y siguió con la bajada de los precios de las viviendas, es decir, con el estallido de la burbuja inmobiliaria; por lo que además de sufrir un seísmo económico, había destruido la credibilidad del sistema financiero. Por lo tanto, los bancos dejaron de conceder préstamos y pasaron a aumentar los requisitos necesarios, además les resultaba muy difícil cubrir las necesidades de financiación, tanto a particulares como a empresas.

Sin crédito y sin confianza en la banca, el usuario necesitaba alternativas. A partir de esta situación, un grupo de emprendedores se plantearon poner en marcha una plataforma de Internet donde las personas que tenían dinero podrían prestarlo a sus conciudadanos para sufragar las necesidades más cercanas, evitando a los intermediarios y la especulación.

Por otro lado, el desarrollo de las nuevas tecnologías se convirtieron en la segunda razón de crecimiento, posibilitando el control de las finanzas desde un simple teléfono celular, de manera más rápida, ágil, segura, sencilla y mucho más económica.

Otro punto a tener en cuenta fueron los nuevos hábitos de consumo de los usuarios, como los llamados millennials, aquellos nativos digitales nacidos después de Internet. Las

nuevas generaciones de consumidores y de empresas ya se están acostumbrando y adaptando a trabajar de esta forma, solo era cuestión de tiempo, que este nuevo estilo de hacer y de actuar se traslade al mundo de las finanzas más tradicionales.

A nivel nacional podemos considerar a “la Argentina como la cuna de grandes emprendimientos y como motor para el desarrollo de la innovación, dando lugar a un escenario propicio para el crecimiento de aquellas Fintechs que apunten a diseñar y brindar servicios de alcance regional. Es por ello que las mismas obtuvieron un crecimiento rápido y muy marcado a partir de 2013” (Cámara Argentina de Fintech, 2018, página 13).

Principales líneas de actividad

Las Fintech se encuentran muy desarrolladas digital y tecnológicamente y se especializan en un servicio o producto determinado. Esta especialización hace que se pueda hablar de varias categorías y dentro de cada una, de subcategorías.

Cada empresa se dedica exclusivamente a un servicio muy concreto que da respuesta a una necesidad financiera específica y digital; a diferencia del sistema financiero tradicional, en el que unos pocos bancos monopolizan el mercado brindando todos los productos y servicios.

Actualmente en el país hay 228 empresas mapeadas, por lo que para determinar las áreas de negocio financiero donde más desarrolladas están estas compañías, consideramos el criterio de la Cámara Argentina de Fintech en su informe “Ecosistema Fintech 2018”, donde las subdivide en ocho categorías principales y define los servicios prestados por las mismas.

a. Financiamiento colectivo

Las empresas que la conforman buscan facilitar dinero o crédito a empresas y a individuos particulares, el cual es destinado a financiar un proyecto determinado.

Este tipo de compañías surgieron en el mercado a partir de 2010, por lo que aún son incipientes y se encuentran en crecimiento. Dentro de las destacadas podemos nombrar a: Grupokonstruir, Crowdium, Afluenta e Ideame.

Es la actividad que supone la mayor parte del negocio en la banca tradicional y el sector Fintech, por su parte, propone cuatro productos:

a.1. Crowdfunding. Es la primera alternativa conocida de intermediación bancaria, que se caracteriza por ser un marketplace, es decir, pone en contacto a emprendedores que necesitan financiación con inversores de todo tipo, generalmente, particulares; y todo ello mediante plataformas digitales, de

intercambio, en las que los usuarios solicitantes deben indicar el uso que darán a los fondos para que los prestamistas puedan seleccionar a qué destino desean aplicar su dinero.

a.2. Crowdlending. Es similar a un préstamo tradicional y se lleva a cabo mediante una plataforma, en donde se ofrece al inversor el retorno de la cantidad invertida más el interés aplicado, pero sin intermediarios.

Permite la posibilidad de invertir en pequeños negocios que necesiten un préstamo o en personas físicas con proyectos particulares que necesitan financiarse; dependiendo del riesgo que se quiere asumir.

a.3. Crowdequity. Se basa en que cualquier inversor puede directamente invertir en el capital de una compañía.

a.4. Invoice trading. Anticipo o descuento de pagarés y facturas. Es un método de financiación que nos permite adelantar el cobro de los importes pendientes de pago de nuestros clientes, a través de financiación de inversores.

b. Insurtech

Las empresas que la conforman se caracterizan por poseer plataformas digitales que permiten la comparación y contratación de una variada cartera de seguros. Su propuesta de valor se centra en la conveniencia de adquirir el producto de manera digital, remota y en menor tiempo, con una mejor experiencia de usuario. Las mismas ofrecen servicios diversos que aglomeran perfiles de clientes disímiles, siendo los más desarrollados en el mercado argentino, los seguros automotores.

Su participación dentro del ecosistema argentino es reducida, esto podría relacionarse con que muchas iniciaron sus operaciones entre 2016 y 2018. Como integrantes destacados de esta categoría se encuentran 123Seguro, mecubro S.R.L., Comparaencasa, SnapCar Argentina S.A. e Insurtech S.A.

c. Inversiones

Esta categoría incluye empresas que brindan servicios de inversiones en la Bolsa de Comercio y compraventa de instrumentos financieros, entre otras operaciones financieras. A diferencia de los bancos, estas plataformas digitales simplifican los procesos y, en la mayoría de los casos, ofrecen una mayor variedad de opciones.

Dentro del ecosistema argentino es una categoría pequeña, no solo en términos de participación, sino también en cantidad de trabajadores. Algunas de las principales Fintech

integrantes de esta área de negocio son Bull Market Brokers, Qienna, Invuelto, Quicktrade, InvertirOnline e Invera.

d. Pagos y transferencias

Siendo una de las categorías financieras más desarrolladas y preferidas en Argentina, está conformada por empresas que ofrecen una gran variedad de servicios, entre los que se destaca la billetera virtual: una herramienta de pago digital para enviar y recibir dinero, pagar servicios y realizar compras en comercios y en páginas web, por lo general, mediante teléfono móvil y otros medios digitales. Actualmente existen 21 billeteras digitales, que representan 6,5 millones de CVU's (Clave Virtual Uniforme). Otro de los servicios que ofrecen estas empresas es brindar herramientas que facilitan las transferencias al exterior o que permiten el cobro de ventas realizadas en otros países.

Al utilizar éstas billeteras como medio de pago se busca evitar o reducir el manejo de dinero en efectivo y la utilización de tarjetas plásticas. Esto podría deberse a que por un lado, lleva implícitos altos costos económicos, y por otro, se tratan aspectos como el control, el blanqueo de capitales, la economía sumergida y, en general, para evitar el fraude.

Respecto a los usuarios que utilizan estos servicios podríamos decir que son muy diversos y que se debe principalmente a la coexistencia de compañías de mayor antigüedad con otras que recién comenzaron a operar.

Dentro de las ventajas tecnológicas que encontramos en el uso de métodos de pago móviles podemos mencionar: la sencillez, la simplificación operativa, el tenerlo siempre a mano, la rapidez y la posibilidad de intercambiar dinero con cualquier persona, además ahorro de tiempo y comisiones; pero, sin duda, el más grande de los beneficios es que sus clientes no requieren una cuenta bancaria.

En cuanto al valor que añaden a las empresas se destaca la manera en que facilitan las ventas, hacen más eficiente su control y seguimiento, lanzan recobros automáticos, ejecutan controles previos para evitar devoluciones y generan una imagen de innovación de cara a sus clientes.

No obstante, los retos se centran en la ciberseguridad y la privacidad. Una de las soluciones es lo que se llama "anonimizar", de anonimato; es decir, proteger la privacidad del cliente, de modo que los datos, únicamente se muestren al proveedor del servicio, a la Fintech o el banco, y no al vendedor. Esto se logra, generando un token de seguridad, que es un

resumen modificado de los datos del cliente, permitiendo completar la operación pero sin poner en riesgo su privacidad.

Algunas de las empresas más conocidas de esta categoría se encuentran, Mercado Pago, Ualá, TodoPago, Nubi, SocialPOS, Apperto, Smiletechnologies, VeriTran, Olpays, YaPago, Pagos360, PagosPyme y Mobbex.

e. Blockchain y criptomonedas

La mayoría de las empresas que la conforman ofrece la posibilidad de realizar operaciones de compraventa de monedas digitales así como operaciones basadas en la tecnología Blockchain.

Estas Fintech cuentan con una baja cantidad de empleados y a pesar de ser una de las categorías menos desarrolladas, se destaca por una facturación elevada. Los principales ejemplos son Bitex, Ripio, Koibanx y Satoshiango.

El Blockchain, nació con el Bitcoin, y aunque a veces se considera que estos dos conceptos significan lo mismo, no es así. El segundo es una moneda digital, la más conocida pero no la única, que sólo existe gracias al Blockchain, que es una tecnología que permite efectuar de forma segura cualquier tipo de transacción entre dos o más personas sin la necesidad de intermediarios a través de Internet.

La característica principal de esta área de negocio es que las transacciones son descentralizadas, esto quiere decir que el dinero o los datos no van a un único servidor que posee todo el tráfico de datos o el control del dinero, que es la forma tradicional que conocemos.

Como beneficios que nos ofrece podemos destacar la descentralización, la confianza, la transparencia, la trazabilidad, el ahorro en costes, un menor margen de error y la rapidez de las transacciones, entre otros.

Usos del Blockchain

Además de estar detrás del bitcoin, tiene muchas más posibilidades de utilización, no solo como registro de transacciones con monedas, sino también de datos, documentos, certificados, identidades.

Hasta ahora, si compro una casa, necesito ir al notario y a un órgano estatal, el registro de la propiedad, que son los intermediarios. Con la aparición de Blockchain, podremos prescindir de estos últimos y en lugar de una escritura, simplemente, podremos escribirlo en código, y después, ingresarlo en la cadena de bloques. De este modo, podremos efectuar

transacciones que dejarán un registro comprobatorio del origen de cada activo.

Una venta, una compra, una transferencia es un acuerdo social. Ese acuerdo es el que Blockchain registra y hace el seguimiento posterior y no se puede alterar porque una copia exacta de cada dato está encriptada en cada nodo, en cada uno de los ordenadores de esta red.

En los últimos años comenzó a ponerse en marcha las llamadas Blockchain privadas; en estas pueden variar algunas de sus características, como puede ser el anonimato. Este es el caso de “Ethereum”, su diferencia radica en que no se dedica únicamente a almacenar transacciones de monedas, sino que es una plataforma con un lenguaje de programación propio, que permite diseñar smart contracts, es decir, contratos inteligentes, programados para que se lleven a cabo cuando se cumplan determinadas condiciones, y por tanto, independientes de la voluntad.

Pero también, estas particularidades de las Blockchain privadas, pueden generar incomodidades al ser públicos los acuerdos y las finanzas, y sin olvidar lo complicado de regularlos. Además, surgen dudas sobre posibles usos fraudulentos como blanqueo de capitales o tráfico de armas, porque cada transferencia queda registrada pero no se registra quien la hizo, es decir, dudas por el carácter anónimo.

f. Servicios fintech b2b

Las empresas de esta categoría brindan soluciones a comercios, PYMES y grandes empresas a través de un modelo de ingresos con predominancia software as a service (SaaS).

Los servicios que ofrecen distan mucho entre sí, aunque coinciden, en su mayoría, por brindar a sus usuarios un aumento de productividad. Destacan soluciones como descuento de facturas, pagos a proveedores y sistemas de administración de ventas.

Algunas de las empresas más conocidas son Facturante, Bonadera, Pay per Tic, GeoPagos, Increase, Invoinet, Poincenot, El Callao, Vantek y Machinalis.

g. Seguridad informática

Las empresas que la integran ofrecen soluciones de seguridad para plataformas digitales, protegiendo el acceso a datos personales y otros recursos informáticos a través de servicios como reconocimiento facial o gerenciamiento de identidades a través de múltiples factores de autenticación. Este servicio es crucial en todos los procesos operativos y a lo largo de toda la cadena de valor, ya que las Fintech operan a través de canales digitales.

h. Préstamos

Esta categoría resulta la más desarrollada y está formada por empresas que otorgan préstamos tanto de capital de trabajo como de consumo, por lo que sus ingresos provienen del interés que aplican.

A través de sus plataformas, el tomador del préstamo puede seleccionar el monto requerido y el plazo de devolución deseado, variables que son posteriormente validadas por la compañía. La tasa puede variar según decisión de negocio como aspecto diferenciador o adaptarse utilizando modelos de scoring más eficientes, lo que permite muchas veces una mejor segmentación de los clientes y para casos específicos, la aplicación de tasas personalizadas.

Para realizar un análisis más preciso de las organizaciones pertenecientes a esta categoría, se las dividirá en dos subcategorías: préstamos a personas y préstamos a empresas.

h.1. Préstamos a Personas. Este tipo de préstamos se otorgan a través de plataformas digitales, sin necesidad de que el usuario deba acercarse a un lugar físico para obtenerlos, se concretan en pocos minutos y permiten ampliar el acceso a nuevas fuentes de financiamiento.

Sus modelos de negocio están impulsados bajo la economía colaborativa: peer-to-peer (persona a persona) o marketplace; concepto que profundizaremos más adelante. Para el cálculo de la tasa de interés, se analiza el comportamiento crediticio pasado y la capacidad de repago a partir de la evaluación de la situación financiera de las personas.

Actualmente existen 58 empresas crédito Fintech en Argentina, algunas destacadas son Solven Funding, dinerofull, Agilis, 4Finance, Motormax, Wayni Móvil, Ualá, Moni, deprestamos y Wenance.

h. 2. Préstamos a Pymes. Las empresas de esta subcategoría se centran en brindar soluciones de financiamiento a pequeñas y medianas empresas, que suelen destinar los créditos a la compra de capital de trabajo.

Las referentes son MOON Money Online, Empréstify y Grouit

Capítulo 2: Las fintech y el sistema bancario tradicional

La relación de la Banca y Fintech: del amor al odio

La banca es uno de los negocios más antiguos de la humanidad. Durante miles de años, se dedicó al negocio tradicional de intermediación financiera y venta de seguros. Las Fintech son el acrónimo de la tecnología aplicadas a las finanzas, y lo cierto es que no ha habido una, sino varias, revoluciones “fintechs” en la historia de la banca tradicional.

Se habla de al menos tres grandes oleadas de transformaciones o tecnología irrumptiva: En 1950 nacen las primeras tarjetas de crédito, en 1969 se instalaron los primeros cajeros automáticos en Nueva York y en 1995 aparecieron los primeros sistemas de home banking, que eran aplicaciones que había que instalar en las computadoras. Luego de esto, en 1996 empresas vieron sus negocios amenazados por empresas como “e-trade”, que existían únicamente en el ciberespacio y que ofrecían el mismo producto a una décima parte del costo. En 1998 nace PayPal, uno de los grandes precursores del comercio electrónico, el cual ofrece seguridad en transacciones en línea desde esa época. La última oleada está vinculada a big data, machine learning, blockchain, entre otras.

Durante mucho tiempo, los bancos fueron todo poderosos, sin embargo la época dorada pertenece al pasado. Las empresas fintech están revolucionando el sector. Cada vez más clientes prefieren realizar sus operaciones bancarias de forma digital y las financieras tecnológicas tienen los medios para ello.

La pregunta es por qué el sistema bancario es una industria tan conservadora y por qué es tan difícil innovar. Las tarjetas que usamos actualmente tienen 50 años, y poco han cambiado durante estos años, sin embargo las Fintech están dispuestas a hacerlas evolucionar.

Inclusión financiera

El Grupo Banco Mundial, asociación mundial que trabaja para reducir la pobreza y generar prosperidad compartida en los países en desarrollo, define que la inclusión financiera es, para personas humanas y jurídicas, tener acceso a productos financieros útiles y asequibles que satisfagan sus necesidades -transacciones, pagos, ahorros, crédito y seguro- prestados de manera responsable y sostenible. Es un factor clave para reducir la pobreza e impulsa la prosperidad, por lo que se está convirtiendo en una prioridad para las autoridades, los órganos encargados de las reglamentaciones y los organismos de desarrollo a nivel mundial.

Para medir la inclusión financiera surge el término “bancarización”, segmentando a la población en tres grupos: bancarizados, semibancarizados y no bancarizados. Personas bancarizadas son aquellas que poseen, y utilizan con frecuencia, una cuenta bancaria y tienen acceso a diversos servicios financieros. Por su parte las personas semi -o sub-bancarizadas poseen una cuenta bancaria y tienen la posibilidad de acceder a servicios bancarios, sin embargo administran sus finanzas a través de transacciones en efectivo y entidades extrabancarias. Además dependen del financiamiento alternativo por estar limitados o por no poder acceder totalmente al sistema bancario. Finalmente las no bancarizadas no poseen acceso a una cuenta bancaria, por ende a ningún otro servicio financiero, por lo que también administran sus finanzas a través de transacciones en efectivo y entidades extra bancarias.

Juan Pablo Bruzzo (2019), presidente de la Cámara Argentina de Fintech, define que el 80% de las personas mayores de edad en Argentina son sub bancarizados, es decir, tienen cuenta bancaria pero no tienen acceso a servicios financieros básicos. Por lo tanto, cobran un sueldo, jubilación o subsidio, a través de una cuenta bancaria, y luego lo extraen y administran generalmente en efectivo. Por lo que para Bruzzo, estas personas gastan, invierten y pagan de manera ineficiente -al tener que hacer filas-, no tienen historial crediticio, etc.

Diferencias en la naturaleza de los Bancos y las Fintech

Una de las principales características de las Fintech radica en la mejora de los servicios tradicionales y en la accesibilidad a aquellos que comúnmente no eran accesibles.

Se pueden observar diversas diferencias en la naturaleza de los servicios que ofrecen las Fintech y los ofrecidos por el sistema bancario tradicional, entre esas, se pueden mencionar el caso de los préstamos. Siendo la categoría más desarrollada dentro del ecosistema Fintech, otorgan créditos a personas o empresas a través de plataformas digitales, sin necesidad de que el usuario deba acercarse a un lugar físico para obtenerlos. Estas transacciones se concretan en pocos minutos y permiten ampliar el acceso a nuevas fuentes de financiamiento. Las Financieras Tecnológicas tienen propuestas de valor diferenciales clave: la simplificación del proceso, la instantaneidad de la respuesta para el otorgamiento y el otorgamiento en sí, ya que exigen requisitos distintos a los clásicos, buscando brindar préstamos a personas que, en general, no son sujetas de crédito en el sistema tradicional, ya que por ejemplo, no tienen historial crediticio. Es por eso, que las Fintech utilizan variables más vinculadas al comportamiento del cliente -cuántas veces se conecta a la aplicación del

celular, en qué horarios se conecta, cómo solicitó el préstamo, si tiene faltas de ortografía, entre otras-, es decir, son variables “menos duras” que las tradicionales.

“Esas variables, en su conjunto, permiten predecir quién es un buen pagador, y quién es un mal pagador” manifiesta Juan Pablo Bruzzo (2019). “Las variables no tradicionales son las que permiten predecir la potencialidad de mora, o no, de un cliente, ya que reflejan su comportamiento”. En muchas compañías se trabaja con Machine Learning, un derivado de inteligencia artificial, que tiene en cuenta muchas variables, y con eso intenta ordenar la probabilidad de mora de las distintas personas.

A través de sus plataformas, el tomador puede seleccionar el monto requerido y el plazo de devolución deseado. En lo que respecta a la tasa, puede variar según decisión de negocio como aspecto diferenciador o adaptarse utilizando modelos de scoring más eficientes, lo que permite muchas veces una mejor segmentación de los clientes y para casos específicos, la aplicación de tasas personalizadas, ya que al tener mucha información de los clientes, pueden entender las distintas probabilidades de mora y en eso, ajustar el precio; a diferencia de los bancos tradicionales, que tienen uno o dos segmentos.

El informe “Ecosistema Fintech 2018” emitido por la Cámara Argentina de Fintech (2018) indica que “las Fintech que otorgan créditos identifican que el 50% de sus clientes presenta ingresos de entre 10.000 y 25.000 pesos argentinos, franja que representa al 39% de la población argentina asalariada (considerando monotributistas, autónomos y jubilados). Esto remarca el impacto de las Fintech en términos de inclusión en el sistema financiero, dado que, por sus niveles de ingreso, una porción grande de sus usuarios no podría acceder a tipos de financiamiento en instituciones tradicionales.” En lo que respecta a las empresas, se centran en brindar soluciones de financiamiento a pequeñas y medianas compañías, que suelen destinar los préstamos a la compra de capital de trabajo, debido a que a los bancos les cuesta cada vez más ofrecerle a este segmento de clientes soluciones rápidas y sencillas.

Otra disparidad se centra en el proceso de capitalización y ahorro, ya que la característica principal del banco es que capitaliza los ahorros de sus clientes y, con ese dinero, a nombre propio ofrece préstamos a otros usuarios, es decir hace intermediación financiera; mientras que por su parte, las Fintech, en modelos de negocios como crowdfunding o peer to peer lending no pretenden capitalizar el dinero de las personas, sino que buscan canalizar ahorro hacia la inversión, obteniendo fondos -o financiamiento- en el mercado evitando utilizar su propio capital para otorgar los préstamos, buscando sacar ventaja en el spread, que es la diferencia entre lo que los bancos le pagan a los ahorristas por su dinero y lo que se cobra a

los prestatarios por los préstamos que les efectúa. Ese spread, esa ganancia, se reduce en los modelos Fintech, donde hay desintermediación.

El proceso de toma de decisiones en los bancos es totalmente lento, y más en bancos tradicionales o transnacionales, donde para emitir resoluciones tienen que pasar por toda una estructura jerárquica -que muchas veces no está en el país-, es por ello que se retrasa la implementación de nuevos avances. A diferencia de las fintech, en donde dicho proceso y la velocidad de procesamiento es gigantesca, ya que se toma una decisión en una junta y se aplica.

La fuerza que tienen las Fintech respecto a la banca tradicional, es que pueden evolucionar mucho más rápido, con sofisticación y tecnología, siendo un activo que los bancos no pueden construir.

Martin Naor (2017), CEO de Bankingly, afirma que la industria financiera tiene un problema cultural y de base ya que toda la fuerza la tiene el proveedor y muy poca el cliente, por lo tanto al estar la relación invertida y no ser el cliente el que manda, ya que es el banco quien impone las condiciones, termina siendo uno de los motivos que explica la existencia del mundo Fintech, ya que éstas ofrecen más opciones que el sistema tradicional, suelen estar centradas en las necesidades del cliente y funcionan con costes muy inferiores.

El surgimiento de las financieras tecnológicas importa una gran disputa y cambio cultural en el sistema bancario tradicional. No implica el arribo de un competidor grande y similar a los bancos, sino que es la llegada de cientos de competidores muy pequeños con una cultura muy diferente, porque la inmensa mayoría de los emprendedores fintech no son banqueros, vienen de otros sectores. Están muy enfocados en el usuario, en la transparencia, simplicidad, precios más competitivos, y eso es lo difícil para la banca, ya que no saben cómo competir, siempre han lidiado con los mismos y ahora es una rival diferente.

La revolución Fintech

Martin Naor (2017), CEO de Bankingly, manifiesta que con el inicio de las financieras tecnológicas era mucho más atractiva la cobertura de noticias con titulares que presenten una visión 100% opositora, donde o sobreviven unos, o sobreviven los otros, alguien tiene que morir en el camino. Sin embargo, en el evento Colombia 4.0, Naor (2017) explica que a medida que pasa el tiempo se encuentran tres grandes segmentos, por un lado existen situaciones donde hay una sana competencia y simplemente lo que pasó con fintech fue que “en un mercado donde había players con licencia bancaria, ahora se agregaron más que no

tienen dicha licencia, por ende no se llaman bancos y tratan de competir por ese segmento, siendo la dinámica de cualquier industria”; otras donde el servicio que quiere la Fintech es interesante, pero no es factible -o no tiene sentido- que exista sin un banco que la respalde, por ende el único camino natural es que el banco la incorpore y la haga funcionar; finalmente, queda otro segmento que es cómo pensar “expandir la torta” en conjunto.

Por su parte, Mateu Batle (2019), Co Fundador en Rextie expresa que no cree se vea de forma drástica la relación banca-fintech, sino que se complementan. “La mayoría de las fintech usan servicios de la banca tradicional, por lo que hay mucha complementariedad, ofrecen muchas veces soluciones o servicios que, en algunos casos, también los ofrecen la banca tradicional, pero con algunas características diferentes. En algunos casos es posible que las Fintech, puedan sustituir a otros bancos, pero muchos de ellos ahora están invirtiendo y sacando servicios tecnológicos que se pueden considerar innovadores, soluciones nuevas, que tratan de ofrecer a sus clientes cosas que antes no existían. Cada vez hay mayor integración, hay muchos bancos que invierten o colaboran con Fintech”.

Para Raquel Garcés (2017), socia del Sector Financiero de Strategy&, la consultora estratégica de PwC, “el efecto disruptivo de las Fintech no sólo está impulsando la creación de nuevas alianzas sino que está redefiniendo el modelo de negocio de las entidades financieras tradicionales. Especialmente en lo relativo a la integración de las nuevas tecnologías, a la manera de trabajar, resolver problemas, al establecer relaciones y dirigirse a los clientes”. El 56% de las entidades financieras tradicionales, según el informe, reconocen que están poniendo a la innovación en el centro de su estrategia. “Con este nuevo enfoque, las entidades financieras buscan establecer vínculos más sólidos con los clientes y responder con éxito a sus nuevas demandas”.

Si se analizan los estudios sobre qué está haciendo la banca global en torno a las fintech: el 43% participa en programas de startup para incubar compañías fintech, un 20% están asociadas con las mismas, 7% crearon sus propias financieras tecnológicas, 10% establecieron fondos de riesgo para financiarlas y un 20% las adquirieron.

Las empresas fintech y los bancos podrían estar condenadas a entenderse porque ambas tienen mucho que ofrecer a la otra parte. Unas ofrecen innovación disruptiva, agilidad y eficiencia, las otras: seguridad, experiencia, fondos y clientes.

¿Cómo se empieza a dar esta relación? Francisco González (2020) CEO del BBVA relata que la relación comenzó, en una primera etapa, con inversiones y adquisiciones:

“empezamos en el año 2011 a comprar pequeñas participaciones o compañías en el mundo de las startups, que ya forman parte de nuestro ecosistema. Son opciones que nos enriquecen, y nosotros enriquecemos a esas compañías.”

Es así que se pueden observar ejemplos internacionales como el BBVA que en 2015, en Estados Unidos, compra Simple, un concepto de neobanco. Citibank en el 2016 compra C2FO, una plataforma de préstamos. En España, en 2016, el BBVA compra soluciones para todo lo que es big data “soluciones Madiva” y en 2017, Bankinter compra popcoin como plataforma de inversiones.

La segunda etapa de la relación es la colaboración banca-fintech, dado que para los bancos las fintech representan un aliado en su estrategia de transformación, como manifiesta Hernán Berenguel (2019), Vicepresidente de Estrategia e Innovación en BanBif: “somos conscientes de que no podemos tener respuestas a todas las necesidades de los clientes y que en el mercado hay instituciones, en este caso las financieras tecnológicas, que logran desarrollar mejores soluciones. Tenemos que aprender de ellos, aliarnos de alguna forma, para entregar un mejor valor al cliente”.

Por lo antes expuesto, para el sector bancario el crecimiento de las fintech no resulta una amenaza y sino, por el contrario, una oportunidad para hacer alianzas. La complementación parte de un propósito de integración, aceptación y búsqueda de mejoras para ambas partes, por lo que en la práctica se pueden observar distintos modelos de colaboración:

Existe “**colaboración satélite**” cuando una entidad compra o interviene en una fintech, prácticamente la potencia, pero no la mezcla con la actividad tradicional del banco, por eso se le llama satélite. Como el caso de Simple, un neobanco de Estados Unidos, que continúa de forma independiente, a pesar de que su accionista principal sea el BBVA.

Otra alternativa es el caso de “**fusión**” cuando un banco o institución compra una fintech y la integra directamente, como es el caso de CaixaBank en Catalunya, que compró para hacer su banco digital a Imagin, que era una plataforma digital en España. Hoy Imagin es una marca dentro de CaixaBank.

En el caso de “**canal**” es la alternativa de acuerdo entre un banco con una Fintech, como es el caso de Santander en Reino Unido con Funding Circle, una empresa de lending/préstamos, donde la integración o la colaboración está dada en que Santander tiene la posibilidad, gracias al acuerdo, de que determinados tipos de clientes que no apliquen

para obtener un préstamo en el banco, pueden derivarlos a través de la fintech. En este caso es un modelo de colaboración.

Otro modelo de colaboración, muy difundido en Argentina, es el modelo de “**proveedor**”, donde un banco compra o acuerda una solución de una fintech para integrarla dentro de su tecnología, como si fuese un proveedor tecnológico y como si fuese una marca blanca. En este caso Tink, una empresa de origen alemán que hizo una plataforma para armar APIS de integración, tiene un acuerdo con el ABN-AMRO de Holanda donde le permite usar su tecnología como marca blanca para todo lo que tiene que ver con open banking.

A partir de ahí, se ven ejemplos de modelos de colaboración:

*“BioCredit” en Colombia, es una startup que hace identificación digital biométrica orientada a lo que es el scoring para créditos bajo padrones no convencionales. Hace una calificación crediticia en base a búsquedas en redes sociales. Bio Credit provee ese servicio, como marca blanca, a diferentes entidades bancarias. En Argentina, “Findo”, presta un servicio similar a diversos bancos, ofreciendo una manera de hacer scoring no convencional.

*“Whyline” en Argentina, es una startup rosarina, que diseñó un tótem de turnos a través del celular, que está integrado, por ejemplo, con el Banco Macro.

*“Bitex” en Argentina, es una plataforma de cross border para transferencias internacionales a través de bitcoin, que tiene un acuerdo con el Banco BMV en Salta.

Las relaciones de colaboración se llevan a cabo con diversas estrategias, por ejemplo, a través de eventos o acciones, por lo que surgen los hackatones, desafíos de innovación abierta donde los bancos presentan retos y se convoca a desarrolladores o a fintechs para presentar soluciones, como lo hizo el Banco Galicia en Argentina, el BCI en Chile, el BNB de Bolivia, entre otros. Por su parte, en 2019 el Santander en España sacó el programa “The call”, una iniciativa destinada a financieras tecnológicas para que busquen soluciones en el ecosistema fintech que ayuden a evolucionar el modelo de negocios de las pymes. También es el caso del BBVA, un claro ejemplo de la convergencia entre ambos sectores a través del programa “BBVA Open Talent”, la competencia de ‘startups’ que busca a las empresas Fintech más disruptivas del momento alrededor del mundo, con el objeto de encontrar las soluciones tecnológicas más innovadoras e impulsarlas, trabajando juntos, para transformar el sector financiero.

En el caso de Argentina, el Grupo Bind tiene una iniciativa “Bind Innova” en el que convocan proyectos, productos o soluciones para co-innovar en áreas como ciberseguridad, tecnología regulatoria y seguros, y al ganador se le da la posibilidad de integrar su solución dentro de las necesidades o procesos del banco.

Estas competencias o iniciativas permiten vincular y buscar, a través de la participación y colaboración con el ecosistema fintech, determinado tipo de acciones o iniciativas que sean requerimientos, incluso muchos de ellos de transformación dentro de la misma institución del banco.

Con el desarrollo de las Fintech, surgen los laboratorios de innovación de los bancos, en el que se crea un área -incluso en algunos casos está separada físicamente del banco- con un esquema de trabajo transversal, donde participan todos los sectores de la institución. Están diseñados para optimizar la innovación y fomentar el aprendizaje. Es un espacio físico o digital que permite fluir la creatividad, colaboración y la innovación dentro de una organización; además permite entender las implicaciones de nuevos cambios en la sociedad, tecnología, negocios, etc. Es un campo para trabajo en equipos multidisciplinarios (tanto para personal del banco como para terceros desarrolladores, consultores, fintechs, etc.), que busca comprender necesidades y preferencias de los clientes y crear nuevas soluciones disruptivas.

Finalmente, las Fintech han dejado una lección: los bancos han sentido la necesidad de competir, de mejorar sus servicios, orientados cada vez más hacia el cliente, digitalizarlos, volverlos mucho más flexibles. Por lo tanto, estas nuevas compañías, como competencia han generado un beneficio para los clientes, los bancos están tomando esta experiencia como referencia, al punto de invertir en fintechs, adquirirlas, o simplemente crear sus propios laboratorios de innovación para, de alguna manera, extraer lo mejor de esta veta innovadora que trajeron las mismas al mercado.

Por su parte, las instituciones financieras tradicionales han pasado por un proceso -al igual que los entes reguladores, el sector público y privado- de primero entender qué es el sector Fintech, qué abarca éste ecosistema y cómo podría impactar en sus diferentes aristas.

El sector tradicional se ha visto en la tarea de aprender y ver cómo podría adoptar estas tecnologías en su día a día, es un proceso complicado y es importante destacar que nunca un banco va a poder ser una Fintech, por la carga regulatoria, operativa y demás, y por su parte una Fintech no tiene la capacidad de ser un banco actualmente porque requiere

muchos esquemas de supervisión e inversiones en infraestructura que hoy por hoy el ecosistema emprendedor no está preparado para soportar.

Por consiguiente, las estrategias comerciales de la banca y de las Fintech han cambiado notablemente, a partir del entendimiento de las oportunidades que puede generar una eventual sinergia.

Este proceso que ha pasado el sistema tradicional “del odio al amor”, se ve reflejado en dos declaraciones de Jamie Dimon, CEO de JPMorgan, que en el 2015 expresó: “Silicon Valley viene por nosotros” (Dimon, 2015, como se citó en Marchionni, G. y Carballo, I. E., 2020), como representante de la banca tradicional, refiriéndose a que esas nuevas compañías digitales tienen una manera de trabajar muy distinta a las empresas tradicionales. Compañías ágiles, orientadas totalmente al cliente, con un criterio de innovación mucho más rápido y flexible que la que tiene la banca tradicional. Sin embargo, años más tarde expresó “hay cientos de startups trabajando en diferentes alternativas a la banca tradicional. Son muy buenas a la hora de reducir los puntos de dolor. Nos sentimos cómodos en asociarnos con ellos” (Dimon, 2018, como se citó en Marchionni, G. y Carballo, I. E., 2020).

La transición también se ve reflejada en la Encuesta Global Fintech Argentina realizada por PwC (2019), donde se puede observar la tendencia en el mercado local de colaboración, que reflejan que en 2017 el 50% de los bancos estaban trabajando y colaborando con fintech, mientras que actualmente el 86% de las entidades financieras están asociadas con hasta cinco emprendimientos tecnológicos. A la inversa, el 65% de las fintech declaró estar colaborando con hasta cinco bancos y más de la tercera parte afirmó hacerlo con una cantidad superior. El informe, emitido el último semestre del 2019, también expone que 8 de cada 10 ejecutivos consultados -ya sea que pertenezcan a bancos o fintech- afirman que su organización se relaciona con el otro segmento, y el 75% sostiene que se trata de una relación colaborativa, tendencia que se incrementó especialmente en los últimos dos años.

Puede observarse que, si bien existe un entorno de colaboración, el relacionamiento no se registra entre pares, sino entre clientes y proveedores, en ambos sentidos. Solo el 14% de los bancos dice trabajar en conjunto con fintech y otro 14% invierte en emprendimientos de este segmento. El 72% de los bancos mantiene una relación colaborativa de cliente-proveedor con las fintech, mientras que un 62% de las fintech es proveedor de los bancos.

Más de la mitad de los encuestados -ya sea que pertenezcan a bancos o fintech- destaca que la colaboración se centraliza en las áreas de pagos, y especialmente en la gestión a través de nuevos medios, con soluciones como cuentas digitales o billeteras y pagos por QR, como así también en transferencias de fondos.

Finalmente, es importante destacar que Ignacio Carballo (2020), economista, investigador y director de la cátedra 'Ecosistema Fintech y Digital Banking' de la UCA Buenos Aires, menciona que el ecosistema fintech en Argentina no es representativo del fenómeno global, ya que se empezó tarde y vamos atrás. "La relación de amor todavía es muy frágil, la colaboración entre bancos y fintech acaba de empezar"

Open Banking: hacia un futuro de apertura y convergencia

El sector financiero está inmerso en un proceso de transformación digital, en el cual la convergencia de sus jugadores emerge como tendencia. Como destaca el informe emitido por PwC Argentina (2019), la clave de la convergencia es actualmente la interoperatividad, destacada por el 95% de los entrevistados de bancos y fintech. La tendencia mundial es la implementación del Open Banking, un sistema que permite la integración de los servicios financieros de diferentes proveedores, por lo que el 93% de los ejecutivos cree que este sistema será determinante en los próximos 5 años.

En particular, open banking se propone como un modelo capaz de disponibilizar, organizar y potenciar el increíble volumen de datos y aplicaciones que actualmente robustece la gestión de las finanzas, y al mismo tiempo promueve un movimiento de apertura y convergencia que podría generar nuevos modelos de negocio. Definido como el último modelo de colaboración, trabaja con el concepto de API bank o las APIs. La API es un conjunto de interfaces o protocolos de comunicación que permiten integrar un sistema o plataforma con otra. Existen APIs internas, que se hacen dentro de una organización, y APIs públicas, donde un banco abre su información para que pueda ser accedida por terceros.

En el modelo actual, por un lado, el banco a través de sus APIs privadas se comunica con sus diferentes canales -que pueden ser canales móviles- y se presenta de cara al cliente. Mientras que en el modelo futuro de open banking, el banco, a través de APIs públicas, permitirá que terceras partes -fintechs u otros tipos de empresas- puedan acceder a esa información y sean quienes la canalicen al cliente. De esa manera, el cliente puede ingresar a la información a través de diferentes tipos de canales. Este modelo se basa en el principio

de que las personas son dueñas de sus propios datos, por lo que son quienes pueden decidir cuál es el canal o el acceso por el cual quiere ingresar a conocer su información. Así, con la debida autorización del cliente, las entidades prestadoras de servicios financieros pueden compartir una variedad de datos, habilitando la interoperabilidad con otras empresas del ecosistema, ya sean bancos, fintech, desarrolladores u otros segmentos.

Abriendo sus APIs, el banco pasa a ser una plataforma, por lo que entra en un nuevo nivel de colaboración donde le da un servicio de productos a terceros “banca+fintech”. Hay bancos que ya están trabajando en esa línea, uno de los pioneros en España es el BBVA. Ana Climenti (2020), Directora de transformación digital del BBVA destaca “preferimos que terceros se relacionen con nosotros mediante APIs. Es mucho más limpio, más ágil y seguro para todos, es el punto de arranque de un nuevo ecosistema financiero. Está en manos de todos aprovechar estas oportunidades para crear servicios diferenciales para los clientes, que al final tienen que ser los principales beneficiarios de este nuevo contexto”. Mientras que en Argentina también tenemos el caso del Banco Industrial Blind que empezó hace dos años ofreciendo API.

Con la aparición de Open Banking surge un nuevo negocio para la banca, el concepto de banco como plataforma, en la que los bancos pueden ofrecer determinado tipo de productos a través de terceras partes.

En Argentina la adopción de open banking es un tema en agenda, a partir del diálogo entre el BCRA y las diferentes entidades del mercado local. En este sentido, el regulador nacional viene trabajando para dar soporte a la innovación en la industria y la inclusión financiera. Por ejemplo, desde 2019 existe en nuestro país una Clave Virtual Uniforme (CVU) que permite la interoperabilidad entre una cuenta bancaria y una digital.

Capítulo 3: Régimen Normativo

En un ecosistema que se caracteriza por su dinamismo, lo regulatorio puede transformarse en una barrera para la innovación. Si bien en Argentina se reconoce la importancia que revisten las Fintech a favor de la inclusión financiera y de la expansión del sector financiero en general, las autoridades han decidido por el momento no crear una ley que las regule de forma específica, hasta tanto el mercado haya adquirido un cierto volumen, de modo de no condicionar su crecimiento.

El hecho de no contar con una ley específica que regule al ecosistema Fintech, no implica que no haya normas que resulten relevantes para la actividad desarrollada por éstas.

Existen varias regulaciones que les son directamente aplicables, las más relevantes y recientes son las dos comunicaciones que realizó el BCRA, la Comunicación A6859 dictada el 9 de Enero 2020 y la A6885 dictada el 30 de Enero de 2020, siendo las primeras normas del BCRA dirigidas a regular directamente la actividad de las Fintech, en tanto encuadren dentro de la definición de prestadores de servicios de pago (en adelante PSP). Dichas disposiciones tienen por fin brindar mayor transparencia al sistema, fortalecer la protección de los usuarios e igualar las condiciones con la banca financiera tradicional.

La Comunicación A6859 define a los PSP como personas jurídicas que, sin ser entidades financieras, cumplan al menos una función dentro de un esquema de pago minorista, en el marco global del sistema de pagos, tal como ofrecer cuentas de pago, cuentas de libre disponibilidad ofrecidas a sus clientes para ordenar y/o recibir pagos. Exige a estas personas jurídicas que el 100% de los fondos de los clientes deben encontrarse depositados en todo momento en cuentas a la vista en pesos en entidades financieras del país. Estos saldos acreditados podrán ser transferidos para su aplicación a la realización de operaciones con “fondos comunes de dinero” en el país, debiéndose debitar de la cuenta de pago, e informar los saldos invertidos de manera separada del resto.

Para la realización de transacciones por cuenta propia como pago a proveedores, pago de sueldos, pago de servicios, etc. los PSP deberán utilizar una cuenta a la vista “operativa” (de libre disponibilidad) distinta a la cuenta donde se encuentren depositados los fondos de los clientes.

Los PSP y los miembros de sus órganos de gobierno, administración y fiscalización, por incumplimientos que se constaten respecto de las disposiciones previstas en dicha

comunicación, serán pasibles de la aplicación de sanciones previstas en los artículos 41 y 42 de la Ley N°21.526 Ley de Entidades Financieras, entre las cuales se prevé el llamado de atención, apercibimiento, multas, inhabilitación temporaria o permanente, revocación de la autorización para funcionar; sanciones que quedarán sujetas al análisis de la magnitud, perjuicio, beneficio, responsabilidad patrimonial que haga el BCRA sobre el incumplimiento de los PSP.

La comunicación A6885 refuerza los requisitos que deben cumplir los PSP agregando que estas personas jurídicas deberán cumplimentar la solicitud de inscripción en el “Registro de Proveedores de Servicios de Pago que ofrecen cuentas de pago” de la Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias, dentro de los 30 (treinta) días corridos posteriores al 1.3.2020, fecha en la que se habilitó este registro.

Esta comunicación se divide en cuatro secciones:

Sección 1. Disposiciones generales.

Donde refuerza y amplía el concepto de PSP como personas jurídicas que, sin ser entidades financieras, cumplan al menos una función dentro de un esquema de pago minorista, en el marco global del sistema de pagos. Los pagos minoristas incluyen las transferencias de fondos o pagos de alto y bajo valor, con la excepción de los pagos de entidades financieras entre sí y con el BCRA que son consideradas mayoristas.

Conceptualiza a los esquemas de pago como sistemas de reglas comerciales, técnicas y/o operativas que hacen posible las transferencias de fondos o pagos en los que intervienen tres partes: un ordenante, un receptor, y uno o más PSP.

Un medio de pago puede tener uno o más esquemas de pago alternativos; éstos últimos deben tener un administrador que define estas reglas y es el responsable de su adecuación al marco legal y normativo vigente.

No considera esquemas de pago minoristas a los fines de la regulación a aquellos regulados por la Comisión Nacional de Valores para la colocación primaria y/o negociación secundaria, la compensación y/o liquidación de valores, como así tampoco a los que cuyo objeto sea la retención y/o percepción y liquidación de sumas destinadas a cancelar obligaciones tributarias o de otro orden con el Estado en cualquiera de sus niveles y agencias.

Prohíbe operar como PSP:

- a. Personas jurídicas que no estén regularmente constituidas en el país, o que, habiendo sido constituidas en el extranjero, no hayan dado cumplimiento a lo requerido en la Ley General de Sociedades para el ejercicio habitual de actos comprendidos en su objeto social.
- b. Las personas jurídicas que las normas de la Comisión Nacional de Valores reconozcan expresamente como Mercados, Cámaras Compensadoras, o Agentes de cualquier tipo.
- c. Las personas jurídicas cuyo capital, derechos de voto, órganos de administración o fiscalización estén integrados por personas que se encuentren afectadas por inhabilidades o incompatibilidades establecidas por el artículo 264 Ley 19.550, Inhabilitadas para ejercer cargos públicos, para ser titulares de cuentas corrientes u otras que participen de su naturaleza , inhabilitadas de forma temporaria o permanente para desempeñarse como promotores, fundadores, directores, administradores, miembros de los consejos de vigilancia, síndicos, liquidadores, gerentes, auditores, socios o accionistas de las entidades comprendidas en la ley de entidades financieras y quienes por decisión de autoridad competente hubieran sido declarados responsables de irregularidades en el gobierno y administración de las entidades financieras, o aquellos que registren condena por delitos dolosos contra la propiedad, la administración pública, el orden económico y financiero, o la fe pública; por violación de secretos y de la privacidad, asociación ilícita, o por infracción al artículo 1° inciso b) del Régimen Penal Cambiario.

Se exceptúa de lo dispuesto en el párrafo anterior de este inciso a las participaciones accionarias adquiridas en mercados de valores que no alcancen el umbral del 20% del capital o derechos de voto.

Sección 2. Inscripción.

La inscripción de los PSP en el Registro de Proveedores de Servicios de Pago que ofrecen cuentas de pago deberá realizarse a través de la página de AFIP utilizando la clave fiscal de la persona jurídica que realiza la inscripción, para tramitar usuario y contraseña que le permitirá realizar la inscripción en forma electrónica a través del aplicativo habilitado por el BCRA, adjuntando la documentación e información que detalla la Comunicación, como copia del contrato social o estatuto y de todas sus modificaciones, denominación de la persona jurídica, CUIT, domicilio legal, entre otros datos.

Al finalizar el proceso de solicitud de inscripción en el registro recibirán electrónicamente una confirmación del inicio del trámite. Si de la presentación se detectaren deficiencias, inconsistencias o falta de cumplimiento sobre algunos de los puntos de la norma, estas

serán comunicadas al solicitante dentro de los 10 días hábiles de efectuada la solicitud para su modificación, corrección o agregación.

Tenidos por satisfechos los requisitos, la Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias emitirá un certificado de inscripción y otorgará al solicitante un número en el “Registro de proveedores de servicios de pago que ofrecen cuentas de pago”.

Todo cambio registrado en la información requerida en esta Sección deberá informarse a la SEFyC dentro de los 15 días hábiles de producido a través del aplicativo correspondiente.

Sección 3. Condiciones para funcionar.

Esta sección agrega, a lo dispuesto en la Comunicación A6859, la transparencia que deben cumplir los PSP, estableciendo que la publicidad efectuada a través de cualquier medio y la documentación emitida por los mismos deberá mencionar, de forma clara y expresa, que se limitan a ofrecer servicios de pago y no se encuentran autorizados, por el Banco Central de la República Argentina, a operar como entidades financieras y que los fondos depositados en cuentas de pago no constituyen depósitos en una entidad financiera, ni cuentan con ninguna de las garantías que tales depósitos puedan gozar de acuerdo con la legislación y reglamentación aplicables en materia de depósitos.

Sección 4. Incumplimientos y sanciones.

Los PSP y los miembros de sus órganos de gobierno, administración y fiscalización, por los incumplimientos que se constaten respecto de las normas que dicte el Banco Central de la República Argentina para regular su actividad, serán pasibles de la aplicación de las sanciones conforme a lo previsto en los artículos 41 y 42 de la Ley de Entidades Financieras y disposiciones concordantes, tal como se explicó anteriormente en la Comunicación A6859.

Es importante destacar que la Comunicación A6885 incorporó a los PSP que ofrecen cuentas de pago dentro del listado de servicios complementarios de las entidades financieras, lo que implica que éstas últimas deberán dar cumplimiento a los requisitos mínimos de participación accionaria allí establecidos para invertir en un PSP que ofrezca cuentas de pago.

Si bien las Comunicaciones recién mencionadas son las únicas que regulan en forma directa a las Fintech, también le son aplicables otras reglamentaciones como:

Decreto N°892/2017 que dispone la creación de la Plataforma de Firma Digital Remota, la cual deberá operar utilizando un sistema técnicamente confiable y seguro conforme a los

lineamientos de la Ley 25.506 de Firma Digital y será administrada exclusivamente por el Ministerio de Modernización a través de la Dirección Nacional de Sistemas de Administración y Firma Digital, resguardando contra posibles intrusos y/o usos no autorizados, asegurando la disponibilidad, confiabilidad, confidencialidad y correcto funcionamiento, entre otros.

El **Decreto N°182/2019**, que reglamenta la Ley 25.506, equipara a la firma manuscrita con la digital, siempre y cuando cumpla ciertos requisitos (entre ellos el certificado digital como el más importante) y exceptuando ciertos casos.

La **Ley N°27.506** de Promoción de la Economía del Conocimiento que establece beneficios impositivos para la industria tecnológica en Argentina como estabilidad fiscal, descuentos en contribuciones patronales, incentivos adicionales, alícuota reducida en impuesto a las ganancias, no serán sujetos pasibles de retenciones ni percepciones del impuesto al valor agregado, entre otros.

Cabe destacar las Comunicaciones emitidas por el Banco Central, entre ellas, la A6510 que dispone la creación de la CVU (Clave Virtual Uniforme), con un formato compatible con la CBU, para identificar a las cuentas virtuales y la trazabilidad de transferencias de fondos que se realicen entre cuentas a la vista cuando, como mínimo, una de ellas pertenezca a una empresa proveedora de servicios de pago, facilitando la interoperabilidad. Por su parte, la **A6425** regula el Código QR (Código de respuesta rápida), la **A5982**, la Plataforma de Pagos Móviles y la **A6578**, la emisión, negociación y liquidación de cheques electrónicos (e-cheq).

La **Ley de Defensa del Consumidor (N°24.240)** referida a la relación con los usuarios y la **Ley de Protección de Datos Personales (N°25.326)** que regula el tratamiento de los datos personales de los mismos.

La Resolución 2/12 de la Unidad de Información Financiera, para el caso que se trate de operadoras de tarjetas de crédito o de compra, y las regulaciones del texto ordenado del BCRA sobre los Requisitos Mínimos de Gestión, Implementación y Control de los Riesgos Relacionados con la Tecnología Informática, que contiene los requerimientos de seguridad aplicables a las operaciones, mediante canales electrónicos que deberán ser consideradas por las Fintech cuando se interconectan con las entidades financieras, entre otras.

Argentina como mencionamos anteriormente decidió no intervenir dictando una ley especial destinada a regular el mercado de las Fintech hasta constatar cuál es la evolución y

el real impacto de esta industria. Así, la autoridad monetaria creó la Mesa de Innovación Financiera, un espacio de trabajo de colaboración público-privado, integrado por especialistas del Banco Central, empresas Fintech, bancos, emprendedores y otros organismos, en el que se desarrollan herramientas y soluciones para lograr una mayor inclusión y un sistema financiero eficiente.

Un ejemplo de un país más avanzado en la regulación y promoción de la industria Fintech es México, donde en Marzo de 2018 se firmó la Ley Fintech, primer antecedente legal en Latinoamérica referido directamente a este sector, hecho que motivó que las compañías de tecnología financiera y blockchain crecieran más del 90% en tan solo dos años y que hoy se posicionen como uno de los líderes latinoamericanos en volumen de transacciones junto con Brasil.

Capítulo 4: Oportunidades y desafíos

Desafíos de la actualidad: Relación de las Fintech con el Gobierno Nacional

Son muchos los desafíos a los que se enfrenta el desarrollo del ecosistema Fintech en nuestro país, uno de ellos es la gran tensión que aparenta haber entre éstas empresas y el Gobierno Nacional. Diversas decisiones políticas, que se han hecho públicas en el primer semestre del año 2020, reflejan las trabas que -directa o indirectamente- pone el Estado al progreso de éstas firmas.

Entre los ejemplos más recientes, se encuentra el caso del Ingreso Familiar de Emergencia, bono que buscó paliar el impacto de la emergencia sanitaria sobre la economía de las familias argentinas más afectadas, en el que fue llamativa la decisión de dejar afuera a último momento, y sin dar explicaciones, a las billeteras digitales, algo que sí había sido contemplado en su plan original. Como menciona el Diario Infobae¹, la intención original del Gobierno era que el pago de los \$10.000 se realizara a través de todas las opciones posibles, incluyendo canales electrónicos, por lo que Anses había elegido a Mercado Pago, Ualá y Plus Pagos. Sin embargo, sí se incluyeron dentro de las opciones para recibir el beneficio, bancos 100% digitales, como fue el caso de Wilobank y Brubank.

Por otro lado, en marzo de 2020, el Gobierno tomó otra decisión que afectó al sector Fintech en general. El ministerio de Trabajo derogó la posibilidad de que se puedan pagar salarios a través de billeteras electrónicas, que estaba vigente desde abril de 2018. En su momento, la Cámara Argentina de Fintech manifestó su rechazo a la medida y destacó que se enteraron a través del Boletín Oficial, “esto nos ha sorprendido, dado que desde el primer día nos hemos puesto a disposición de las autoridades pertinentes para compartir las mejores experiencias en pos de la inclusión financiera”.

La explicación que se dio fue que “los fondos acreditados en estas cuentas virtuales no cuentan con el seguro de garantía de los depósitos, al revés de lo que sucede con las cuentas bancarias.”, por lo que la Cámara refutó manifestando que “la resolución parece desconocer las comunicaciones previas del Banco Central de la República Argentina por las cuales las billeteras digitales pasaron a ser reguladas. Esta medida estableció condiciones de encaje y liquidez para resguardar y proteger el dinero de los usuarios, por lo que la consideramos

¹ Wende, P. (15 de abril de 2020). Sigue la tensión entre el Gobierno y Mercado Libre: dejaron afuera a las billeteras digitales del pago del Bono de Anses. *Infobae*. <https://www.infobae.com/economia/2020/04/15/sigue-la-tension-entre-el-gobierno-y-mercado-libre-dejaron-afuera-a-la-billeteras-digitales-del-pago-del-bono-de-anses/>

positiva para romper con el mito respecto a que las fintech realizan intermediación financiera” (...) “La rápida adopción de las billeteras virtuales es el resultado de una decisión racional y voluntaria de los usuarios, que priorizan la rapidez y eficiencia de un sistema extendido en el resto del mundo. La reciente resolución afecta el derecho de los trabajadores de elegir dónde cobrar sus haberes y va en contra de la competencia en el segmento de pagos de salarios”.

Oswaldo Giménez (2020), vicepresidente ejecutivo de Mercado Pago, en una entrevista con el Diario Infobae², cuestionó: “Nos sorprendió que el ministerio de Trabajo diera marcha atrás con esto. A nosotros nunca se nos avisó de esta decisión. La opción de cobrar el salario a través de las fintech ofrece una mayor competencia. Esta medida es un paso atrás”. Por su parte, Pierpaolo Barbieri (2020), fundador de Ualá, constantemente repudia cada una de éstas decisiones a través de su cuenta de Twitter, donde se expresa a favor de la inclusión financiera y la competencia con los bancos, rechazando las políticas que excluyen a las Fintech ya que “dejan afuera a más de 10 millones de personas/cuentas”.

Nueva normalidad: oportunidades para el sector Fintech

La epidemia de COVID-19, declarada por la OMS como emergencia de salud pública de preocupación internacional el 30 de enero de 2020, ha provocado que resulte primordial mantener contacto mínimo con las personas y realizar operaciones a distancia, por lo que las finanzas digitales y aquellas soluciones provistas por las empresas fintech resultaron instrumentales durante la pandemia. Alternativas como los links de pago, las billeteras virtuales y los pagos con QR en plataformas virtuales, demostraron la posibilidad de reducir el intercambio de efectivo entre personas, y la circulación de éstas.

Si tuviéramos que hacer un análisis sobre los principales afectados por la cuarentena, a priori las fintech no son las más perjudicadas, ya que su ADN es digital, no tienen oficinas donde reciben clientes y su operatoria diaria es sencillamente realizable a distancia. Es por ello que desde el punto de vista estratégico, para estas compañías no ha habido un gran cambio.

Juan Pablo Bruzzo (2020), Fundador de la Cámara Argentina de Fintech, considera que los modelos de negocios de la industria se verán consolidados post pandemia, ya que esta crisis aceleró la adopción de todas las soluciones tecnológicas, viéndose beneficiados

² Blanco Gómez, D. (14 de Marzo de 2020). Guerra entre Mercado Libre y los bancos: la empresa de Marcos Galperin acusa al gobierno de beneficiar a las entidades financieras. Infobae. <https://www.infobae.com/economia/2020/03/14/guerra-entre-mercado-libre-y-los-bancos-la-empresa-de-marcos-galperin-acusa-al-gobierno-de-beneficiar-a-las-entidades-financieras/>

principalmente los servicios de pagos digitales y de préstamos; es decir que aquellos planes que proyectaban las compañías no se modificaron, sino que se aceleraron. Es por esto que resulta interesante analizar cuál es el impacto del virus Covid-19 en el ecosistema fintech y cuál será su papel en la “nueva normalidad”.

Pese a la incertidumbre sanitaria, económica y política, las previsiones de crecimiento de las fintech en la región siguen siendo muy positivas. Desde el punto de vista de las ‘Soluciones B2C’, entre las áreas que más sintieron el impacto fueron las de préstamos directos para consumidores, y especialmente los destinados a PyMEs y los servicios de banca digital (neobanks).

Por su parte, las ‘Soluciones B2B’, es decir aquellas tecnologías y soluciones que son utilizadas por los actores tradicionales de la industria como los bancos o microfinancieras, también se vieron necesitados de adoptar con mayor rapidez prestaciones digitales para relacionarse con sus clientes, mejorar la eficiencia operativa de la entidad y atraer a nuevos usuarios, ya que al estar cerradas las sucursales o estar trabajando éstas a un bajo rendimiento, deben apalancarse en las tecnologías y en la digitalización del proceso para ofrecer soluciones de onboarding completamente digital. Motivo que aceleró la transformación de la industria y generó que proyectos que tenían un horizonte de ejecución de 2 a 5 años se agilicen y se pongan en marcha en dos o tres meses.

Este escenario también precipitó los procesos de colaboración entre la banca y las fintech, anteriormente mencionados. Muchos bancos tenían sus proyectos ambiciosos de transformación digital, que se llevaban desde adentro de las entidades financieras con horizontes a mediano y largo plazo, y ahí entraban en juego las cooperaciones con las fintech, sin embargo se generó una necesidad en la que se demandan resultados inmediatos, por lo que se deja de hablar de proyectos a implementar en meses o años, y se comienza a hablar de transformaciones semanales, que requieren la ayuda de las fintech para resolver problemas actuales.

“El efecto del COVID-19 como fenómeno sanitario global y las medidas restrictivas que le siguieron causan múltiples efectos que todavía no están medidos. En lo financiero, en la Argentina hay algunas tendencias muy claras entre los usuarios, como un aumento en el uso de las herramientas digitales”, explicó un informe sobre banca digital de Comscore (2020), empresa especializada en medición de audiencias digitales, con datos de abril y mayo del corriente año. De hecho, en el país ya más de la mitad de los habitantes tiene acceso a sitios bancarios. Comscore destaca algunos casos particulares, como el de ‘Pagomiscuentas’, la

plataforma de cobro de servicios e impuestos que entre enero y abril creció un 234% en el público de 18 a 34 y un 122% en los mayores de 35. Otro caso especial es el del Banco Provincia, que acumuló 2,5 millones de usuarios nuevos con el relanzamiento de Cuenta DNI, su billetera electrónica empleada para el cobro del Ingreso Familiar de Emergencia de Anses por más de 600.000 personas. Por su parte el uso de Ualá, Brubank y Rebanking aumentó hasta un 200% entre febrero y abril de este año.

Desde que comenzó el aislamiento en Argentina, según indican desde la Cámara Argentina de Comercio Electrónico, las ventas por internet aumentaron un 84%, un crecimiento del 38% en órdenes de compra y un 71% en unidades vendidas. Según BNAméricas, incrementó exponencialmente el número de personas que debutaron en la compra online (90% de ellos son adultos). Este impacto también lo manifiesta Gastón Irigoyen, Director General Ejecutivo de Naranja X, ya que se percibió un desarrollo de más del 90% en las transferencias entre personas, por lo que en pocos meses la plataforma incorporó 200.000 cuentas.

De esta forma, el boom del e-commerce es la respuesta esperable a las medidas de aislamiento social, preventivo y obligatorio que en mayor o menor medida rige en todas las provincias del país. Pero tal vez, esta tendencia en aumento, también sea el comienzo del triunfo definitivo de la economía de los datos, de las compras y servicios online. Las perspectivas para el futuro son positivas, se seguirá hablando de crecimiento, tal vez no en cifras absolutas de números de compañías fintech, como se venía analizando hasta el momento para medir el grado de madurez del ecosistema, pero sí se verá un desarrollo en la adopción de las soluciones, y una consolidación de las mismas. Aquellas fintech que sean capaces de acceder a capital para seguir financiando su aumento serán las que salgan beneficiadas de la crisis, y a la vez, las que tengan propuestas de valor, soluciones y equipos potentes, pero que no son capaces de financiarse lo suficientemente bien como para navegar y sostener el crecimiento, pueden llegar a ser adquiridas por actores más poderosos. También van a tomar un rol importante las “fintech” extranjeras, multilatinas o incluso multinacionales, que ya se estaban expandiendo a nivel regional antes de la pandemia, como es el caso de ‘Stripe’, ‘Mercado Libre’ o ‘New Bank’. La crisis seguramente acelere las oportunidades para actores de esta talla, que están bien financiados, para agilizar su posición ya sea a través de la incorporación directa de nuevos clientes o adquiriendo competidores que no son capaces de financiarse de la misma forma.

Por el lado del análisis sobre el rol que ocuparán las compañías durante y post pandemia, Mariano Biocca (2020), de la Cámara Argentina de Fintech explica que frente a la situación que ha generado el Covid-19, la Industria Fintech ha trabajado brindando propuestas en tres ámbitos, que son Pagos Digitales, Crédito y Asistencia Digital.

Entendiendo la gran capilaridad y masividad que pueden generar las billeteras virtuales, con onboardings totalmente digitales, gratuitas y ofreciendo una cantidad muy grande de servicios, la primera propuesta que la Cámara presentó al Gobierno Nacional fue un proyecto para homologar éstas billeteras para que los beneficiarios del Ingreso Familiar de Emergencia puedan cobrarlo a través de las mismas, a pesar de que, como se mencionó anteriormente, no se le dio continuidad a la propuesta.

Por otra parte, en el marco de masificación de las billeteras digitales, desde la Cámara se busca promover la interoperabilidad total entre éstas y los bancos tradicionales, esto se debe a que existen de diversos tamaños, muchas de ellas tienen código QR y otras tantas no, por lo que se quiere fomentar que cualquier persona con cualquier billetera o home banking pueda pagar al comercio que desee, es decir, generar un movimiento libre de dinero.

En lo que respecta a los préstamos, desde la Cámara se busca generar una Red Nacional de Agentes de Crédito que permita que, una vez que se empiece a salir de la crisis sanitaria y arranque el proceso de reactivación económica, el Estado pueda canalizar dinero usando la tecnología fintech para hacerlo llegar. Los beneficios que ofrecen estos canales son la masividad, inmediatez y eficiencia, además de los motores de decisión ya probados de manera privada por estas compañías, lo que permitirá hacer llegar los créditos de acuerdo a los parámetros que establezca el gobierno.

Finalmente, en el pilar de la Asistencia Digital, junto con el Ministerio de Desarrollo Productivo, se generó un portal online donde todas las empresas argentinas pueden publicar sus servicios, basados en cuatro pilares: Pagar y Cobrar Digitalmente, Vender y Distribuir, Trabajo a Distancia y Capacitación, con el objeto de que las PyMEs, que estén atravesando un proceso de digitalización, puedan acceder fácilmente a los distintos servicios ofrecidos por compañías tecnológicas para facilitar la digitalización de su transacción.

Es importante destacar que la crisis sanitaria desembocará en una crisis económica que tendrá efectos duraderos en la sociedad, por lo que hará crecer aún más la exclusión financiera, por lo que es fundamental que la inclusión financiera, que caracteriza al

ecosistema fintech desde sus inicios, siga estando en la agenda en el proceso de innovación, tanto de éstas entidades, como en el sector público y privado.

Lo cierto es que si bien aún no tenemos certezas acerca de cómo será nuestra vida frente a “la nueva normalidad”, no quedan dudas de que el e-commerce saldrá fortalecido de esta situación, ya que las personas cambiaron sus hábitos de consumo y las empresas realmente revalorizaron la fidelidad y los gustos de sus clientes a través de cientos de plataformas y herramientas online. El usuario tuvo que perderle el miedo a las operaciones en línea, por necesidad y obligación, más que por elección. El Covid-19 empujó a que los negocios adopten estrategias de comercialización de la mano de la tecnología. Se tuvieron que aggiornar rápidamente para no quedar fuera del mercado.

En conclusión, la pandemia ha provocado que los servicios financieros a distancia tengan más demanda, al grado de que algunas plataformas han crecido en estos meses de la emergencia lo que tenían proyectado crecer en cinco años, es por ello que ante esta oportunidad, Yuval Noah Harari (2020) menciona que “la crisis mundial del Covid-19 está generando un Fast-Forward en procesos tecnológicos. El mayor riesgo en este contexto es no innovar”. Desde nuestro punto de vista, la crisis sanitaria claramente aceleró muchas tendencias fintech, alimentó los puntos a favor de la inversión en el sector a largo plazo y aumentó sus curvas de crecimiento. Esto es particularmente interesante ya que, a nuestro criterio, todavía estamos en las primeras etapas de disrupción del sector fintech y de la oportunidad de inversión que representa.

Las Fintech exigen nuevos métodos de trabajo

Es pronto para saber si la repercusión de las fintech es positiva o negativa con respecto a la digitalización del mercado de trabajo y en general, sobre las personas. A priori, toda esta revolución tecnológica es buena para los consumidores y para la sociedad en general, pero desigual para los empleados de los bancos que están viendo en riesgo su trabajo.

La transformación digital no consiste únicamente en la incorporación de tecnologías a procesos, sino en un cambio de mentalidad, un modo diferente de entender los servicios que tienen como fin la mejora de la productividad y la competitividad y ofrecer valor con la adecuada incorporación y uso de tecnologías.

El sector tradicional se contrae y está perdiendo empleos, pero también es cierto que se están creando nuevos puestos en sectores como las propias fintech y todo lo relacionado con la tecnología. La revolución digital requiere un perfil profesional diferente. Es el

momento del talento digital y financiero, y esto se consigue con aprendizaje. Los profesionales del sector financiero buscan cursos de tecnología financiera y digitalización para defenderse de la competencia y adaptarse a estas novedades. Las escuelas de negocios y plataformas formativas han entendido esta necesidad y están innovando y proporcionando recursos para que los trabajadores mejoren sus habilidades y puedan mantenerse en la vanguardia. La formación continua a bajo costo, hoy resulta más accesible gracias a Internet.

Impacto de las Fintech en el medio ambiente.

El impacto generado por compañías Fintech en el medioambiente no puede ser determinado con certeza ya que la información sobre el tema es escasa y poco contundente; pero al tener una base tecnológica apoyada en procesos en línea con limitado o nulo uso de papel, podríamos decir que generan una huella de carbono mucho menor que un banco tradicional. Sin embargo, su base de operaciones digitales requiere de la utilización de computadoras y servidores de alto consumo eléctrico, cuya demanda no necesariamente es suplida por matrices energéticas limpias o de fuentes renovables. Sumado a esto, las empresas tecnológico-intensivas tienden a ser directa e indirectamente grandes consumidoras de insumos de base mineral no siempre extraídos de manera sostenible. Por ejemplo, en el caso del uso de criptomonedas, el proceso de validación de las transacciones implica un alto costo energético.

Otra arista usualmente contemplada es la de las Fintech como canalizadoras de financiamiento de actividades amigables con el medioambiente, ya sea a través de proyectos específicos o mediante el otorgamiento de créditos verdes en nichos comúnmente desatendidos por el sistema financiero tradicional.

Impacto ambiental de las Fintech Argentinas

En el ecosistema Fintech argentino, la mayoría de las empresas no miden el impacto ambiental generado a causa de su cadena de valor y sus productos; tampoco cuentan con políticas explícitas que promuevan el cuidado del medioambiente entre sus empleados y en sus espacios de trabajo. Sin embargo, existen algunas que sí implementan políticas de reducción de este impacto o iniciativas sustentables.

Entre ellas encontramos “Increase”, cuya plataforma online facilita la administración de ventas realizadas a través de tarjetas de crédito, que fue la primera Fintech argentina en obtener la certificación B Corp., provista por la ONG estadounidense B Lab. La obtuvo

luego de una rigurosa evaluación sobre el impacto que su actividad genera en sus trabajadores, clientes, en la comunidad en general y en el medioambiente; logrando así posicionarse como una compañía con conciencia ambiental, alineando su estrategia de negocios al cuidado del medio ambiente, logrando beneficios y generando el menor impacto posible. Estas empresas llamadas “B Corporations” cumplen con los más altos estándares de desempeño social y ambiental verificado, transparencia pública y responsabilidad legal.

Otro caso es el de “123Seguro”, el mayor bróker de seguros online de Argentina que si bien no ha definido políticas explícitas, implementa acciones sustentables. Dentro de estas podemos nombrar que cuando un cliente ingresa a su sitio web y contrata un seguro, las aseguradoras imprimen y envían las pólizas a esta Fintech; sin embargo, al operar a través de canales digitales, la organización las reenvía a sus clientes por e-mail y, para no desperdiciar el papel generado en la primera etapa del proceso, lo donan al Hospital Garrahan para su reciclaje.

Respecto de aquellas fintech que ofrecen productos verdes, “Afluenta” planea implementar una línea de crédito en el corto plazo destinado a individuos y pequeñas empresas con el objeto de financiar la compra de equipamiento de energía renovable o electrodomésticos energéticamente eficientes. Tiene como principal objetivo, mejorar la economía de hogares y la competitividad de PyMEs, optimizando costos energéticos y otras medidas que contribuyan al cuidado del medioambiente.

Los ejemplos antes mencionados dan cuenta de vías alternativas por las que las fintech locales influyen de manera positiva en el medioambiente, resultando imperativo generar conciencia dentro del ecosistema sobre la importancia de medir el impacto y sobre su potencial como canalizadores de proyectos que contribuyan al cuidado del ambiente en el que se desempeñan.

Motivos para comenzar a medir el impacto ambiental

A pesar de que la mayoría de las Fintech no mide este efecto ni las consecuencias potenciales del cambio climático sobre su actividad, la implementación de políticas específicas podría ofrecerles beneficios adicionales. Entre ellos podemos distinguir el acceso al financiamiento de fondos de impacto, en los que la rentabilidad de una empresa no es ni el único ni el principal indicador por el cual sus inversores determinan dónde destinar sus fondos, también consideran sus políticas sociales y medioambientales. Por lo

tanto, un impacto positivo comprobable y medible podría servir como canal para la obtención de fondos adicionales a los que de otra forma no accederían.

La generación de conciencia entre líderes y empleados es el primer paso hacia el diseño de políticas que tengan como objetivo reducir el impacto, siendo la clave para lograrlo, contar con los procedimientos adecuados para identificar, medir y monitorearlo. Para ello, existen diversas metodologías que analizan los resultados de la digitalización de los procesos en materia medioambiental; una es la mencionada certificación B Corp, de prestigio internacional, la que exige a las compañías cumplir una serie de requisitos que involucran tanto el modelo de negocios como la cultura empresarial e incluyen una evaluación exhaustiva de la operación de la empresa, así como la documentación del modelo de impacto.

Otra de las opciones, es el método de la huella de carbono, que permite medir los gases del efecto invernadero emitidos por un individuo o una organización. El cálculo consiste en recopilar datos referentes a los consumos directos e indirectos de insumos materiales (ej. papel, viajes, energía, etc.) y traducirlos en emisiones de CO₂ equivalentes; de esta manera las fintech pueden evaluar fácilmente su uso de papel y su consumo eléctrico, siendo un indicador muy sencillo de implementar.

Como ejemplo podemos mencionar a Mercado Libre, que a pesar de no ser considerada una fintech, sus productos Mercado Pago y Mercado Crédito sí lo son. Esta empresa, una vez al año, elabora un informe de sustentabilidad detallando las implementaciones y los rendimientos obtenidos. Su estrategia se fundamenta en tres principios: diseñar y construir sus oficinas de forma sustentable, certificando las instalaciones a través del sistema LEED Core & Shell; focalizarse en la utilización eficiente de los recursos energéticos a partir de procesos y operaciones que minimicen su impacto ambiental; y por último, realizar mediciones de su huella de carbono para tomar acciones en base al rendimiento obtenido.

Capítulo 5: Datos estadísticos respecto a la utilización de las Fintech

A los fines de la investigación, realizamos una encuesta distribuida aleatoriamente con el objeto de relevar información respecto al conocimiento y utilización de las Fintech en Argentina. La misma se diseñó considerando preguntas cualitativas y cuantitativas, la mayoría de ellas con múltiple opción, con el fin de entender el conocimiento e implementación del ecosistema Fintech en el ámbito financiero a nivel nacional, el rango etario y las áreas económicas que mayormente manejan dichos servicios, cuáles son las más utilizadas, la experiencia y opinión personal de cada usuario, la preferencia de los consumidores a la hora de realizar pagos y las motivaciones al momento de elegir este tipo de herramientas.

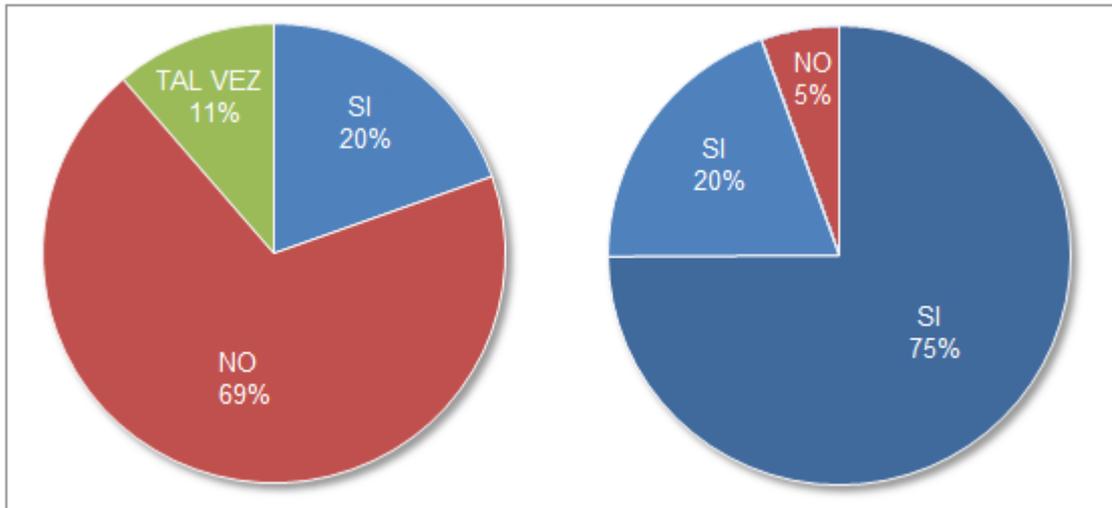
En lo que respecta particularmente a comerciantes y profesionales independientes, analizamos su utilización como medios de cobro, si les resulta conveniente en lugar de otros sistemas bancarios, y las motivaciones, experiencias y dificultades a la hora de elegirlos.

Resultados

A raíz de la encuesta realizada obtuvimos alrededor de 350 respuestas. Entre los encuestados, la mayor parte fueron aquellos comprendidos en el grupo de 18 a 30 años representando el 35% del total, el siguiente 25% representa al grupo etario que comprende desde los 31 a 45 años, para luego dar lugar a los incluidos entre los 46 a 60 (22%), menos de 18 años (11%) y el último 7% correspondiente a los mayores de 60 años.

Frente a la pregunta si el encuestado conocía lo que son las Fintech sólo el 20% respondió afirmativamente, el 11% respondió dubitativamente “tal vez”, mientras que el 69% restante contestó de manera negativa. No obstante, luego de proporcionarles la definición, junto con ejemplificaciones de empresas que operan actualmente en Argentina, el 93% de aquellas personas que contestaron “no” o “tal vez”, ante la repregunta, finalmente manifestaron sí conocer las fintech, lo que refleja que si bien identifican a estas compañías, no las reconocen bajo este término.

Gráfico N° 1.



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta realizada, 2020

El gráfico de la izquierda representa las respuestas de los encuestados ante la pregunta inicial respecto a si conocían las empresas fintech, contestación que se vio rotundamente revertida ante la repregunta luego de proporcionarles la definición y ejemplificaciones.

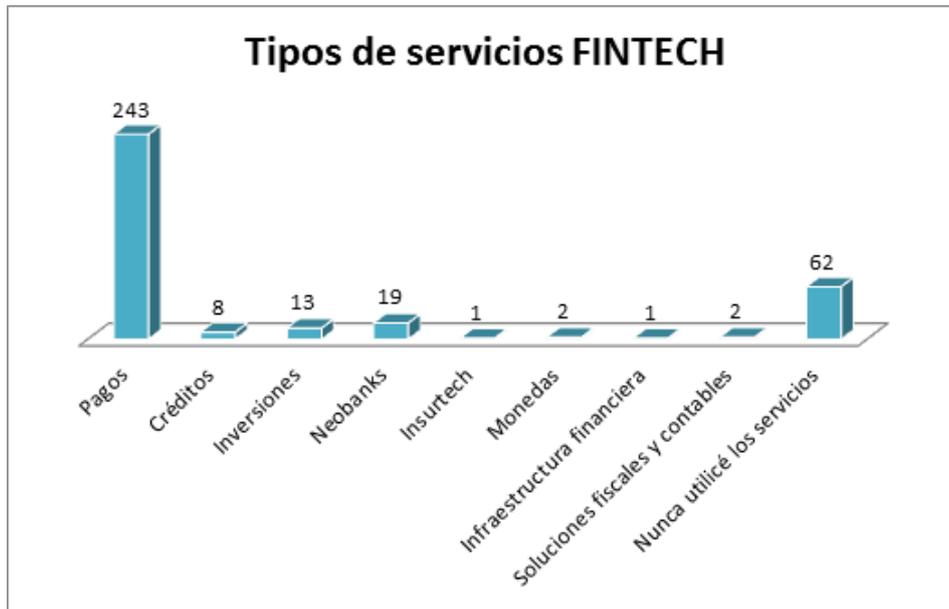
En lo que respecta a las personas que respondieron que no reconocían dicho término, ni siquiera luego de su definición, el 39% correspondía a los comprendidos entre los 46 y 60 años de edad, el 22% a aquellos entre 31 y 45, seguidos en iguales proporciones (17%) por aquellos entre 18 y 30 años y más de 60 años, y por último los menores de 18 años (6%). A pesar de desconocer a las financieras tecnológicas, la mayoría expresó que posiblemente utilizarían este tipo de servicios.

En base a los resultados obtenidos por la encuesta realizada, podemos afirmar que quienes mejor están al tanto de estas herramientas son las personas entre los 18 y 30 años y, como era de esperar, los menos informados son los mayores de 60 años. A pesar de quedar en último lugar, el porcentaje de adultos mayores que conoce las Fintech es alto, siendo el 86% de los mismos.

De aquellos que aseveran conocerlas, el 80% las utiliza, siendo mayormente personas de 31 a 45 años, para luego dar lugar a aquellas de 18 a 30, 46 a 60, menores de 18 y mayores de 60. Podemos asociar estos resultados con la independencia económica y financiera que lleva aparejada cada rango etario en conjunto con la facilidad en el manejo de nuevas tecnologías de las personas más jóvenes y su adaptabilidad a los cambios.

El siguiente gráfico refleja los servicios Fintech más utilizados por nuestros encuestados:

Gráfico N° 2.



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta realizada, 2020

Podemos observar notablemente que el más empleado es el de Pagos, con aplicaciones tales como Mercado pago, Ualá, Ripio, Epagos, entre otras tantas más.

Inferimos que esta situación se da debido a que las Fintech de pagos y remesas son las segundas con mayor cantidad de empresas operando en Argentina, precedidas por aquellas que ofrecen créditos, según lo establece el Informe Ecosistema Fintech Argentino (Cámara Argentina de Fintech, BID y Accenture, 2018). Asimismo, los encuestados alegaron que principalmente utilizan esta herramienta por su facilidad de uso, la publicidad, para no manejar efectivo por seguridad y por los descuentos que la misma ofrece. En algunos casos, como por ejemplo compras online o debido a la pandemia que actualmente estamos transitando, fue la única opción viable que tuvieron. Sorprende que, a pesar de ser el servicio más utilizado, sólo el 29% de los usuarios encuestados afirmaron utilizar las herramientas de rendimiento del dinero depositado que dichas aplicaciones ofrecen, lo que nos lleva a afirmar que no utilizan el potencial total de las mismas.

Ninguno de los demás servicios es tan utilizado como el de pagos, pero a los fines de establecer un orden de importancia le siguieron los Neobanks, luego aquellas en las cuales se pueden realizar inversiones y por último, las que ofrecen créditos, teniendo muy poca relevancia el resto. Otras de las razones por las cuales utilizan estos medios se debe a que no tienen muchos requisitos para abrir una cuenta, también la utilidad frente a la

imposibilidad de usar o poseer otros medios, la menor burocracia que implican, y finalmente la comodidad, practicidad y rapidez ofrecida.

Sin embargo, podemos destacar que algunos de los defectos que encontraron los usuarios en la utilización de estas aplicaciones fueron las altas tasas de comisiones, desconfianza, como así también situaciones que puedan surgir por problemas con internet, e inconvenientes a la hora de hablar con personal de las empresas frente a problemas y/o dudas.

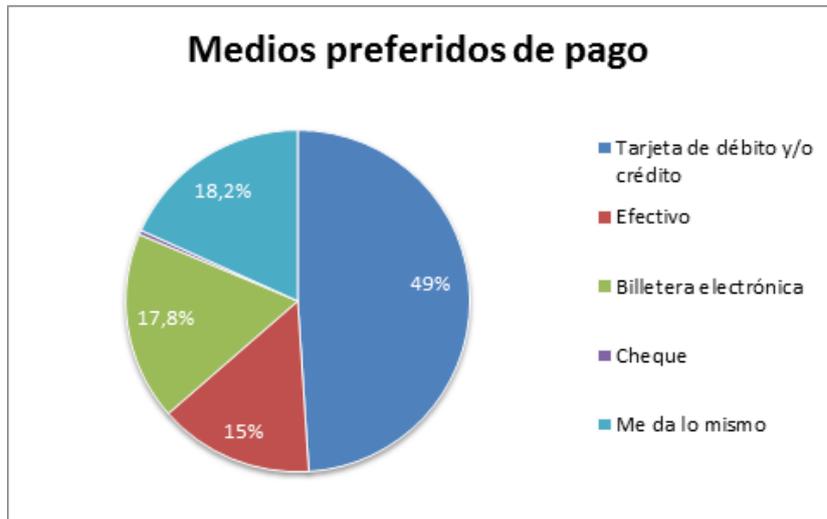
Considerando las ventajas y desventajas que los usuarios encuestados encuentran en las Fintech, se les consultó cómo calificarían su experiencia en la utilización de las mismas. El 57% respondió “Muy buena”, un 37,7% “Buena”, el 4,5% “Regular”, y solo el 0,8% “Mala”. Además, el 71% expresó que seguramente recomendarían su uso a un familiar y/o amigo, mientras que el 29% restante respondió que probablemente lo harían.

Continuando con el análisis de la relación entre las Fintech y el sistema bancario tradicional, es importante destacar que el 79% de las personas consultadas que usan los servicios tienen una cuenta bancaria junto con tarjeta de débito y/o crédito, mientras que el 53% de los mismos reconoce que tiene asociada su cuenta a la Fintech utilizada. Para los casos restantes en que no la tienen vinculada pueden ingresar dinero en efectivo, a través de Pago Fácil, Rapipago o Cobro express, también mediante transferencias bancarias, depósitos en cajeros automáticos, o incluso sólo utilizar los ingresos que poseen por sus cobros.

Según los resultados relevados expuestos en la Figura 3, podemos observar notablemente que a la hora de realizar pagos los consumidores eligen utilizar tarjeta de débito y/o crédito, luego siguen aquellas personas que no prefieren ningún instrumento en particular (18,2%), y en tercer lugar representando el 17,8% vemos a quienes eligen la billetera electrónica (Ej. Mercado Pago, Ualá, entre otras) por encima del efectivo.

Consideramos que la tarjeta de débito y/o crédito es el instrumento predilecto debido a la financiación ofrecida y a la mayor aceptación que tiene en los locales comerciales, al no tener todos éstos habilitadas a las fintech como medio de cobro, además de que lo consideran más seguro y cómodo que el efectivo.

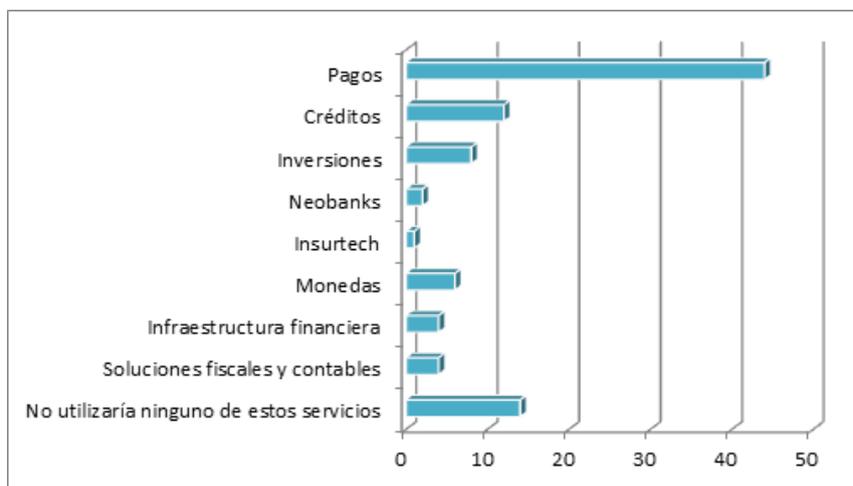
Gráfico N° 3.



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta realizada, 2020

Al cuestionarles a las personas que manifestaron nunca haber utilizado una Fintech (20% de los encuestados) la mayoría destacó que estarían dispuestas a utilizar alguno de los servicios prestados por las mismas. Nuevamente la aplicación más pretendida fue la de pagos, seguida por la de créditos, la de inversiones y finalmente la de monedas. No obstante, el 22,6% aseguró no estar interesados en emplearlas.

Gráfico N° 4.



Fuente: Elaboración propia en base a la encuesta realizada, 2020

En lo que respecta a los encuestados que manifestaron que no utilizan y/o no utilizarían las financieras tecnológicas, expresaron que se debe a que desconocen cómo funciona la aplicación ya sea porque no están muy interesados o no tienen tiempo. En segundo lugar, el 24% de ellos contestó que no tienen ningún motivo para no utilizar la aplicación y que sí piensan usarlas en algún momento. Otras respuestas relevantes a destacar fueron que los

usuarios manifestaron que les genera desconfianza utilizar este tipo de herramientas y que prefieren utilizar otros medios.

Por otro lado, procedimos a hacer preguntas exclusivamente dirigidas a aquellos que eran comerciantes y/o profesionales independientes, representando el 29% de los encuestados.

El 45% de ellos alega que no tienen implementado como medio de cobro una Fintech ya que prefieren utilizar otros instrumentos, no conocen su funcionamiento y/o les genera desconfianza. El 55% restante expresa que los motivos principales de su implementación se deben a la utilización por parte de los clientes, como una forma de estar actualizados, así como también su accesibilidad y facilidad de manejo. Otras razones, menos frecuentes, son su economicidad, la posibilidad de ofrecer más opciones a los clientes y/o porque la competencia lo utiliza.

En función de los encuestados pudimos observar que las áreas donde mayormente se utilizan las financieras tecnológicas son las de autopartes; salud e higiene; alimentos, bebidas y tabaco; artículos de decoración y servicios profesionales, destacando la mayoría no haber tenido mayores dificultades en su implementación.

Frente a la consulta sobre si les resulta rentable cobrar a través de estas herramientas, en lugar de otros sistemas bancarios tradicionales, el 32,5% respondió negativamente. Por lo que podemos fundamentar esta situación señalando que si bien sus clientes utilizan los servicios brindados por las financieras tecnológicas, a la hora de optar por un medio de pago específico prefieren seguir utilizando tarjetas de débito y/o crédito, como vimos en un análisis anterior.

Finalmente, es interesante destacar que, debido a la cuarentena obligatoria a causa del COVID-19, el 73% de los encuestados afirma que el uso de este tipo de servicios se ha visto incrementado, el 10% niega que esto haya sucedido, mientras que el 17% restante no tiene una opinión definida al respecto.

Conclusión

A partir del análisis realizado sobre la Industria Fintech en Argentina, el impacto y los desafíos de su aplicación en la actualidad podemos concluir sobre diversas cuestiones.

En principio, en lo que respecta al impacto de las financieras tecnológicas en temáticas sociales relevantes, la Cámara Argentina Fintech afirma que existen casos en los que las Fintech lograron ofrecer sus productos a segmentos que no tienen la posibilidad de acceder a servicios financieros básicos y que se encontraron caminos innovadores para proveer educación financiera a través de sus plataformas digitales, debido a que estas empresas modernas se apalancan en los bajos niveles de acceso al crédito y en el amplio campo del que disponen para impulsar la educación financiera y fomentar la inclusión, pilares clave para el desarrollo. Sin embargo, su rol no se limita a profundizar la inclusión financiera, sino también a extender la oferta del sistema tradicional, a tasas competitivas, sobre la base de un mejor entendimiento de las necesidades de los segmentos no incluidos y una experiencia diferencial basada en la agilidad y la transparencia.

En lo concerniente a la relación de las financieras tecnológicas con el sistema bancario tradicional, la innovación tecnológica que traen las fintech constituye una oportunidad para optimizar procesos en la industria financiera, con el objetivo de darle valor al consumidor final. Pese a ello, según los principales actores del mercado, todo tiende a mostrar que ni la banca ni las fintech desaparecerán, sino que ambas convivirán cooperando entre sí, para acercar lo mejor de ambos mundos a un cliente, que finalmente resultará siendo el gran beneficiario, que podrá acceder a productos bancarios más baratos, mientras que los grandes bancos se verán forzados a reducir sus márgenes e invertir en nuevas tecnologías.

Desde nuestro punto de vista es necesario que ambos actores caminen juntos, porque aquellos bancos que sean incapaces de innovar y de transformar sus modelos de negocio a un entorno mucho más digitalizado es probable que acaben desapareciendo. Es por eso que se puede definir al empuje de las fintech como una amenaza y una oportunidad. Las propias entidades bancarias reconocen que la entrada de estos nuevos actores en el sector les ofrece grandes oportunidades en materia de mejora de la eficiencia y reducción de costes a la hora de diferenciarse de sus competidores, de retener a sus clientes y de conseguir ingresos adicionales.

A partir de lo estudiado y expuesto en el presente trabajo, consideramos que es una discusión primitiva que se siga analizando la relación bancos vs fintech, cuando debieran

estar aliados, ya que realmente la amenaza para ambos son las Big Tech -término que une big y technology para agrupar a las empresas tecnológicas más grandes del mundo, siendo las más relevantes Facebook, Google, Amazon y Apple, aunque dentro de este grupo se encuentran otras como Paypal, Samsung o Microsoft.

Si bien las Big Tech comenzaron siendo 100% tecnológicas como las fintech, se diferencian principalmente por contar con un enorme capital y liquidez para llevar a cabo infinidad de proyectos e inversiones, por tener un know-how muy avanzado en tecnología, por operar a nivel mundial, teniendo un alcance muy grande, por poseer información muy amplia de sus clientes (preferencias, gustos, hábitos de consumo, aficiones, amigos) y por tener una buena imagen de marca: joven, innovadora, disruptiva y siempre en boca de todos.

Facebook ya tiene licencia en depósitos electrónicos en Europa, Google tiene toda nuestra información, Apple sacó Apple Pay y Apple Cash. Amazon ya tiene servicios financieros como Amazon Pay, Amazon Cash, Amazon Prime Reload y ofrece préstamos para pequeñas y medianas empresas a través de su propia línea de crédito “Credit Line”. Cada una de estas empresas buscan que todos estemos conectados con su ecosistema, y vale aclarar que es un ecosistema donde no tienen participación ni los bancos ni las fintech de pequeños y medianos desarrolladores. Por su parte, Martin Naor (2017), CEO de Bankling, en el evento Colombia 4.0, menciona “dentro de unos años vamos a estar hablando que la rivalidad banca-fintech es un detallecito, cuando las empresas realmente grandes quieran ingresar a la industria financiera en serio, y estemos hablando ‘qué pasó con este banco, que ahora desapareció y en su lugar hay un cartel que dice Facebook’”. Esta situación se pudo observar en España, en 2019, cuando ante un gran crecimiento de Amazon, solicitó el septiembre pasado, licencia bancaria para operar en dicho país, por lo que todos los bancos pidieron aumentar las regulaciones para complejizar el proceso de obtención de licencias.

Tal como destaca el Reporte Global de Fintech 2019 de PwC, si bien open banking es la novedad tecnológica que habilita la convergencia con el potencial de apalancar la colaboración en el ecosistema financiero, en 2019 los gigantes tecnológicos, que siendo líderes en otras industrias, ingresaron al ecosistema financiero, ofreciendo soluciones bancarias y desafiando tanto a los bancos como a las fintech. Según el informe, seis de cada diez ejecutivos consideraron que éstas grandes empresas serán lo más disruptivo del sector en el futuro inmediato.

El presidente de CaixaBank, Jordi Gual (2019), lo dejó claro en un foro en Madrid: “Quizás el mayor de los desafíos a los que se enfrenta el sector en el marco de la transformación digital es la potencial competencia de las plataformas denominadas big tech, los principales exponentes de este tipo de empresas son bien conocidos: Google, Amazon, Facebook y Apple”. A su juicio, “el principal activo de las big tech son los datos y su capacidad para extraer valor de ellos”. Además, apuntó, “tienen un modelo de negocio que les permite subsidiar el servicio financiero con ingresos derivados de otros productos o servicios no financieros”. A lo que añadió Gual: “Todo ello les permite ganar escala rápidamente y les confiere una ventaja competitiva difícil de erosionar”.

Por otro lado, retomando la mirada de los usuarios en base a los resultados obtenidos por la encuesta realizada, resulta interesante destacar que al proporcionarles a los encuestados la definición de Fintech y ejemplos de compañías que trabajan en Argentina, el 93% de los que habían declarado no conocer una compañía financiera tecnológica modificó su respuesta. Es por ello que podemos deducir que el término “Fintech” no es lo suficientemente difundido, estudiado y asimilado por la sociedad, lo que conduce al desconocimiento o conocimiento parcial de toda la variedad de prestaciones que las mismas pueden brindar, su modo de utilización y beneficios.

Así como sucede con innumerables marcas líderes que ofrecen productos o servicios de otros segmentos, en nuestro estudio pudimos observar que un gran porcentaje de usuarios y potenciales usuarios reducen el concepto fintech a “Mercado Pago” y su servicio de “billetera digital”, que, como dijimos anteriormente se debe a la falta de información sobre el resto de beneficios que ofrecen las financieras tecnológicas, y sobre los otros prestadores del mercado.

Como en todo servicio tecnológico gestionado a través de internet existen riesgos asociados a la ciber-delincuencia lo que genera una constante sensación de falta de seguridad en el usuario. Es muy importante que las empresas Fintech desarrollen, prueben e implementen controles desde el diseño de las plataformas para reducir estos riesgos de seguridad al menor nivel posible, además de poseer un equipo que se ocupe continuamente de velar por la integridad de los sistemas. Asimismo, la compañía deberá idear un plan de ciberataque y restauración del sistema para el caso en que los controles fallen.

Si bien todavía es algo muy incipiente es cuestión de tiempo que las Fintech tengan la obligación de tener un programa de compliance que abarque todo el universo de delitos financieros y ciberseguridad, el cual está basado en 4 pilares:

- Desarrollo de un manual con políticas, procedimientos y procesos
- Realización de pruebas y auditorías independientes
- Determinación de un oficial de cumplimiento, quien será responsable de liderar y llevar a cabo el programa de cumplimiento
- Capacitación constante de la institución en esta materia.

Hasta hace pocos años el panorama nacional en lo que trata a la aplicación de normas que regularan de forma directa las FINTECH era bastante difuso y limitado, dicho panorama se viene revirtiendo el último tiempo y el segmento tiende a una mayor regulación acompañado de su crecimiento y posicionamiento.

En el 2020 el foco principal en Argentina recae sobre el debate de “cómo regular las Fintech” más que debatir en sí “regularlas o no”.

El BCRA y su mesa de innovación financiera vienen trabajando con el objetivo de desarrollar herramientas concretas para promover un marco regulatorio que ayude a evitar errores, implementar normativas, reglamentos e incentivos necesarios para estimular el crecimiento de las FINTECH minimizando sus riesgos, es decir, trabajan constantemente en la búsqueda de medidas adecuadas para maximizar los beneficios de las finanzas tecnológicas promoviendo la innovación e inclusión financiera.

A raíz del estudio realizado, podemos concluir que el potencial de sus beneficios es cada vez mayor y de a poco se va haciendo visible y palpable por la sociedad. Las FINTECH han democratizado el sector financiero, permitiendo el acceso a una mayor cantidad de usuarios, volviéndolo mucho más inclusivo. El hecho de no necesitar una cuenta en una entidad bancaria tradicional para acceder a los beneficios que las mismas otorgan contribuye a esta inclusión y es un gran patrocinio a la hora de optar por utilizar una de estas plataformas.

Por otro lado, la inmediatez y automatización de la gestión con estos nuevos instrumentos permiten mejorar la eficiencia empresarial, lo que se traduce en un ahorro económico y una mejor gestión del tiempo. Se pueden conseguir ventajas competitivas respecto a competidores que no utilizan este tipo de servicios.

Para finalizar, creemos que, pese al crecimiento exponencial de las financieras tecnológicas y su nivel de penetración en el ámbito financiero, aún existe un amplio sector de la sociedad que no ha sabido beneficiarse con las prestaciones que las mismas brindan. Si bien una gran mayoría de las personas conoce y utiliza aplicaciones de pagos, no lo hacen en

todo su potencial y el resto de los servicios ofrecidos por las financieras tecnológicas son escasamente utilizados. La nueva normalidad causada por el COVID-19 será una gran oportunidad para una mayor difusión y adaptación de la sociedad hacia estas empresas.

Bibliografía

- Alvaro, D. y Almendros, A. (2016). *El mercado Fintech en Israel*. Israel: Estudios de Mercado.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2018). *Fintech: América Latina 2018: Crecimiento y consolidación*. <https://publications.iadb.org/es/fintech-america-latina-2018-crecimiento-y-consolidacion>
- Batle, M. y Berenguel, H. [Valor Agregado TV] (4 de Abril de 2019). *Banca o Fintech: Nuevas alternativas en la industria financiera*. [Entrevista en Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=HrUPwCefyNg&t=3s>
- Biocca, M., Garcia de la Cruz, R., Páez, I., Pinzon, N., Rincon, E. y Silva, L. (23 de abril de 2020). *Ecosistema Fintech de Iberoamérica y su aporte a las soluciones frente al Covid-19*. [Conferencia Web]. Webinar realizado por Fintech Iberoamérica. <https://www.youtube.com/watch?v=Es9pTYjRhNA>
- Bosch-Liarte, J., y Bosch-Liarte, J. (2016). *Radiografía del Fintech: clasificación, recopilación y análisis de las principales startups* [Tesis de maestría, Universitat Politècnica de Catalunya] https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2117/97361/TFM_Memoria_Bosch_Liarte_Joan_i_Bosch_Liarte_Xavi.pdf
- Bruzzo, J.P. [La Nación] (9 de Abril de 2019). *¿Qué son las fintech y cómo funcionan en Argentina?* [Entrevista en Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=M-YrLUbbWsw>
- Bruzzo, J.P., Cosentino, A., Darin, C., Friedberg, M. y Weissaub, E. (20 de mayo de 2020). *Fintech y COVID: Soluciones de la industria para enfrentar la pandemia*. [Conferencia Web]. Webinar realizado por la Cámara Argentina de Fintech y la Universidad de San Andrés. <https://www.youtube.com/watch?v=Q8x927FZGhM>
- Cámara Argentina de Fintech, BID y Accenture. (2018). *Informe ecosistema Fintech Argentino*. <https://camarafintech.com.ar/wp-content/uploads/2020/01/BID-C%3%A1mara-Argentina-de-Fintech-Accenture.pdf>
- Carballo, I. E., y Dalle-Nogare, F. (2019). Fintech e inclusión financiera: los casos de México, Chile y Perú. *Revista CEA*, 5(10), 11-34. <https://doi.org/10.22430/24223182.1441>

Chishti, S. y Barberis, J. (2016). *The FINTECH Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries*. West Sussex: John Wiley & Sons Ltd

Climenti, A. (24 de Febrero de 2020). *APIs: el nexa de unión entre banca y fintech*. BBVA. <https://bbvaopen4u.com/es/actualidad/apis-el-nexo-de-union-entre-banca-y-fintech>

Comunicación A5982 de 2016 [BCRA]. Habilitación de nuevo canales para transferencias inmediatas de fondos. 3 de Junio de 2016.

Comunicación A6425 de 2018 [BCRA]. Reglamentación para el funcionamiento de pagos a través de códigos de respuesta rápida (Códigos QR). 10 de Enero de 2018.

Comunicación A6510 de 2018 [BCRA]. Creación de Clave Virtual Uniforme (CVU). 15 de Mayo de 2018.

Comunicación A6578 de 2018 [BCRA]. Reglamentación de cheques generados por medios electrónicos. 1 de Octubre de 2018.

Comunicación A6859 de 2020 [BCRA]. Reglamentación para proveedores de servicios de pagos. 9 de Enero de 2020.

Comunicación A6885 de 2020 [BCRA]. Reglamentación para proveedores de servicios de pago que ofrecen cuentas de pago. 30 de Enero de 2020.

Comscore (2020). *Panorama de la Banca Digital en Argentina*. <https://www.comscore.com/Insights/Presentations-and-Whitepapers/2020/Panorama-de-la-Banca-Digital-en-Argentina>

Decreto 182 de 2019. [Poder Ejecutivo]. Reglamentación de la Ley N° 25.506. 11 de marzo de 2019.

Decreto 892 de 2017 [Poder Ejecutivo]. Creación de la Plataforma de Firma Digital Remota. 1 de Noviembre de 2017.

DW Español (30 de Marzo de 2017). *Las fintech y los bancos | Hecho en Alemania*. [Archivo de Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Gv5YxY-3Fos>

Fontao, A. [The HAP Group] (17 de mayo de 2020). Zoomtalk: ¿Qué oportunidades se abren a las fintech en la nueva normalidad? [Archivo de video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=OzXn70SKCk0>

Giorgi, M. L. (2018). *Desafíos para la adopción de métodos de pago electrónicos en Argentina*. [Trabajo de Graduación, Universidad de San Andrés]

<http://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16141/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20M.%20Ges.%20Giorgi%2C%20Mar%C3%ADa%20Laura.pdf>

González, F. (2 de marzo de 2020). Francisco González: "Los años que tenemos por delante van a ser increíbles para BBVA". *BBVA*. <https://www.bbva.com/es/francisco-gonzalez-anos-tenemos-delante-increibles-para-bbva/>

Igual, A. (2016). *Fintech, lo que la tecnología hace por las finanzas*. Barcelona: Profit Editorial.

Irigoyen, G. (10 de junio de 2020). Argentina: Cómo le afectó la pandemia y el boom fintech a Naranja X. *América Retail*. <https://www.america-retail.com/argentina/argentina-como-les-afecto-la-pandemia-y-el-boom-fintech-a-naranja-x/>

Ley 24.240 de 1993. Defensa del consumidor. 13 de Octubre de 1993. B.O. N° 27.744

Ley 25.326 de 2000. Protección de datos personales. 30 de octubre de 2000. B.O. N° 29.517

Ley 25.506 de 2001. Firma Digital. 11 de Diciembre de 2001. B.O. N° 29.796.

Ley 27.506 de 2019. Régimen de promoción de la economía del conocimiento. 22 de Mayo de 2019. B.O. N°34.132.

Marchionni, G. y Carballo, I. E. (2 de Abril de 2020). *La relación de la Banca y Fintech: del amor al odio*. [Conferencia Web]. 2° Webinar del ecosistema fintech UCA- Escuela de Negocios. https://www.youtube.com/watch?v=cLK_i_ebVZE

Minsky, J. (4 de Agosto de 2020). Fintech 4.0: COVID-19 y su efecto en las transacciones online. *Business Trend*. <http://www.businesstrend.com.ar/fintech-4-0-covid-19-y-su-efecto-en-las-transacciones-online/>

Naor, M. (23 de Septiembre de 2017) *La banca del futuro: bancos convertidos en Fintechs, y Fintechs convertidas en bancos* [Conferencia]. Evento Colombia 4.0. <https://www.youtube.com/watch?v=3WnDzNBx5Ac>

Orzanco, I. (2018). *Estrategia digital de la industria financiera, escenarios de competencia de bancos tradicionales con nuevos actores fintech*. [Tesis de Maestría, Universidad de San Andrés]

<http://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16155/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20M.%20Ges.%20Orzanco%2C%20Ignacio.pdf>

Pollari, I. (2016). *The Rise of Fintech: opportunities and challenges*. Jassa.

PwC (2019). *Encuesta Global Fintech Argentina*.
<https://www.pwc.com.ar/es/publicaciones/assets/fintech-y-bancos.pdf>

PwC (2017). *Informe Fintech 2017*. <https://www.pwc.es/es/financiero/fintech.html>

Resolución 2 de 2012 [UIF]. Empresas emisoras de cheques de viajero u operadoras de tarjetas de crédito o de compra. 6 de Enero de 2012.

Rodríguez, V. (7 de Julio de 2020). *El ecosistema digital en Argentina creció a pasos agigantados*. iProfesional. <https://www.iprofesional.com/tecnologia/319087-ecommerce-y-fintech-los-ganadores-de-la-pandemia>

Rojas, L. (2016). N° 24 *La revolución de las empresas Fintech y el futuro de la banca. Disrupción tecnológica en el sector financiero*. Caracas: CAF.
<http://scioteca.caf.com/handle/123456789/976>

Vega, C. (27 de Septiembre de 2018). *Fundamentos de Fintech*. LinkedIn.
<https://www.linkedin.com/learning/fundamentos-de-fintech-o-finanza-tecnologica>

Yuval, N. H. (10 de Mayo de 2020). *Toda Crisis ofrece también una oportunidad*. Unesco.
<https://es.unesco.org/courier/2020-3/yuval-noah-harari-toda-crisis-ofrece-tambien-oportunidad>

DECLARACIÓN JURADA RESOLUCIÓN 212/99 CD

El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgrede o afecta los derechos de terceros.

Mendoza, 8 de septiembre de 2020

Liwsky, Maia Shiel



DNI 43.058.928
N° REGISTRO 29.153



CICCONI CIMINO, MARTINA

DNI 39.383.599
N° REGISTRO 29.049

Galván Ivona María



DNI 36.712.310
N° REGISTRO 27.671

YEFFINO MARÍA AGUSTINA



DNI 38.307.247
N° REGISTRO 29.307