

Estudio Fintech 2020

Ecosistema Argentino

Autor:
Marcelo Bastante

Colaboradores:
Valeria Chavez
Cristian Serricchio
Alfredo Pagano
Josefina Medero
Mariano Biocca
Leonardo Tambussi
Alejandro Cosentino
Sebastian Erlich
Nicole Gersztein
Tomás Cardozo
Sasha Brostrom

BID Lab

NOTA TÉCNICA N°
IDB-TN-2070

Julio 2020

Estudio Fintech 2020

Ecosistema Argentino

Autor:

Marcelo Bastante

Colaboradores:

Valeria Chavez

Cristian Serricchio

Alfredo Pagano

Josefina Medero

Mariano Biocca

Leonardo Tambussi

Alejandro Cosentino

Sebastian Erlich

Nicole Gersztein

Tomás Cardozo

Sasha Brostrom

Deloitte & Co. S.A.

Banco Interamericano de Desarrollo
BID Lab

Julio 2020

**Catalogación en la fuente proporcionada por la
Biblioteca Felipe Herrera del
Banco Interamericano de Desarrollo**

Bastante, Marcelo.

Estudio Fintech 2020: ecosistema argentino / Marcelo Bastante; colaboradores, Valeria Chávez, Cristian Serricchio, Alfredo Pagano, Josefina Medero, Mariano Biocca, Leonardo Tambussi, Alejandro Cosentino, Sebastian Erlich, Nicole Gersztein, Tomás Cardozo, Sasha Brostrom.

p. cm. — (Nota técnica del BID ; 2070)

Incluye referencias bibliográficas.

1. Financial services industry-Technological innovations-Argentina. 2. Financial institutions-Technological innovations-Argentina. 3. Banks and banking-Technological innovations-Argentina. 4. Electronic funds transfers-Argentina. 5. Blockchains (Databases)-Argentina. 6. Crowd funding-Argentina. 7. Cryptocurrencies-Argentina. 8. Financial literacy-Argentina. I. Chávez, Valeria. II. Serricchio, Cristian. III. Pagano, Alfredo. IV. Medero, Josefina. V. Biocca, Mariano. VI. Tambussi, Leonardo. VII. Cosentino, Alejandro. VIII. Erlich, Sebastian. IX. Gersztein, Nicole. X. Cardozo, Tomás. XI. Brostrom, Sasha. XII. BID Lab. XIII. Título. XIV. Serie.

IDB-TN-2070

Códigos JEL: O3

Palabras clave: Fintech, Argentina, Préstamos, Pagos Digitales, Blockchain y Criptoactivos, Insurtech, Inversiones, Servicios B2B, Financiamiento Colectivo, Seguridad Informática, Proveedor Tecnológico, Inclusión financiera, Educación Financiera, Género, Marco Regulatorio, Medioambiente.

<http://www.iadb.org>

Copyright © 2020 Banco Interamericano de Desarrollo. Esta obra se encuentra sujeta a una licencia Creative Commons IGO 3.0 Reconocimiento-NoComercial-SinObrasDerivadas (CC-IGO 3.0 BY-NC-ND) (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/igo/legalcode>) y puede ser reproducida para cualquier uso no-comercial otorgando el reconocimiento respectivo al BID. No se permiten obras derivadas.

Cualquier disputa relacionada con el uso de las obras del BID que no pueda resolverse amistosamente se someterá a arbitraje de conformidad con las reglas de la CNUDMI (UNCITRAL). El uso del nombre del BID para cualquier fin distinto al reconocimiento respectivo y el uso del logotipo del BID, no están autorizados por esta licencia CC-IGO y requieren de un acuerdo de licencia adicional.

Note que el enlace URL incluye términos y condiciones adicionales de esta licencia.

Las opiniones expresadas en esta obra son de los autores y no necesariamente reflejan el punto de vista del BID, de su Directorio Ejecutivo ni de los países que representa, así como tampoco del Comité de Donantes del FOMIN (BID Lab) ni de los países que representa.

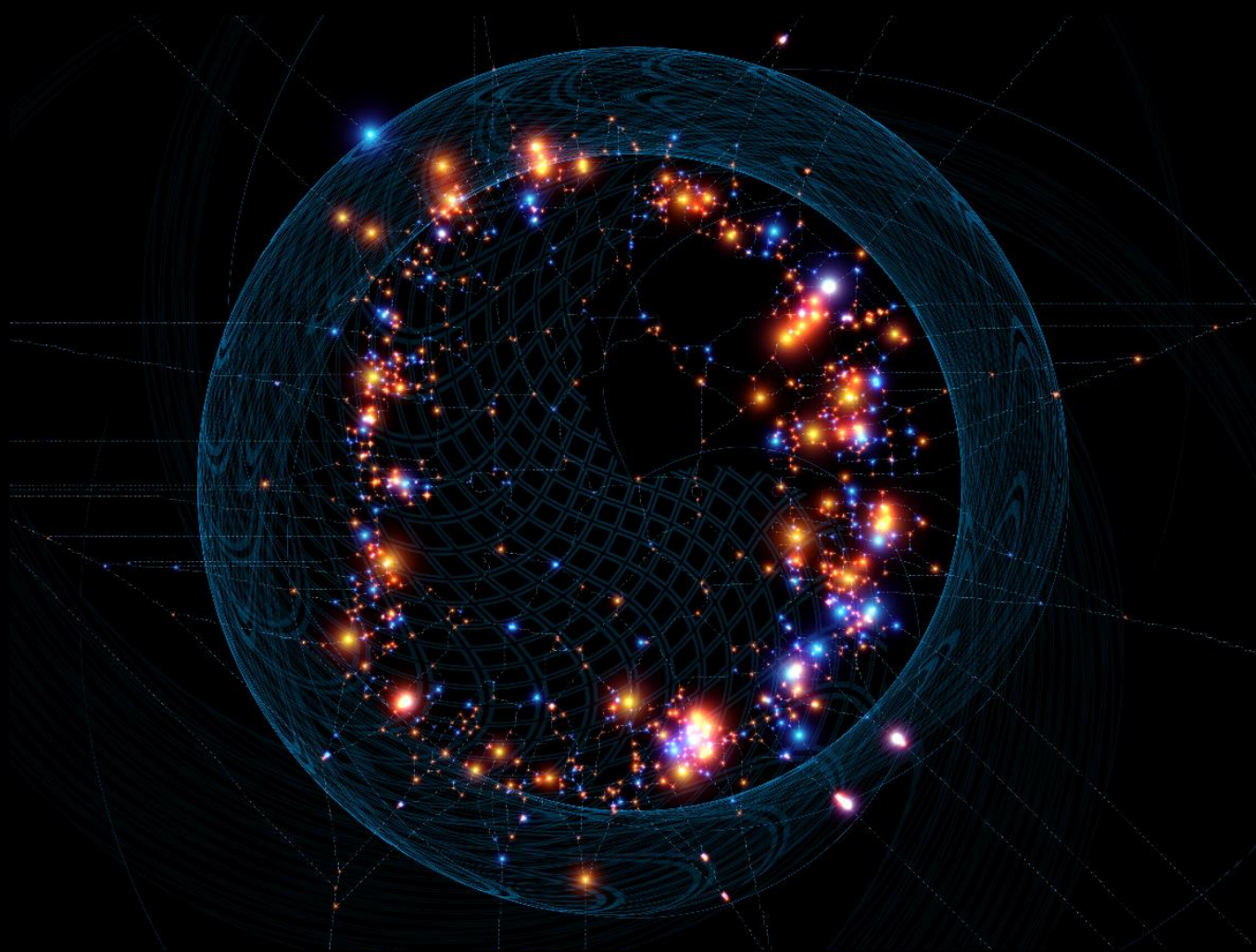




CÁMARA
ARGENTINA
DE FINTECH



Deloitte.



ESTUDIO FINTECH 2020

Ecosistema Argentino

RESUMEN EJECUTIVO

En el año 2020, nos encontramos con un ecosistema Fintech que duplicó en cantidad de jugadores al vigente en el 2018. A pesar del contexto macroeconómico vigente desde mediados del 2018 y de la crisis sanitaria generada por la pandemia COVID-19, la industria siguió creciendo, tanto en cantidad de jugadores como en volúmenes de actividad y ofertas de servicios.

Este segundo estudio de la industria Fintech en Argentina tiene por objeto actualizar y complementar el primer estudio llevado a cabo en el año 2018 por Accenture, junto a la Cámara Argentina Fintech y con la colaboración de Afluenta y BID Lab, el laboratorio de innovación del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo.

Este estudio tiene la particularidad de haber sido elaborado en pleno proceso de una crisis sanitaria global sin precedentes, rigiendo en nuestro país medidas de aislamiento social, preventivo y obligatorio desde el 20 de marzo pasado, que dispusieron la suspensión de la mayoría de las actividades no esenciales. Este fenómeno afecta a la sociedad en su conjunto, a la vida de las personas y las organizaciones. Parte del estudio aborda las áreas de impacto de la COVID-19 en las propias Fintech, según la visión de los integrantes del ecosistema.

El presente estudio se basa, fundamentalmente, en las respuestas de los propios protagonistas de la industria a través de metodologías de encuestas, complementadas con testimonios de los referentes de los principales segmentos de negocio, más información publicada por las propias Fintech. Este último aspecto ha sido de mucha utilidad como fuente de información. En general, las páginas web de las Fintechs brindan mucha información de cara al consumidor financiero, que contribuye al proceso de educación financiera y difusión de la oferta de servicios. El contenido de la encuesta ha sido consensuado y enriquecido con el aporte de la Cámara Fintech, BID Lab (el laboratorio de innovación del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo), Afluenta y los propios participantes del ecosistema.

El crecimiento del ecosistema, tanto en cantidad de jugadores como en la diversidad de la oferta de servicios, nos permite hacer un análisis más especializado por segmento de actividad, donde se definieron nueve (9) verticales de industria que componen el ecosistema.

El estudio abarca un análisis por vertical y por horizontal. Se denominan “horizontales” a temáticas “cross” que afectan a toda la industria, tales como la regulación, la inclusión financiera, la diversidad y el género.

El trabajo comienza con una descripción general del ecosistema, su evolución desde el año 2018 para, luego, entrar en la definición de los diferentes verticales. En esta sección, se puede apreciar claramente el crecimiento que ha tenido el ecosistema desde el 2018 a la fecha.

Si bien la media es que el ecosistema se duplicó en cantidad de jugadores, hay segmentos que crecieron mucho más que la media, como por ejemplo el vertical de “pagos digitales” que, hoy en día, es el principal segmento de actividad en términos de cantidad de empresas. Justamente el mayor número de empresas creadas en los últimos dos años responde al segmento de pagos digitales, que se vio potenciado por el crecimiento del comercio electrónico y el mayor uso de dispositivos móviles.

Otro vertical que ha tenido un crecimiento significativo es “Blockchain & Criptoactivos”. Otros segmentos que han crecido son los proveedores de servicios, entre los cuales encontramos a los “Proveedores tecnológicos” y los “Servicios Fintech B2B”, encontrándose terceros en cantidad de jugadores luego de los verticales “Pagos digitales” y “Préstamos”. Estos proveedores de servicio aprovechan sus capacidades para exportar sus servicios a otros países.

El vertical de “Préstamos” continuó creciendo a pesar de un contexto económico adverso con aumento de la morosidad, contracción del crédito y mayor dificultad para obtener financiamiento de terceros.

En relación con los horizontales, las Fintechs están contribuyendo significativamente al proceso de inclusión y educación financiera. Si bien los ratios clásicos de crédito / PBI y depósitos / PBI siguen siendo muy bajos en Argentina en comparación con otros países de la región, el aporte que hacen las Fintechs crece día a día. Los verticales que contribuyen en forma directa son los de medios de pago y préstamos. Sin embargo, el resto de los verticales contribuye en forma indirecta, ya que sus productos u oferta de servicios terminan impactando en cuentas de pago o préstamos, que alimentan a los ratios antes mencionados. El presente trabajo incluye tres casos de estudio por su contribución al proceso de inclusión financiera. Esto no significa que sean los únicos casos que aportan al proceso de inclusión (todos los jugadores hacen su contribución); sino que, a los efectos del presente estudio, estos tres casos se analizaron con mayor detenimiento.

En cuanto al género y el medioambiente, hay una oportunidad de mejora. En promedio, el 39% de la dotación de las Fintechs está representada por mujeres, cifra que baja al 25% en las áreas de IT. Sólo el 25% cuentan con una política para fomentar la equidad de género o diversidad dentro de las compañías. Con respecto a medioambiente, sólo el 23 % cuenta con un responsable o un sector designado para gestionar los temas ambientales y/o de sustentabilidad, y el 20% cuenta con una política formal de sustentabilidad y/o medioambiente.

Finalmente, en torno al marco regulatorio, en los últimos dos años hubo cambios en las regulaciones, básicamente en lo atinente al Banco Central (BCRA) y, en menor medida, a la Comisión Nacional de Valores. Entre las regulaciones del BCRA dirigidas 100% a Fintechs, podemos citar a la nueva normativa sobre proveedores de servicios de pago que ofrecen cuentas de pago (PSP). Existen otras regulaciones que impactaron tanto a las Fintechs como a los agentes económicos tradicionales, tales como las restricciones cambiarias y medidas adoptadas en materia de mercado de capitales.

En síntesis, hoy nos encontramos con un ecosistema mucho más numeroso y variado, que ha sabido sobrellevar y adaptarse a los desafíos que se han presentado en estos últimos dos años.

Si bien la encuesta del año 2020 señala un cambio en las expectativas respecto a lo relevado cuando se hizo el primer mapeo del ecosistema en el año 2018, en términos generales las perspectivas que tienen los propios participantes del ecosistema para los próximos tres años continúan siendo positivas en lo atinente a disponibilidad de inversores, regulación, soporte a Startups, mercado consumidor y capital humano.

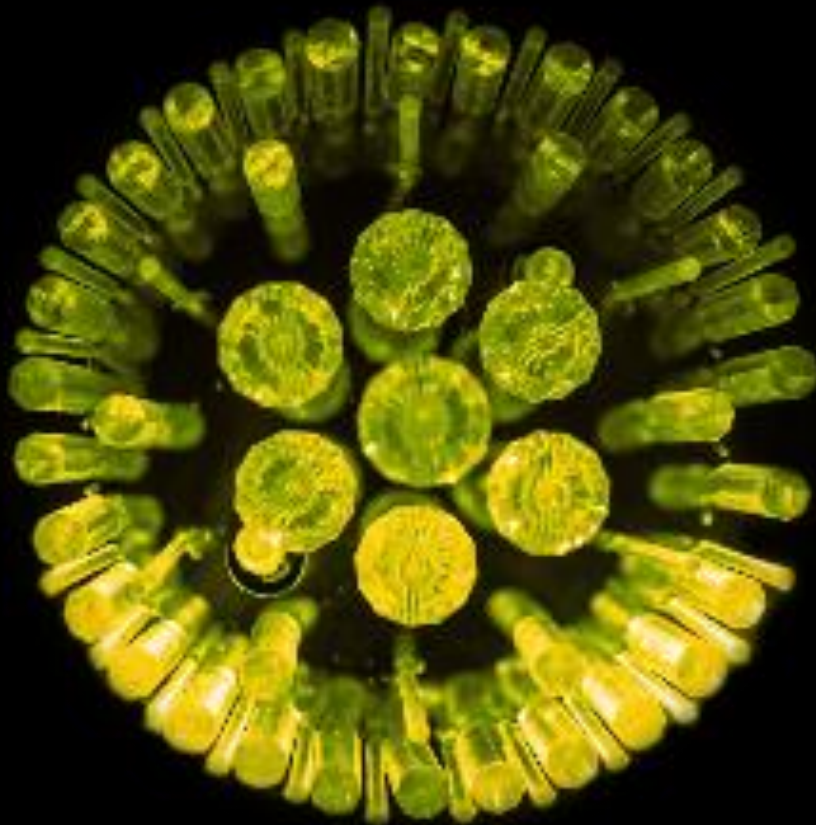
Queremos agradecer a todos los participantes en la encuesta, a los entrevistados, a los casos de estudio y, especialmente, a BID Lab, Afluenta y la Cámara Fintech, quienes han contribuido para que este estudio sea posible.

ÍNDICE

Panorama general del ecosistema Fintech en Argentina	4
Verticales de industria	22
Préstamos.....	23
Pagos digitales.....	33
Blockchain & Criptoactivos.....	42
Insurtech	50
Inversiones	57
Servicios B2B	64
Financiamiento colectivo.....	69
Seguridad informática	74
Proveedor tecnológico	79
Horizontales de industria	85
Inclusión y educación financiera	88
Género.....	105
Marco regulatorio	116
Ambiente.....	133
Casos de estudio sobre la inclusión financiera	142
Ualá.....	145
Mercado Pago	150
Afluenta.....	155
Ecosistema y empresas participantes	160

Panorama general del ecosistema

Fintech en Argentina



Introducción

Este segundo estudio de la industria Fintech en Argentina tiene por objeto actualizar y complementar el primer estudio llevado a cabo en el año 2018 por Accenture, junto a la Cámara Argentina Fintech y con la colaboración de Afluenta y BID Lab, el laboratorio de innovación del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo.

En esta oportunidad, el estudio es llevado a cabo por Deloitte, junto a la Cámara Argentina Fintech y con la colaboración de Afluenta¹ y BID Lab.

La principal fuente de información utilizada para el desarrollo del estudio es una encuesta enviada por la Cámara Fintech a un universo de empresas; la mayoría de ellas asociadas a dicha Cámara. El trabajo consistió, en primer término, en identificar el universo de compañías a las cuales se les envió la encuesta, en base a los datos de contacto e información propia de la Cámara.

En esta ocasión, se identificaron 268 empresas Fintechs a las cuales se les envió la encuesta². Comparadas con las 91 empresas a las que se les envió la encuesta en el primer estudio, implica un incremento del 194%. Esto demuestra un crecimiento del ecosistema Fintech argentino durante el período 2018-2020, a pesar del contexto económico adverso que atravesamos desde mediados del 2018³.

En cuanto a la tasa de respuestas, actualmente se obtuvieron 133 respuestas; esto es, más del doble que las 52 obtenidas en el estudio anterior. Estos mayores niveles de respuesta, sumado al hecho que la encuesta del 2020 es mucho más extensa y contiene preguntas específicas para cada segmento de actividad Fintech (denominados “verticales”), hacen que los resultados de dichas encuestas nos permitan realizar un análisis más profundo de las particularidades de la industria, y encontrar patrones que permiten sugerir ciertos comportamientos y tendencias.

Además, los resultados de las encuestas fueron complementados con entrevistas a varios referentes de la industria.

El primer desafío que tuvimos fue cómo segmentar la industria, de modo tal que el relevamiento y recopilación de datos (básicamente a través de la encuesta y las entrevistas a referentes de la industria) fuera más integral; y, de ese modo, poder abordar todas las áreas que interesan al ecosistema Fintech.

¹ Este estudio se realiza en el marco del convenio de cooperación técnica ATN/ME-16041-AR.

² Total de Fintechs encuestadas: 243.

³ Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de la República Argentina. Informes trimestrales de avance del nivel de actividad. Disponibles en:

<https://www.indec.gob.ar/indec/web/Institucional-Indec-InformesTecnicos-47>

Para ello, luego de varias interacciones con BID Lab, la Cámara, Afluenta y referentes de la industria, logramos combinar lo que denominamos “verticales” y “horizontales”. Es decir, por un lado, en el ecosistema conviven diferentes subsegmentos o sectores de actividad, que denominamos *verticales*, y por otro lado, hay temas transversales que atañen a todos los segmentos o sectores y, por lo tanto, denominamos *horizontales*.

Esta estructura matricial es el núcleo de la encuesta. Éste comprendió preguntas específicas por segmento de actividad con el objeto de profundizar nuestro análisis y lograr una base más amplia de evidencias que nos permitan extraer conclusiones más integrales.

Los segmentos de actividad (**verticales**) que hemos definido son:



En la sección de industria, nos referiremos con mayor detalle a los verticales y a la gama de servicios que comprende cada uno.

Por su parte, los **cuatro horizontales** son:



A su vez, la encuesta y el presente estudio poseen una sección general con temáticas comunes para todos los integrantes del ecosistema Fintech.

Los invitamos a leer el informe. Esperamos que sea de utilidad para un mejor entendimiento y difusión de las particularidades y desafíos que atañen a esta nueva industria.

La evolución del ecosistema entre 2018 y 2020

La evolución macro entre 2018 y 2020 tiene aspectos divergentes. Por un lado, a nivel macroeconómico, la crisis financiera que afectó al país a partir de mayo 2018 generó una salida de flujos de capitales. Las autoridades recurrieron al Fondo Monetario Internacional, lo cual se vio acompañado por una devaluación del peso, una fuerte suba de la tasa de interés y el establecimiento de una política monetaria y fiscal restrictiva. La situación no logra estabilizarse en 2019, a lo que se suman el proceso de restructuración de deuda soberana más el restablecimiento de restricciones cambiarias.⁴

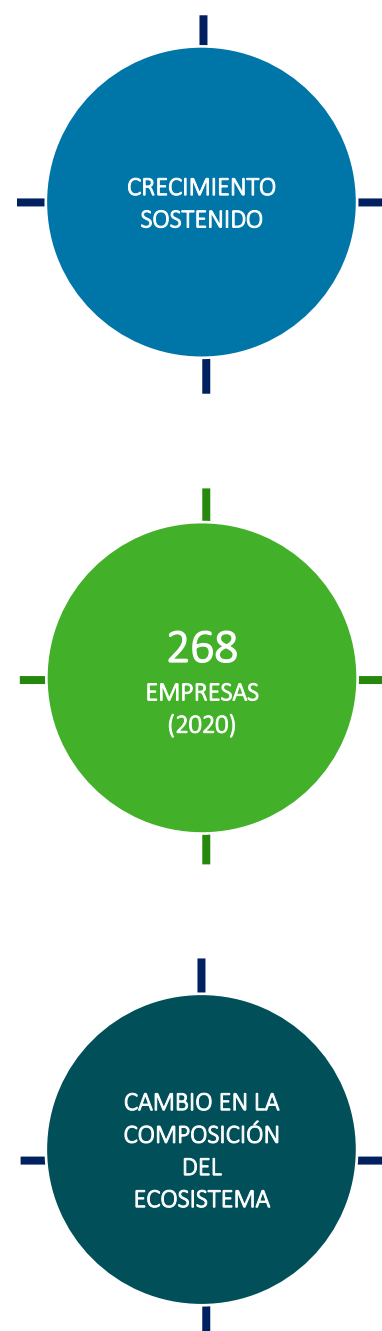
Esta situación genera una contracción del crédito en el sector privado, encarece el fondeo de las entidades financieras y financieras no bancarias (es decir, afecta por igual a las entidades sujetas al control del BCRA, tanto como las que están fuera de la regulación), y provoca un aumento en la morosidad.⁵

A su vez, el deterioro macroeconómico genera un aumento del desempleo, lo cual provoca que estas personas dejen de ser sujeto de crédito para muchos de los intermediarios financieros.⁶

Las restricciones cambiarias y procesos de restructuración soberana, al mismo tiempo, restringen aún más las fuentes de fondeo, fundamentales para las financieras no bancarias que, a diferencia de los bancos tradicionales, no pueden captar depósitos del público.

Al inicio de esta sección, mencionamos que la evolución macroeconómica tenía aspectos divergentes; y, hasta ahora, sólo hemos descripto los que resultan desfavorables. La parte positiva es que, a pesar de este contexto adverso, el ecosistema Fintech continuó creciendo.

En efecto, en el estudio del 2018, se identificaron 133 empresas Fintech⁷; y, actualmente, el universo está compuesto por 268 empresas⁸. Dentro de ese universo, vemos un cambio en la composición del ecosistema.



Fuente: Cámara Fintech, 2020.
Cantidad de empresas y composición.

Análisis: Deloitte, 2020.

⁴ Fuente: Informes semestrales de Estabilidad Financiera del BCRA - segundo semestre 2018 y primer semestre 2019. Análisis: Deloitte, 2020.

⁵ Fuente: Informe semestral de Estabilidad Financiera del BCRA - segundo semestre 2019. Análisis: Deloitte, 2020.

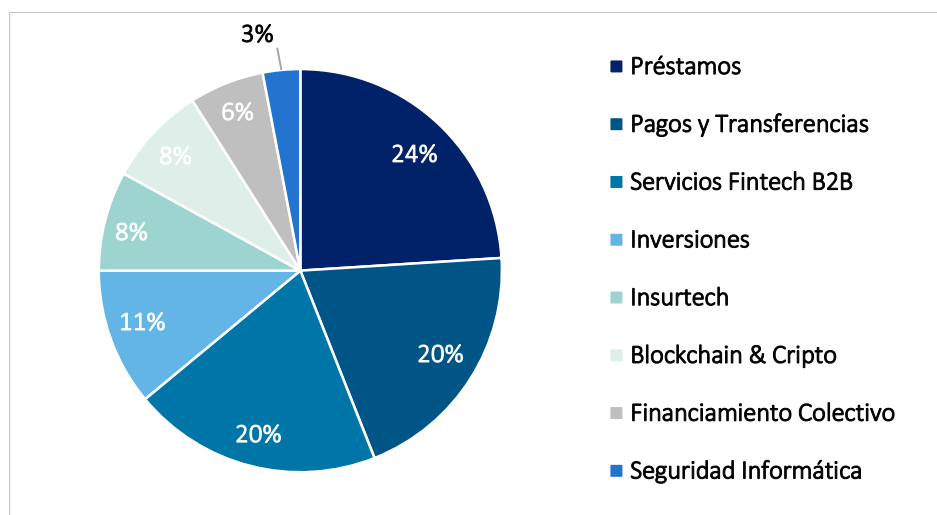
⁶ Fuente: Informe sobre bancos del BCRA - diciembre 2019. Mercado de trabajo. Tasas e indicadores socioeconómicos (EPH) del INDEC - primer trimestre 2020. Análisis: Deloitte, 2020.

⁷ Fuente: Accenture, 2018. Informe Ecosistema Fintech Argentino

⁸ Fuente: Cámara Fintech 2020.

Si hacemos un análisis comparativo entre el universo 2018 y 2020, vemos que en 2018 el principal vertical en términos de cantidad de empresas era el de “Préstamos” con 32, lo cual representaba un 24% del universo a dicha fecha. Seguidamente encontramos el vertical de “Pagos digitales” que reunía a 27 empresas, al igual que “Servicios B2B”; ambos con un 20% cada uno.

Composición del ecosistema Fintech 2018



Fuente: Cámara Fintech, 2018.

Durante el presente año, el vertical que aporta mayor número de empresas es “Pagos digitales”, desplazando del primer puesto al vertical “Préstamos”. Si bien este último creció de 32 a 60 compañías, “Pagos digitales” tuvo un crecimiento mayor pasando de 27 a 64 empresas. Los efectos de contracción del crédito, mayor morosidad y suba de tasas al que hacíamos referencia anteriormente influyen en que el vertical “Préstamos” no haya crecido tanto en comparación con el vertical “Pagos digitales”.

En relación con el vertical “Pagos digitales”, hubo factores que impulsaron su crecimiento como por ejemplo el desarrollo de nuevas tendencias de pago, el mayor uso de canales digitales en el comercio, y algunas iniciativas adoptadas por el BCRA para promover el mayor uso de los medios de pago electrónicos, entre las cuales podemos citar a las transferencias inmediatas de fondos, el débito inmediato (Debin) y la creación de la Clave Virtual Uniforme.

Si bien muchas de estas medidas ya estaban en vigencia en el estudio anterior, el proceso de maduración lógica de este segmento, sumado a las tendencias globales y al impulso que el propio regulador le dio a través de la mesa de innovación financiera y la difusión de estos nuevos instrumentos, hacen que su crecimiento haya sido muy significativo. Esto se ve potenciado por la aparición de nuevos jugadores y nuevos roles en el sistema de medios de pago que antes no estaban tan difundidos, como por ejemplo agregadores de pago, proveedores de servicio de pago, tarjetas prepagas, soluciones de pagos para empresas, etc.

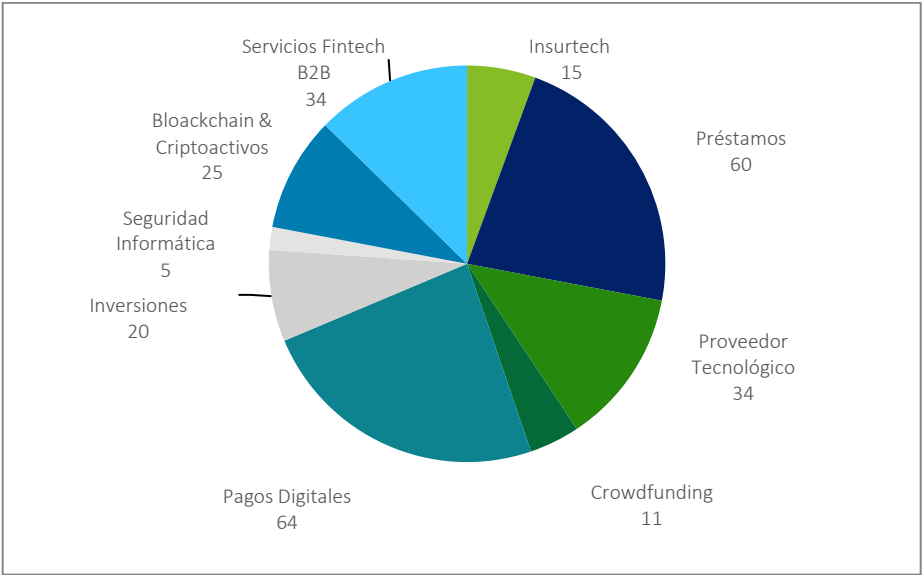
Si seguimos con la evolución de los segmentos, también vemos un crecimiento significativo en el segmento “Blockchain & Criptoactivos”, que pasó de 11 a 25 empresas, más que duplicando el número de empresas que había en el estudio anterior.

Composición del ecosistema Fintech 2020⁹

Préstamos	60
Proveedor Tecnológico	34
Crowdfunding	11
Pagos Digitales	64
Inversiones	20
Seguridad Informática	5
Blockchain & Criptoactivos	25
Servicios Fintech B2B	34
Insurtech	15
Total	268

Fuente: Cámara Fintech, 2020.

Composición del Ecosistema Fintech 2020



Fuente: Cámara Fintech, 2020.



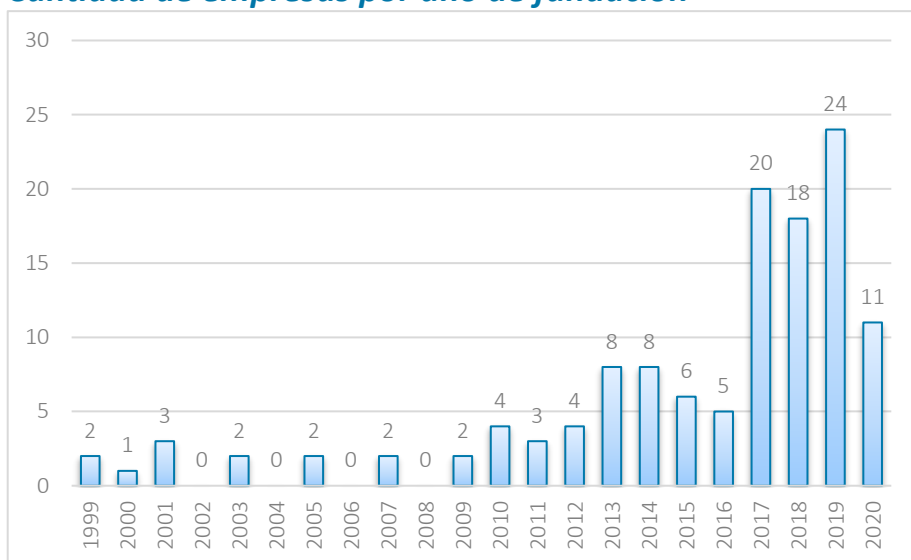
⁹ Fuente: Cámara Fintech, 2020.
09

Panorama 2020

La industria y su tecnología

La Cámara Argentina de Fintech identificó 268 empresas que componen el ecosistema argentino, marcando un crecimiento de 135 nuevas empresas con respecto al año 2018. La mayoría de éstas se pueden clasificar como PyMEs debido a sus niveles de facturación. Las Fintechs se encuentran en un proceso continuo de crecimiento, marcado por la innovación tecnológica e incorporación de las mejores prácticas de mercado.

Cantidad de empresas por año de fundación

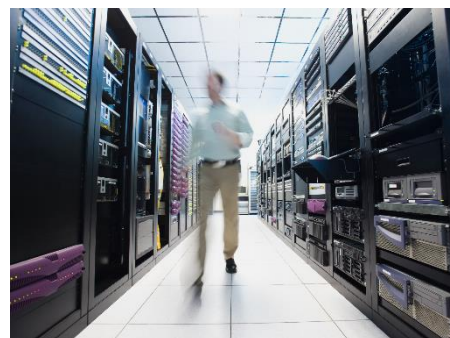


Fuente: Deloitte, 2020. Encuesta sobre Estudio del Ecosistema Fintech 2020 (en adelante: EEF20).

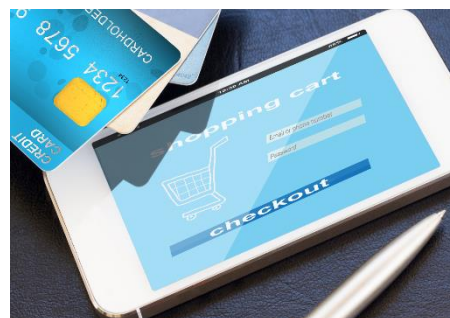
Al centrarnos en las 133 empresas que respondieron la encuesta, vemos que la mayoría de las compañías se constituyeron en los últimos cuatro años, con un salto importante en el año 2017, y una tendencia que continúa aún en 2020 a pesar del contexto recesivo y la pandemia del COVID-19.

Queda clara la rápida aceleración en el crecimiento del sector. Uno de los componentes fundamentales que permite la inyección de nuevos emprendimientos consiste en la oferta de facilidades tecnológicas que se presentan en el país. Tanto la infraestructura de Internet como su acceso simplificado, impulsan la adopción de estas nuevas tecnologías; y, a su vez, promueven los incentivos económicos de los emprendedores para aprovechar el nuevo mercado.

Al analizar esta evolución en forma comparativa con el estudio anterior, vemos que la situación que se observaba en 2018 no presentaba un crecimiento tan marcado en los últimos años, sino que mostraba una foto con un crecimiento más gradual entre los años 2012 y 2017, pasando de cuatro (4) empresas nuevas en 2012 a diez (10) empresas nuevas en 2017.



123 nuevas empresas Fintechs con respecto al año 2018



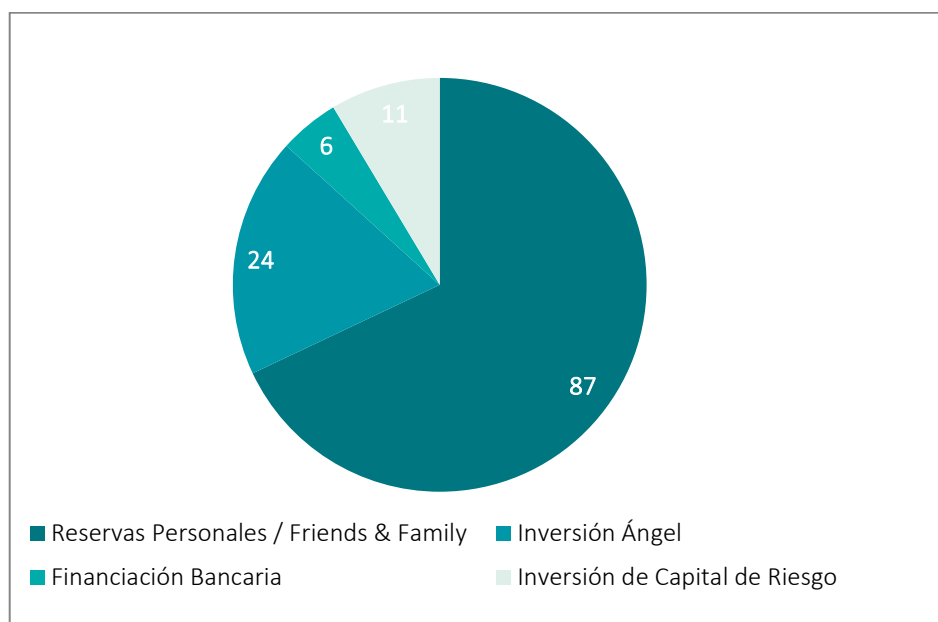
Gran crecimiento del sector a causa de nuevos emprendimientos



Mayoría de las empresas constituidas en los últimos 4 años

Esta aceleración en los últimos cuatro años se ve reflejada en la cantidad total de empresas que integran el ecosistema actualmente; sobre todo, el crecimiento del segmento de medios de pago digitales, que tuvo su correlato con un alto grado de respuesta en la encuesta. No obstante, un factor que puede explicar esta concentración es el hecho de que podría haber compañías que fueron constituidas con anterioridad al 2016 y que, hoy en día, no estén operando, sobre todo después de los acontecimientos económicos de los últimos dos años¹¹.

Fuentes de financiamiento



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

En algunos casos, los avances innovadores suceden puertas adentro de las grandes empresas tecnológicas (Big-Techs). Sin embargo, los altos niveles de burocracia pueden llevar a estancar los procesos, fomentando la atomización del sector para generar productos emprendedores. Si bien el capital humano y las ideas innovadoras son el motor del desarrollo de estas compañías¹², un tema no menor son las fuentes de financiamiento en las etapas tempranas del desarrollo. Es sabido que una Startup tiene dificultades para el acceso al crédito en el mercado bancario tradicional, ya que al no contar con un historial de ingresos se dificulta su calificación como sujeto de crédito. Ésta es una problemática que afecta a todos los segmentos de la industria por igual.

Al efectuar esta pregunta a los encuestados, la mayoría (87 respuestas sobre un total de 131) respondió que, en los primeros doce meses de su inyección, su principal fuente de financiamiento fue capital propio; o bien, aportes de familiares y amigos. En segundo lugar, un 19% afirma haber recurrido a inversores ángeles, modalidad que ha ganado terreno en los últimos años gracias al impulso de la actividad emprendedora. En tercer lugar, con un 8% le sigue el financiamiento a través de fondos de Venture Capital o Capital de Riesgo, que han ganado espacio a partir del año 2017¹³.



Ideas innovadoras y financiamiento en etapas tempranas son el motor del desarrollo dentro de la industria¹⁰



La mayoría de las empresas se desarrollaron mediante capital propio

¹⁰ Análisis: Deloitte, 2020.

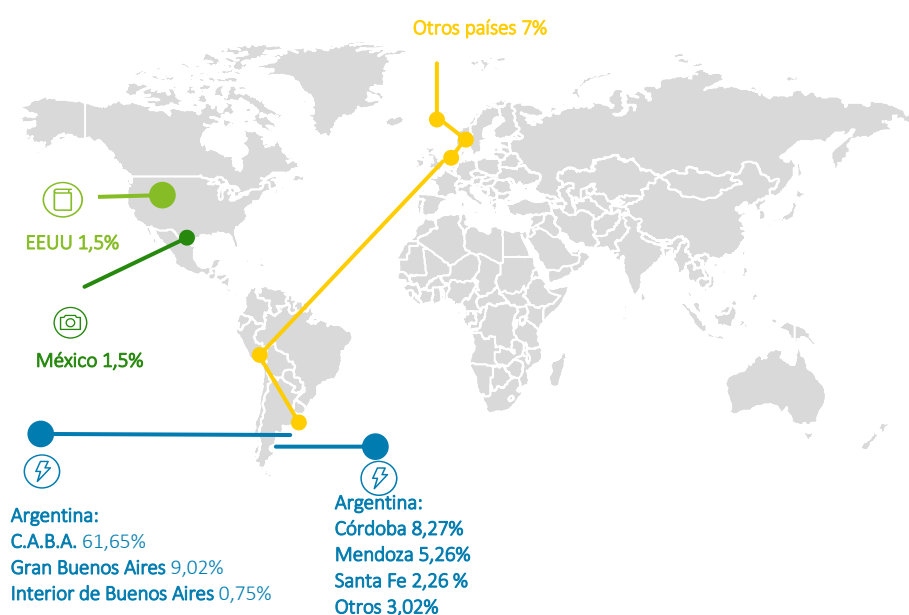
¹¹ Análisis: Deloitte, 2020.

¹² Análisis: Deloitte, 2020.

¹³ Fuente: Accenture, 2018. Informe Ecosistema Fintech Argentino

Localización de la sede y alcance en las ofertas

Aun considerando que la mayoría de las sedes de estas empresas se encuentran en la Ciudad de Buenos Aires, existe un gran número de Fintechs localizadas en el interior del país. Su alcance en la oferta de productos y servicios también es variado, en donde pueden alcanzar a todo el país, Latinoamérica o el mundo. La Ciudad de Buenos Aires fue la opción más elegida por los encuestados como localización de la sede, seguida por la Provincia de Buenos Aires, Córdoba y Mendoza. Esta concentración en Buenos Aires, Córdoba y Mendoza también se observó en el estudio del 2018. Sin perjuicio de ello, en esta oportunidad agregamos como opción de respuesta la localización de la sede en el extranjero y, efectivamente, nos encontramos con un número importante de compañías que son subsidiarias de empresas extranjeras.



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

La industria de pagos digitales está marcando una rápida aceleración a nivel global a medida que los usuarios y el mercado en general perciben las ventajas de estas nuevas modalidades por sobre los sistemas de pago tradicionales. En el plano local, más específicamente en la introducción, hacíamos mención a las medidas adoptadas por el BCRA con el objeto de promover un mayor uso de los medios de pago electrónicos. A esto debe sumarse el crecimiento del comercio electrónico (que tuvo una suba exponencial con motivo de la pandemia del COVID-19) y las tarjetas prepagas, entre otros. Todos estos factores contribuyen a permitir la incorporación de nuevos jugadores apalancados en la tecnología, ofreciendo menores comisiones y experiencias de usuarios más personalizadas.

Las empresas tecnológicas obtienen su diferencial comercial a través de la escala. Una vez que su infraestructura interna y código de software se encuentran en una etapa avanzada, los costos de incorporación de nuevos usuarios y su mantenimiento se reducen drásticamente. En la medida que consiguen insertarse en nuevos mercados, fijan la mira en su próximo objetivo y movilizan los recursos necesarios para su correcta implementación. Actualmente el 44% de las empresas encuestadas afirman contar con operaciones en otros países. Si quitamos de ese universo a las subsidiarias de empresas extranjeras, el porcentaje desciende al 35%. De todos modos, sigue siendo un parámetro elevado considerando que una operación en el extranjero requiere financiamiento en moneda extranjera. Al ver la composición de los verticales que cuentan con operaciones en el extranjero, pudimos observar que la participación es equilibrada, predominando los verticales “Proveedores Tecnológicos” y “Servicios Fintech B2B”, que al constituirse como exportación de servicios requiere menos capital (tanto financiero como humano) que una operación con presencia física. Éstos se encuentran seguidos de cerca por “Inversiones”, “Pagos digitales” y “Préstamos”.

Verticales de la industria

Como hemos comentado en la sección anterior, a medida que el ecosistema Fintech argentino va creciendo y diversificándose, surgen nuevas ofertas de servicios, que a los efectos del presente estudio plasmamos en lo que denominamos “verticales”.

El ecosistema argentino se distingue por brindar un abanico diversificado de productos y servicios únicos. Éstos se apalancan en distintos modelos de negocios innovadores y una marcada necesidad de la población para acceder a ofertas de forma digital y con una mejor experiencia del usuario.

A fines de realizar un análisis representativo, surge la necesidad de agrupar las diferentes organizaciones según su actividad principal en lo que, a continuación, definiremos a los distintos verticales de industria. A su vez, es importante remarcar que la segmentación no es permanente ni estática. La frontera de la innovación se encuentra en constante movimiento y puede generar nuevos segmentos o definiciones. Para esto se consideró el criterio de la Cámara Argentina de Fintech, lo que derivó en nueve categorías principales:

Préstamos

Involucran empresas tecnológicas que otorgan créditos con capital propio, tanto a personas (crédito de consumo) como a PyMEs (crédito de capital de trabajo), de manera 100% online. Es decir, no hay documentación física en el proceso.

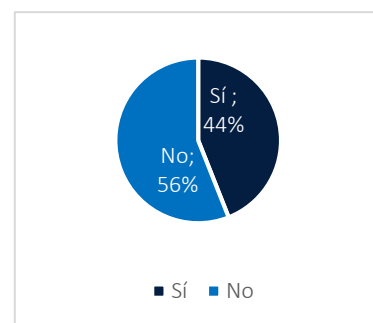
Pagos digitales

Empresas tecnológicas involucradas en el ecosistema de pagos y cobros. Incluye billeteras digitales, servicios de procesamiento de pagos, agregadores, *gateways* y empresas de *remittance* (pagos internacionales), entre otros.

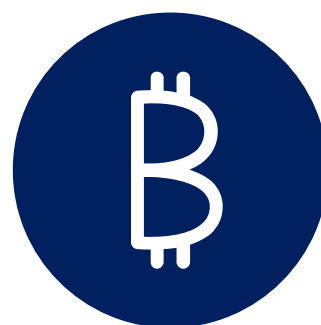
Blockchain & Criptoactivos

Empresas tecnológicas dedicadas al desarrollo de la criptoconomía. Involucra *exchanges*, remesas, billeteras virtuales, pasarelas de pago, pagos internacionales, contratos inteligentes y finanzas descentralizadas (DeFi); todo montado sobre tecnología Blockchain.

Fintechs que cuentan con operaciones en otros países



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.



Insurtech

Empresas tecnológicas dedicadas a optimizar el rendimiento de la industria del seguro, y facilitar el acceso y experiencia de los usuarios. Incluye aseguradoras bajo un modelo digital, *brokers*, servicios de garantías y avales, asesoría y servicios digitales para la actividad aseguradora.

Inversiones

Todo lo referido al acceso al mercado de capitales (tanto para personas como para empresas) mediante soluciones tecnológicas. Involucra agentes de liquidación y compensación, *brokers* digitales, fondos de inversión Fintech, soluciones financieras y gestión de riesgos para intermediarios financieros, *apps* de ahorro programado, infraestructuras de mercado y casas de cambio digitales, entre otros.

Seguridad informática

Empresas tecnológicas dedicadas a proteger la seguridad de los usuarios y de las empresas. Involucra todo lo relacionado a la validación de identidad digital y protección de datos, y soluciones de ciberseguridad.

Servicios Fintech B2B

Empresas tecnológicas que brindan una amplia gama de “soluciones Fintech”, exclusivamente para otras empresas. Entre las principales soluciones encontramos plataformas de crédito, plataformas para intermediación en mercados de capitales, servicios para cumplimiento de regulaciones (RegTech), soluciones para medios de pago corporativos, etc. Los proveedores de estas “soluciones Fintech” tienen como clientes tanto a empresas Fintech como a empresas tradicionales.

Proveedores tecnológicos

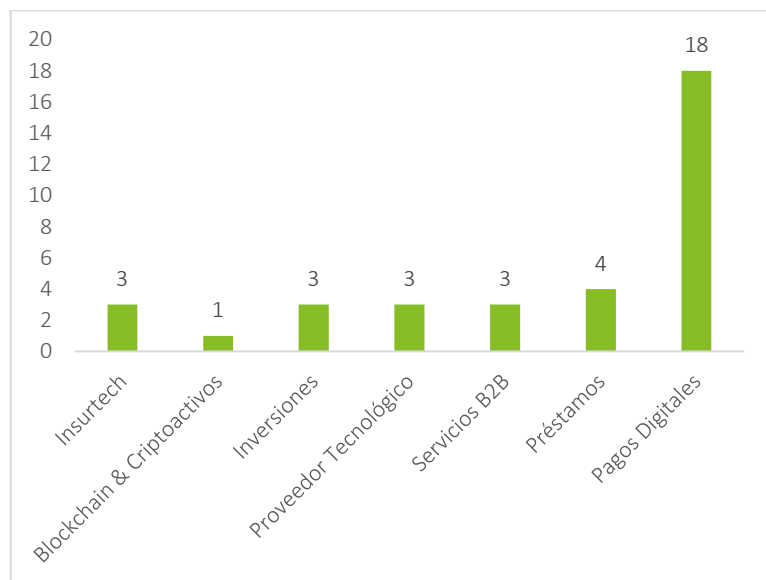
Empresas dedicadas al desarrollo de soluciones tecnológicas e infraestructura para el funcionamiento de la industria Fintech. A diferencia del vertical “Servicios Fintech B2B”, las soluciones que brindan estos proveedores no necesariamente son “soluciones Fintech”, sino que comprenden servicios digitales, como por ejemplo servicios para la industria de medios de pago (tarjetas de débito y crédito), servicios para la administración de clientes y cobranzas, entre otros. Si bien estos servicios son prestados a empresas Fintechs, también realizan sus aportes a empresas tradicionales.

Financiamiento colectivo

Soluciones tecnológicas que conectan personas con disponibilidad de capital y usuarios que lo necesitan, sin intermediación bancaria y con montos de inversión menores a los que requeriría un esquema tradicional. Existen tres subdivisiones dentro del mundo del financiamiento colectivo: *P2P Lending* (préstamos entre individuos), donde un usuario solicita un crédito y muchos aportan el capital para hacerlo realidad; *Equity Crowdfunding* (financiamiento colectivo de capital de la empresa), donde una empresa solicita capital y muchas personas lo aportan, transformándose en dueños de una porción de dicho emprendimiento; y *Real Estate Crowdfunding* (financiamiento colectivo de inversiones inmobiliarias), donde muchas personas aportan inversiones relativamente pequeñas para un desarrollo inmobiliario.



Número de empresas Fintechs creadas durante 2019 y 2020 por categoría (Total =35)

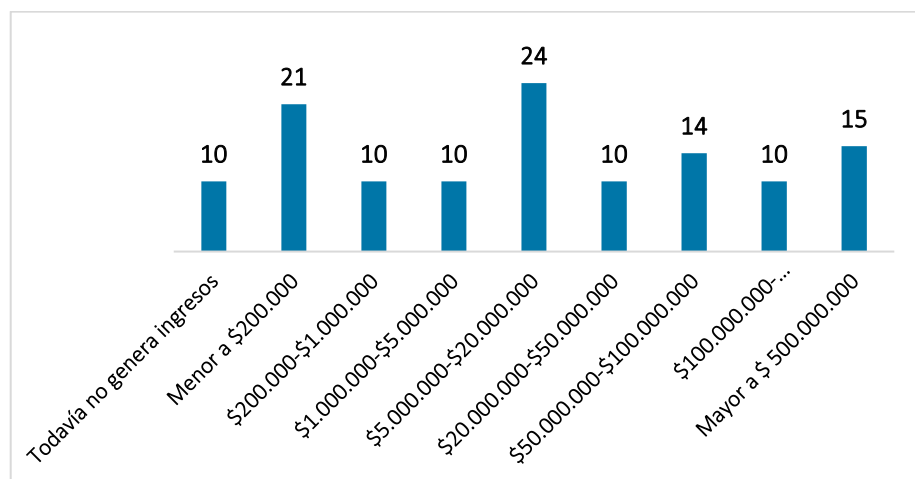


Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Nivel de facturación y crecimiento futuro

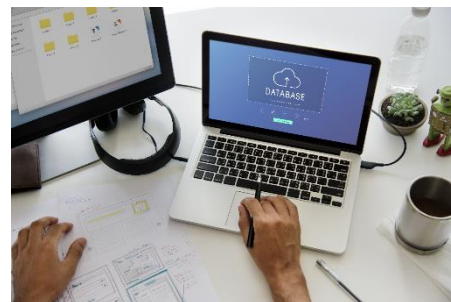
La facturación es un concepto fundamental para dimensionar el tamaño del ecosistema. Los resultados de la encuesta reflejan los niveles alcanzados para el año 2019, junto con sus expectativas de crecimiento.

Cantidad de empresas por rango de facturación anual



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

El sector Fintech en Argentina cuenta con quince (15) empresas con una facturación mayor a \$500.000.000, en donde seis (6) de éstas operan únicamente dentro del país. Se espera observar una sostenida expansión y un crecimiento significativo en la medida que logren incorporarse al resto de la región. La media en la



18 nuevas empresas destinadas a pagos digitales



Argentina posee 15 empresas Fintechs con facturación por encima de los \$500.000.000



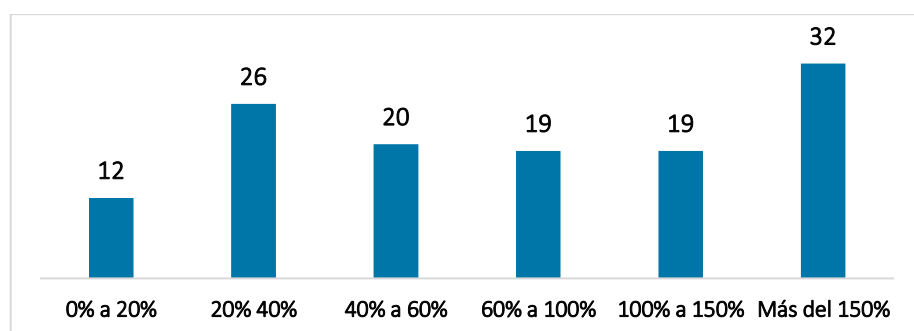
6 de las empresas con facturación por encima de los \$500.000.000 operan únicamente dentro del país

facturación anual para el sector Fintech se ubica en el rango de los \$5.000.000 y \$20.000.000.

Las proyecciones de crecimiento convalidan el potencial del ecosistema. Dado que la mayoría de la tecnología es desarrollada *in house*, o bien con proveedores que conviven dentro del ecosistema local (véase los verticales “Proveedor tecnológico” y “Servicios Fintech B2B”), no se necesita un componente significativo de insumos extranjeros para lograr objetivos. La capacidad técnica de los profesionales argentinos logra competir con países más desarrollados. Dicho de otro modo, la estructura de costos tiene un fuerte componente local, lo cual permite aprovechar las ventajas competitivas domésticas, incluso para exportar servicios a la región.

Las empresas también prevén tasas de crecimiento aceleradas. Gran parte de la hipótesis se basa en la expansión internacional, adquisición de nuevos usuarios y aumento en la cobertura geográfica.

Cantidad de empresas por rango de crecimiento esperado en la facturación anual para el año 2020

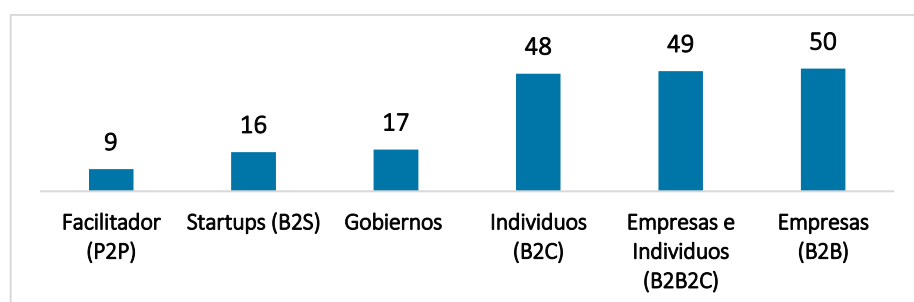


Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Clientes y usuarios

La cantidad de clientes en las plataformas varía significativamente dentro de las distintas categorías. Éstas dirigen sus servicios a diferentes consumidores finales: P2P, B2C, B2B, B2B2C, gobiernos, entre otros. Es una forma de identificar hacia dónde se dirige la innovación y qué pretenden solucionar en función de qué segmentos de mercado requieren estos servicios y soluciones digitales. Estas variables dependen del grado de desarrollo de la economía argentina que reflejan necesidades estructurales y comerciales. En la encuesta, se les preguntó a las Fintechs a quiénes les suelen ofrecer sus servicios (con la posibilidad de responder más de una opción). A continuación, se observan los resultados, marcando una tendencia a trabajar en conjunto con otras empresas y, también, a atender la demanda por personalización que requieren los usuarios individuales.

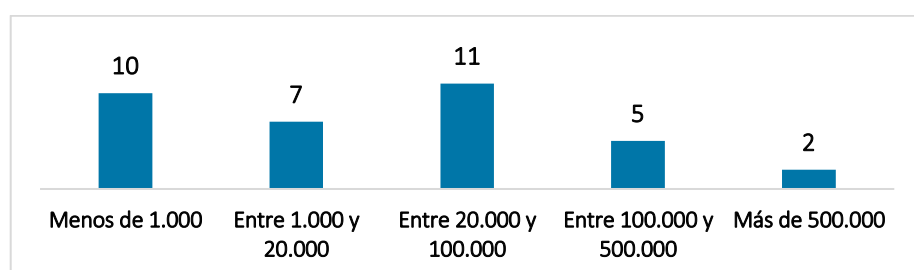
Cantidad de empresas por público objetivo de las Fintechs



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

A los negocios B2C se les preguntó sobre la cantidad de usuarios registrados en la plataforma. Como se ha mencionado anteriormente, algunas empresas globales tienen alcance regional, mientras que otras se enfocan en la región o solamente en el país. A su vez, existen diferentes grados de maduración en el ecosistema, donde conviven Startups con compañías que ya tienen varios años de trayectoria. Esto genera una gran variedad de rangos de usuarios con diferentes características de consumo.

Cantidad de empresas por cantidad de usuarios B2C



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Impacto COVID-19

Uno de los acontecimientos que sin duda ha marcado el año 2020 es la aparición de la pandemia del COVID-19, que ha tenido un impacto significativo en todas las geografías y las actividades económicas. Si bien *a priori* podría concluirse que la industria financiera no es una de las más afectadas (en comparación con otras industrias, como por ejemplo esparcimiento, turismo, transporte), sí se ven afectados los consumidores financieros, tomadores de préstamos y otros agentes económicos que hacen al ecosistema.

Existen diversos estudios y publicaciones que abordan el impacto que la pandemia del COVID-19 está causando en las actividades económicas en general, y las respuestas que están brindando las autoridades gubernamentales y las propias compañías para afrontar estos desafíos¹⁴. En las primeras etapas del confinamiento, las medidas adoptadas por las organizaciones se centraban en el análisis de impactos inmediatos, procurar y asegurar la continuidad del negocio y la cadena de suministro,

¹⁴ Fuente: Deloitte, 2020. <https://www2.deloitte.com/> Covid-19 Collection.

McKinsey, 2020. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/> The next normal.

cuidar la liquidez y los flujos de caja, sostener el volumen de operación, entre otros. Una vez avanzado el proceso, los niveles de preocupación giran en torno a los efectos de mediano plazo, dando por descontado que la situación postpandemia no volverá a ser igual a la situación previa. Comienza a gestarse el concepto de “nueva normalidad”, y las organizaciones y personas comienzan a enfocarse en cómo prepararse para este nuevo contexto.

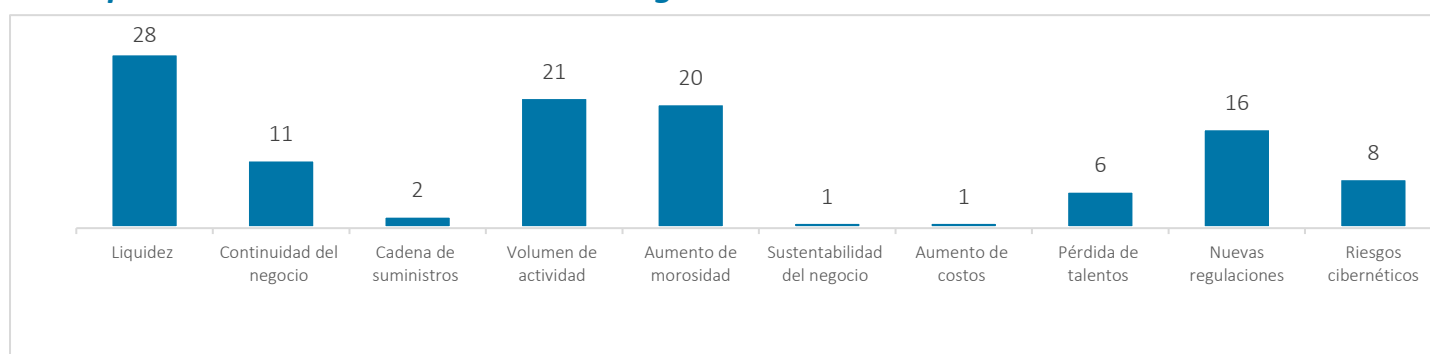
En el marco del presente estudio Fintech, hemos encuestado a los participantes de la industria acerca de las áreas de negocio en las que se estima que la pandemia del COVID-19 puede causar mayor impacto. Para ello, hemos identificado diez (10) áreas comunes en función de los testimonios del mercado, y los estudios y publicaciones que abordan la temática¹⁵.

Las áreas que hemos identificado, para ser clasificadas en función de su importancia, son las siguientes:

- Liquidez / Flujo de caja para atender obligaciones.
- Continuidad del negocio / Interrupción de la operación.
- Cadena de suministros / Proveedores.
- Volumen de actividad / Pérdida de clientes.
- Aumento de morosidad.
- Sustentabilidad del negocio una vez que la situación se estabilice.
- Aumento de costos por nuevos requisitos / Mayor litigiosidad.
- Pérdida de talentos / Dificultad para retener a los mejores talentos.
- Introducción de nuevas regulaciones / Impuestos / Leyes laborales.
- Riesgos cibernéticos.

Los encuestados debían establecer un ranking para cada una de estas áreas en función de su impacto, siendo 1 (uno) la de mayor impacto y 10 (diez) la de menor impacto.

Cantidad de empresas según área en que perciben impacto de la pandemia del COVID-19 sobre el negocio¹⁶



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

¹⁵ Fuente: Deloitte, 2020. <https://www2.deloitte.com/> Covid-19 Collection.
McKinsey, 2020. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/> The next normal.

¹⁶ Corresponde a las áreas clasificadas por los participantes de mayor impacto, medido en cantidad de respuestas.
18

Las respuestas nos permitieron elaborar un ranking general, de cuyo contenido se desprende que las tres principales categorías, ordenadas por nivel de impacto, son las siguientes:

1. Liquidez / Flujo de caja para atender obligaciones.
2. Volumen de actividad / Pérdida de clientes.
3. Aumento de morosidad.

Análisis por vertical

Los verticales que identificaron como principal impacto, causado por la crisis de la pandemia del COVID-19 a la liquidez y al flujo de caja para atender obligaciones, son los segmentos de “Pagos digitales”, “Proveedor tecnológico” y “Servicios Fintech B2B”.

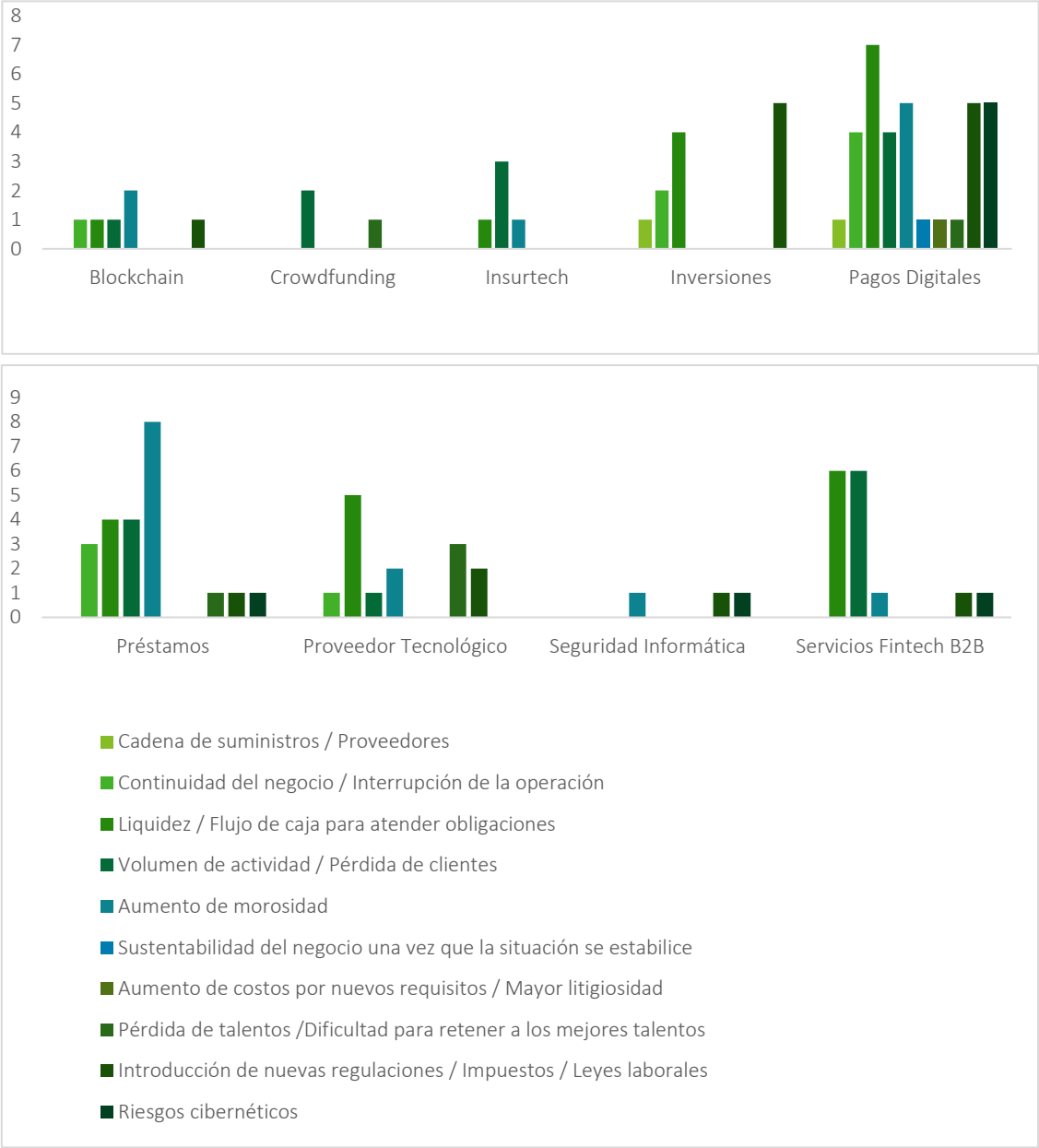
Por su parte, el vertical “Préstamos” identifica como aspecto prioritario el aumento de la morosidad, seguido por el volumen de actividad / pérdida de clientes, y la liquidez y flujo de caja para atender obligaciones. Cabe mencionar que este último concepto está íntimamente relacionado con los dos primeros.

En cuanto al vertical “Inversiones”, los encuestados marcan como área de mayor preocupación la posible introducción de nuevas regulaciones / impuestos / leyes laborales que puedan dificultar la actividad a futuro, seguido por la liquidez y flujo de caja para atender obligaciones. Los “Servicios Fintech B2B” resaltan como área prioritaria el volumen de actividad / pérdida de clientes junto al aspecto ya mencionado de la liquidez y flujo de caja para atender obligaciones. La preocupación por el volumen de actividad / pérdida de clientes es el aspecto más significativo del vertical “Insurtech”, visión también compartida con el vertical “Crowdfunding”.

En relación con los “Pagos digitales”, si bien mencionamos como área prioritaria a la liquidez y flujo de caja para atender obligaciones, le siguen en orden de importancia el aumento de la morosidad (cuestión compartida con el vertical “Préstamos”), la introducción de nuevas regulaciones y, un aspecto no mencionado hasta aquí, que son los riesgos cibernéticos.

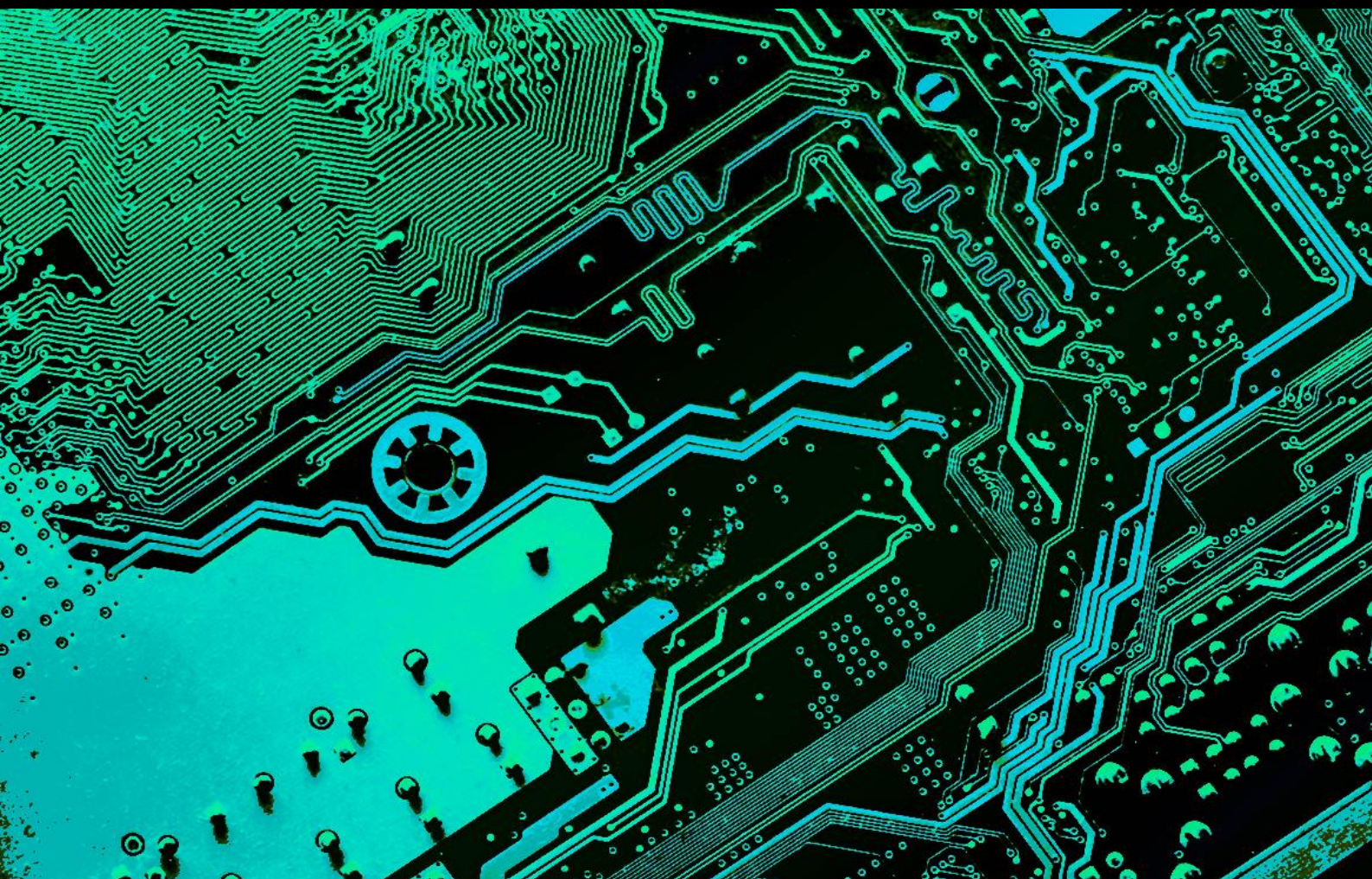
Para finalizar, los niveles de preocupación de los verticales “Seguridad informática y Blockchain” están repartidos en varias áreas, entre las cuales podemos mencionar el aumento de la morosidad y la introducción de nuevas regulaciones.

Áreas en que las Fintechs perciben mayor impacto de la COVID-19 por vertical (medido en cantidad de respuestas)



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Verticales de industria





PRÉSTAMOS

Introducción

La industria de préstamos Fintech se encuentra atravesando una rápida aceleración a nivel global. Sin embargo, su tamaño varía según cada región. Las regiones presentan diferentes grados de desarrollo económico, y de estructura del mercado financiero y de capitales: en líneas generales, cuanto más alto es el ingreso promedio del país y menos competitivo su sistema bancario, mayor potencial de crecimiento presenta el sistema de préstamos Fintech. Las Fintechs ofrecen una nueva alternativa de financiamiento a consumidores y comercios, mayor acceso a productos y servicios financieros a sectores no bancarizados, y facilitan la eficiencia en la provisión de servicios financieros. Como se mencionará más adelante, un aspecto fundamental y determinante para este segmento en particular es la percepción que las propias empresas Fintechs tienen sobre la regulación bancaria. Dicha industria también afronta ciertos desafíos, los cuales se centran principalmente en asegurar un adecuado umbral de protección hacia el usuario y el inversor.

Dada la importancia y el impacto que tiene la industria de préstamos Fintech en las diferentes economías, la siguiente sección se concentrará en el desarrollo del “vertical”, que se define como un servicio que permite el acceso al crédito utilizando plataformas electrónicas que no se encuentran operadas por bancos comerciales tradicionales.

Características de los Préstamos

La industria y su tecnología

Los préstamos Fintech se facilitan a través de plataformas electrónicas (online). Estas plataformas varían significativamente según su diseño particular; pero la gran mayoría obtiene su valor a través de la innovación tecnológica en el proceso de interacción con consumidores y el procesamiento de grandes volúmenes de datos.

Por definición, estas compañías no pueden efectuar intermediación financiera; caso contrario, deberían solicitar la autorización para funcionar como entidad financiera conforme a la Ley de Entidades Financieras y la regulación del Banco Central de la República Argentina (BCRA).

El fondeo de las actividades de estas compañías es fundamental para apalancar el modelo de negocio. Las fuentes de financiamiento tradicionales son el capital propio, las líneas de crédito de entidades financieras (que deben registrarse como proveedores no financieros de crédito ante el BCRA), las ventas de cartera de créditos y la financiación en el mercado de capitales, ya sea en calidad de emisoras conforme a la normativa de la Comisión Nacional de Valores (CNV) o a través de finanzas estructuradas (básicamente mediante la *securitización* de activos)¹⁷.

Una de las variantes a través de las cuales estas compañías no prestan su propio balance es el modelo P2P (*peer to peer*), que provee un proceso de *originación* de préstamos estandarizados para consumidores e inversores. Esta modalidad también es conocida como *Crowdlending*, y es una variante dentro del vertical “Crowdfunding”. Sin embargo, el concepto de *Crowdfunding* se refiere más a la financiación colectiva, es decir, un *pool* de inversores que financian o aportan capital para un proyecto; o bien, un inversor individual que financia a más de un emprendimiento. Volviendo a la modalidad P2P, dentro de los requisitos para la *originación*, los tomadores deben presentar: 1) información estándar para calificar como sujeto de crédito; y 2) aplicación de fondos (destino de éstos).

Luego de recibir la información solicitada, se aplican algoritmos de *Machine Learning* o *Inteligencia Artificial*, que permiten optimizar el proceso de alta de clientes, quienes son presentados a inversores de acuerdo con su perfil de riesgo. Una vez que los inversores y los deudores se ponen de acuerdo en los términos, entran en rigor las leyes contractuales de préstamos. Esto asegura que el riesgo de la operación se distribuye entre los usuarios, y no recae en la plataforma misma o en la empresa. Tales contratos suelen estar equiparados con respecto a la duración, por lo que los inversores no pueden retirar su dinero de forma instantánea. En algunas plataformas P2P existe un mercado secundario que le provee de liquidez al sistema y permite la transferencia de los derechos crediticios entre usuarios.

Una vez que se origina el préstamo, la plataforma actúa como agente para los inversores, rembolsándoles el capital más los retornos, a cambio de comisiones.



Los préstamos digitales benefician a los usuarios finales



Mediante un sistema digital, los usuarios logran optimizar su tiempo

¹⁷ Análisis de Deloitte en base a la información pública disponible en las páginas web del BCRA y CNV.

Al no efectuar intermediación y no exponer su propio balance, la plataforma mantiene los registros, cobra las cuotas y rinde los fondos a los inversores.

Para mejorar el funcionamiento y la eficiencia de la información, algunas plataformas proveen servicios adicionales, tales como análisis del perfil crediticio de los deudores y de equilibrio de precios de los préstamos. La plataforma suele realizar un perfil crediticio, que se comunica mediante un *credit rating*. Éste sirve para determinar el precio de los préstamos y fijar las tasas de interés. Otras plataformas aplican sistemas más flexibles, tales como las subastas.

¿Qué tipos de préstamos ofrecen?



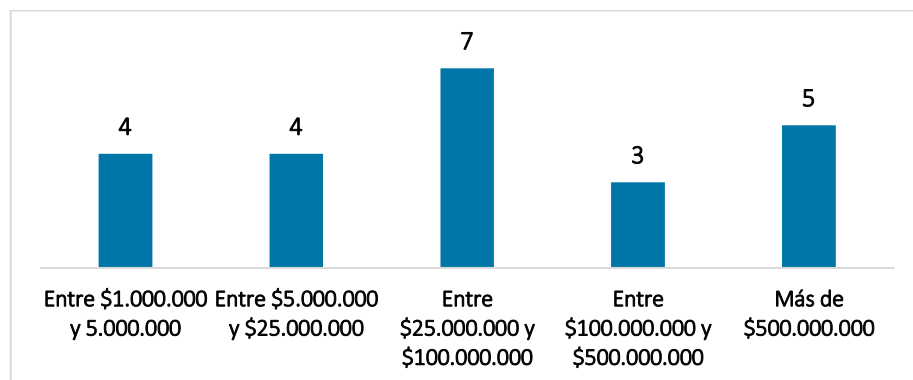
Ecosistema de préstamos Fintech en Argentina

Se puede observar la existencia de dos segmentos con respecto a los usuarios de los préstamos otorgados. El primero consiste en consumidores finales, los cuales reciben el capital para uso personal. El segundo corresponde a préstamos otorgados a Pymes. Dado que no todas las Fintechs se encuentran operando en ambos segmentos, se considera la necesidad de un análisis separado.

Mercado de individuos

Sobre el vertical “Préstamos”, de 23 empresas que han respondido la encuesta Fintech 2020 sobre un total de 60 empresas que conforman el ecosistema de “Préstamos”, se obtuvo la siguiente distribución en el capital total prestado (ARS) para individuos, durante el año 2019:

Cantidad de empresas por volumen de préstamos otorgados durante 2019 (ARS)¹⁸



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.



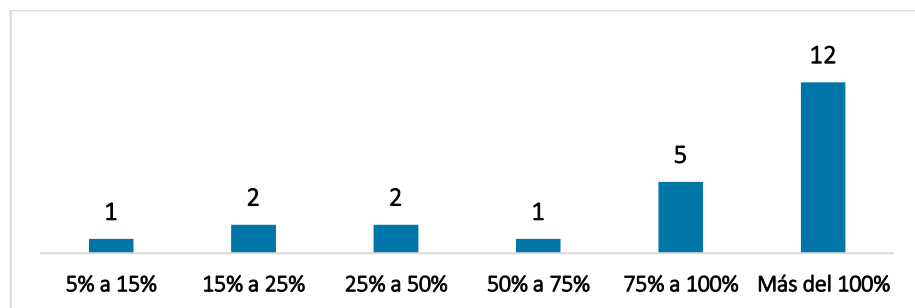
El capital promedio por préstamo es menor a \$20.000



Requisitos más laxos desde la perspectiva del tomador, sumados a procesos robustos de scoring, permiten una mayor velocidad en el proceso de solicitud

¹⁸ Las cifras en pesos (\$) corresponden a los capitales acumulados. Las respuestas corresponden a la cantidad de empresas (total 23 respuestas).

Cantidad de empresas por tasa nominal anual promedio de los préstamos en 2019 (ARS)



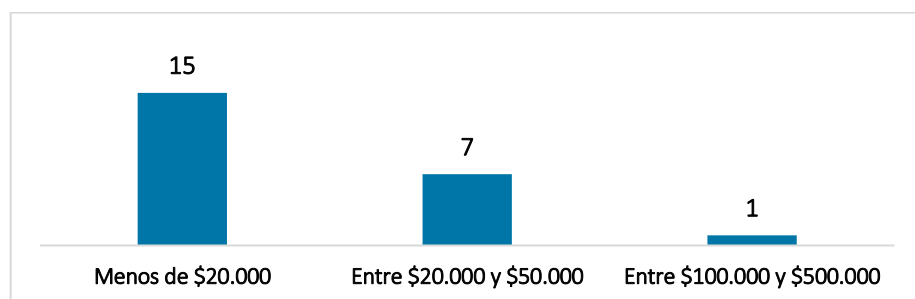
Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Según los resultados de la encuesta, el 70% de las empresas Fintechs en el vertical "Préstamos" otorgaron tasas nominales anuales mayores al 75% en pesos durante 2019.

El nivel de tasas cobradas por las empresas Fintechs del segmento préstamos podría estar relacionado al mayor costo de fondeo (ya sea capital propio o de terceros) que enfrentan estas empresas en comparación con los bancos tradicionales. Por otra parte, al atender en general a segmentos a los cuales no llegan los bancos tradicionales, el riesgo de incobrabilidad puede resultar mayor. En definitiva, costo de fondeo y riesgo de incobrabilidad son componentes importantes en el proceso de formación de las tasas activas.

En cuanto a los tickets promedio, los resultados de la encuesta permiten evidenciar que la mayoría de las Fintechs otorgan préstamos por montos reducidos. Al contar con tecnología de vanguardia e infraestructura flexible, la gran mayoría de los préstamos resultaron en montos menores a \$20.000, mientras que el monto promedio de los préstamos para el conjunto del sistema financiero es cercano a los \$100.000¹⁹. Esto representa un gran avance en términos de inclusión financiera, permitiendo a los ciudadanos obtener capital, en montos tradicionalmente bajos, de una forma sencilla y sin tener que acercarse a una sucursal física.

Cantidad de empresas por capital promedio por préstamo otorgado durante 2019 (ARS)



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

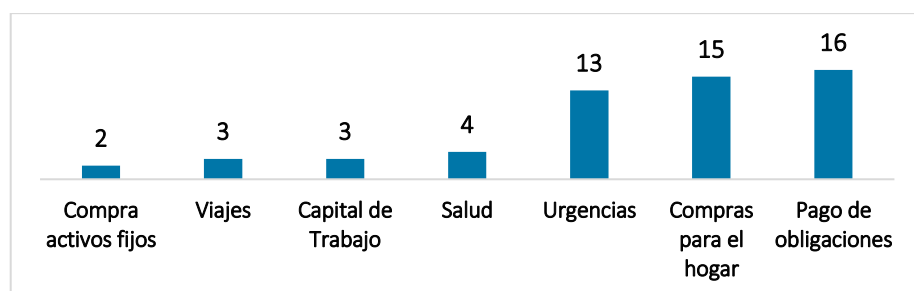
El uso de los créditos varía, principalmente, en tres rubros principales: **urgencias, compras para el hogar y pago/cancelación de obligaciones**. Esta distinción en su uso demuestra la manera en que las personas se relacionan con el sistema



¹⁹ Fuente: BCRA, 2020. Anexo estadístico al informe sobre bancos a junio 2020.

financiero. No es lo mismo realizar un trámite bancario con una urgencia de tiempo de trasfondo, que solicitarlo online y recibirlo en unas pocas horas. Es importante conceptualizar el uso final de los fondos, para lograr adaptar las plataformas y los sistemas hacia esos propósitos. También cabe destacar que estas modalidades de uso están intrínsecamente relacionadas con la situación macroeconómica del país.

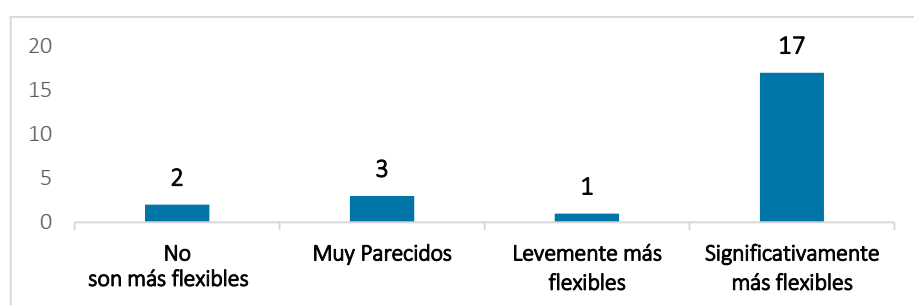
Cantidad de empresa por principal destino de los préstamos solicitados (se permite más de una respuesta por empresa)



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Como se mencionó previamente, la flexibilidad tecnológica permite obtener los mismos resultados con menor esfuerzo. Si bien la mayoría de las Fintechs cuentan con procesos robustos de *scoring* y evaluación del riesgo de crédito basado en tecnología, desde la perspectiva del tomador de fondos **los requisitos de acceso son significativamente más laxos**. Esto último se desprende de las respuestas acerca de si los requisitos de acceso al préstamo en las Fintechs son más flexibles que los tradicionales.

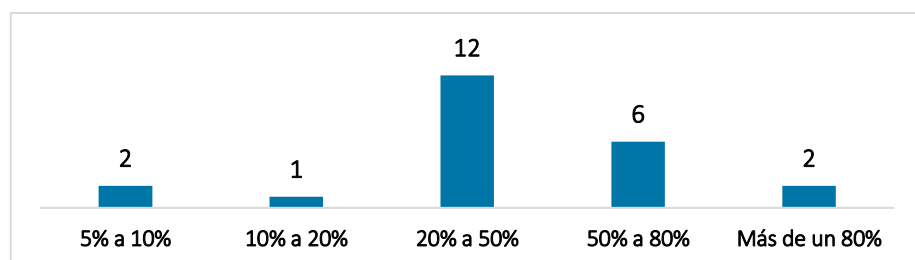
Cantidad de empresas por requisitos de acceso al préstamo en comparación con los sistemas tradicionales



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

También, las empresas Fintechs del vertical “Préstamos” afirman ofrecer mejores experiencias de usuario y beneficios (en función de la percepción de los encuestados) por ser un proveedor confiable y recurrente. En algunos casos, los segundos préstamos se otorgan con tasas menores y condiciones más flexibles. También se mejora el perfil crediticio del usuario permitiéndole conseguir el capital en menor tiempo. A continuación, se presenta la recurrencia de los usuarios en la toma de los créditos.

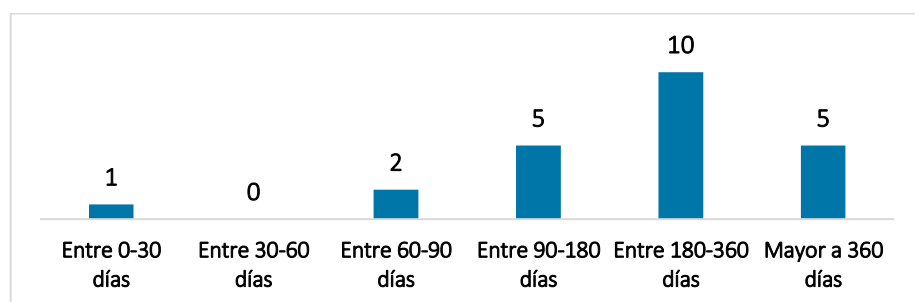
Cantidad de empresas por porcentaje de usuarios que toman un segundo préstamo



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Tales segundos créditos presentan similitudes con el sistema financiero tradicional. La mayoría de los préstamos son a plazos mayores a 180 días.

Cantidad de empresas por plazo promedio de los préstamos



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.



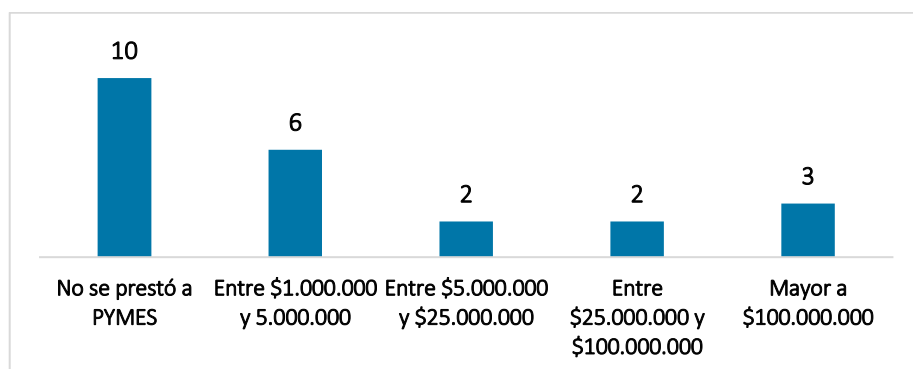
Las empresas pueden solicitar sus préstamos sin destinar su tiempo al proceso de solicitud y abocándolo a la propia operatoria

Mercado Pyme

Con respecto al mercado de Pymes: los montos totales prestados son **significativamente menores y solamente trece (13) empresas se encuentran ofreciendo esta funcionalidad**. Una de las razones que podrían explicar que sólo 13 de 23 Fintechs presten a Pymes, podría ser el grado de informalidad²⁰ en el que operan algunas Pymes. Desde la perspectiva del prestamista, se hace más dificultoso el proceso de evaluación del riesgo de crédito al no poder contar con información financiera fiable de parte del tomador de fondos. A esto deben sumarse las características intrínsecas de los modelos de *scoring* para Pymes que, en general, son más complejos que los sistemas de *scoring* para individuos. Para lograr adaptar los algoritmos, es necesario un equipo de riesgo crediticio más robusto que considere variables significativamente más complejas²¹.



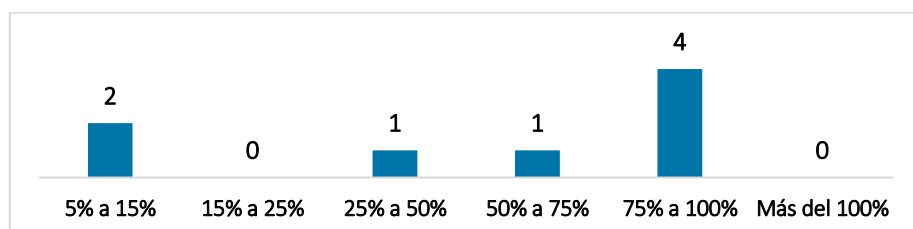
Cantidad de empresas por capital total prestado durante 2019 (ARS)



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Los encuestados afirman que las empresas que son conocidas en el mercado o bien que ya fueron sujetos de crédito con anterioridad, poseen en general un perfil crediticio más seguro, y por lo tanto las tasas ofrecidas pueden resultar más bajas. Esto se debe, en gran medida, al historial de repagos exitosos que presentan las empresas junto con su capacidad de generación de flujos futuros.

Cantidad de empresas por tasa nominal anual de los préstamos durante 2019 (ARS)



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Una estrecha cooperación entre las Fintech y las PyMEs es fundamental para el crecimiento de la economía argentina

²⁰ El concepto hace referencia a transacciones económicas que no están reflejadas en los registros contables de la empresa; y, por lo tanto, no quedan registradas en la información financiera, que es utilizada para evaluar la capacidad de pago del sujeto de crédito.

²¹ Análisis: Deloitte, 2020.

Conclusión

La industria de préstamos Fintech presenta un rápido crecimiento desde su inyección en 2005. En opinión de las empresas encuestadas, el crecimiento del sector responde a que estas empresas brindan una mejor experiencia de usuario, procesos de evaluación de riesgos basados en el desarrollo tecnológico y motores de cálculo robustos, y llegada a segmentos no bancarizados. La industria cuenta con un alto grado de expansión, pero continúa siendo pequeña en comparación con otros países y con el propio sistema financiero local.

Las empresas encuestadas afirman que el crédito Fintech les ha permitido a individuos y empresas mejorar su calidad en el acceso al crédito, a la vez que les provee opciones de rendimiento a los inversores. La diversidad en los modelos de negocios en la industria pone de manifiesto distintos desafíos a superar, entre los cuales se encuentran las nuevas tendencias de la demanda (en particular, de los consumidores financieros), la posibilidad de nuevas regulaciones en el mediano plazo, y la estabilidad del propio negocio y de los tomadores debido a condiciones económicas cambiantes.



PAGOS DIGITALES

Introducción

Las nuevas tecnologías son el núcleo de las empresas Fintechs. Esto, a su vez, tiene repercusión en la oferta de productos de pagos digitales y en sus modalidades de acceso. Esta industria presentó un valor global de transacciones cerca de los USD 3.8T durante el año 2019.

Las Fintechs pueden ser aprovechadas para mejorar el diseño de las cuentas de transacción y los productos de pago, hacerlos accesibles a una población desatendida, mejorar la experiencia del usuario, lograr ganancias en eficiencia y disminuir las barreras de entrada al mercado.

Fuente de dato cuantitativo: EMarketer, 2019.
Análisis: Deloitte, 2020.

Características de los pagos digitales

La industria y su tecnología

La industria de pagos digitales es una de las más desarrolladas dentro del ecosistema Fintech, **en donde se obtuvieron respuestas de 38 empresas de un total de 64 empresas**, que conforman el ecosistema de este vertical y que ofrecen una gran variedad de servicios, entre los que se destacan:

- **Billetera virtual:** son aplicaciones para teléfonos inteligentes que permiten transaccionalidad (pagar con tarjetas, usar códigos QR, transferir dinero, pagar servicios, extraer efectivo de un ATM, etc.). Las billeteras pueden incluir lo que se denomina "cuentas de pago" o "cuentas virtuales". Esas cuentas permiten tener dinero a nombre de una persona para realizar las transacciones. Una vez cargado el saldo, se puede utilizar para múltiples fines. En el mundo, se lo denomina dinero electrónico, porque es la manera "electrónica" de llevar efectivo.
- **Remesas:** herramientas que facilitan las transferencias al exterior o permiten el cobro de ventas realizadas en otros países.
- **Agregadores y facilitadores de pago:** soluciones que permiten a los comercios aceptar pagos con tarjetas, tanto en tiendas físicas como de comercio electrónico. El agregador de pagos utiliza sus propios números de comercio de cara al adquirente (administradoras de sistemas de tarjetas de crédito que adhieren comercios)²².
- **Gateways de pago:** plataformas informáticas que permiten al comercio electrónico capturar y procesar la información de los compradores en el sitio web del vendedor, y transferir esta información al adquirente.

Mediante estas herramientas, se busca una mejora en la experiencia del usuario, a un menor costo y en una menor cantidad de tiempo invertido. Del mismo modo, tener mayor concentración de productos dentro de un mismo sistema para agilizar la mayoría de, si no todas, las necesidades de pago y transferencias diarias.

Las Fintechs argentinas que ofrecen este tipo de producto observan que la tasa de penetración y acceso a dispositivos móviles es elevada, pero no así el acceso a medios de pagos digitales. Millones de personas que no se encontraban digitalizadas y no podían realizar pagos por Internet, cobros o transferencias, ahora pueden usar estas alternativas para lograr su inclusión dentro del sistema financiero.



Los nuevos sistemas de pagos digitales permiten una mejor experiencia a sus usuarios

Las estrategias de inclusión financiera procuran aprovechar los beneficios de la tecnología y el mundo digital

²² *Adquirencia* es la actividad mediante la que la empresa prestadora del servicio (adquirente) adhiere comercios al sistema de tarjetas de crédito. Cada comercio posee un número de establecimiento que lo vincula con el adquirente. Por su parte, los agregadores y los facilitadores de pago actúan como un nexo entre el comercio y el adquirente. Dicho de otro modo, el comercio se vincula con el adquirente por intermedio del agregador o el facilitador de pago.

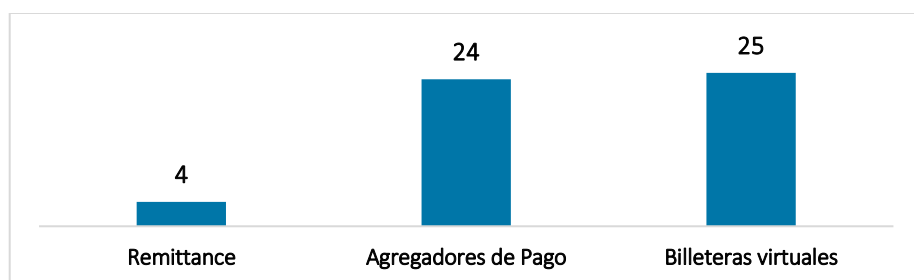
¿Cuáles son los obstáculos con los que se enfrenta el sector?

Las Fintechs orientadas a este sector enfrentan ciertos riesgos en cuanto a la resistencia operacional y cibernética, la protección de los fondos de los clientes, la protección de los datos y la privacidad, la exclusión digital y la concentración del mercado. Si no se gestionan adecuadamente, estos riesgos podrían socavar los resultados de la inclusión financiera. Esto pone en relieve la importancia de contar con marcos eficaces de reglamentación, supervisión y vigilancia. Además, se debe prestar especial atención a la promoción de una innovación responsable que no excluya a los sectores desfavorecidos de la población, fomentando diseños que se ajusten a las necesidades de esos sectores²³.

Ecosistema de pagos digitales en Argentina

Los resultados de la encuesta muestran que el mayor uso de las herramientas de pagos digitales está asociado a billeteras virtuales y agregadores de pago. Estos últimos se utilizan mayormente para cobros en comercios. Además, los códigos QR también se encuentran en una etapa más madura dentro de la región y hoy comienzan a ser una parte fundamental dentro de las operaciones de cobros digitales.

Cantidad de empresas por servicio ofrecido en Argentina (se permite más de una respuesta por empresa)



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Como se mencionó anteriormente, los servicios más utilizados dentro del ecosistema son las billeteras virtuales y los agregadores de pago. También se observa que **menos de un 20% de los movimientos de las billeteras fueron realizados entre personas** durante los últimos cuatro meses. Por otro lado, las Fintechs se encuentran colaborando en un mayor grado de relacionamiento con los comercios para lograr adaptar eficientemente sus ofertas a las demandas de los usuarios, ya que esta línea representa la mayoría de las transacciones en sus plataformas.



La utilización de nuevos sistemas de pago, como el código QR, están teniendo un crecimiento acelerado dentro del ecosistema financiero local

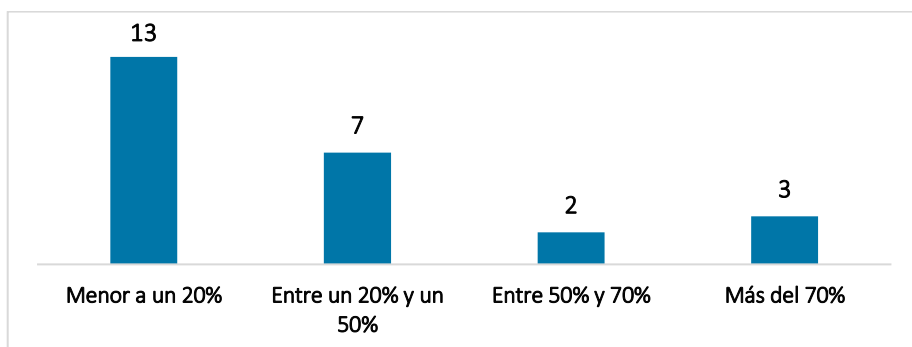


Mediante la utilización de pagos digitales, los usuarios pueden realizar compras por Internet y, así, obtener mejores productos a un menor precio

²³ Análisis: Deloitte, 2020.



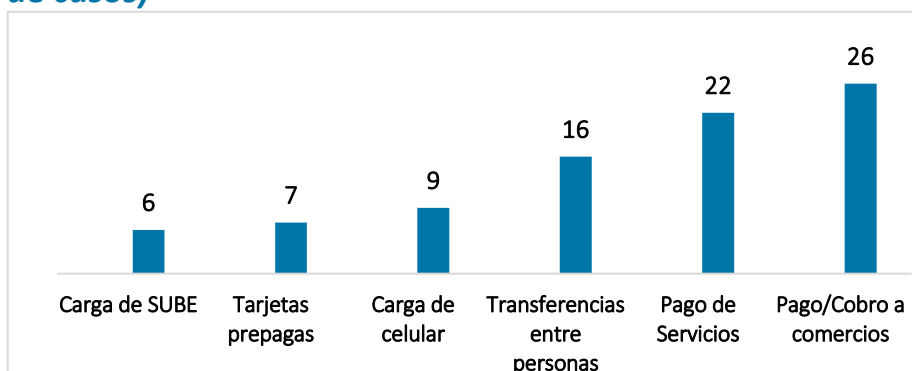
Cantidad de empresas por movimientos de dinero entre personas utilizando las billeteras virtuales, expresado sobre el total de movimientos (últimos cuatro meses)



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Si se consideran las mejoras que presentan los pagos digitales y los inconvenientes del manejo del efectivo, se prevé una mayor adaptación por parte de los usuarios hacia esta nueva tecnología

Servicios mayormente elegidos por los usuarios (cantidad de casos)



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

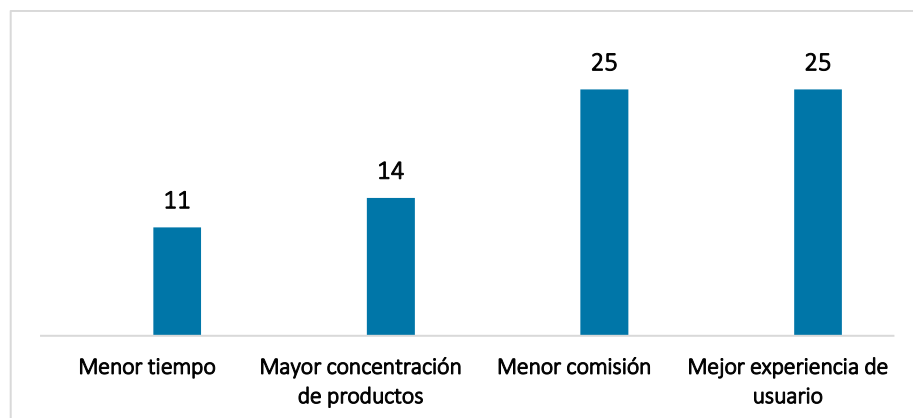


Mediante este nuevo modelo de pagos digitales, se les permite a millones de personas no bancarizadas acceder a los distintos beneficios del mundo moderno

La rápida digitalización de los pagos, sumado al mayor uso del comercio electrónico y la mayor presencia de teléfonos móviles propenden a un mayor uso del dinero electrónico en detrimento del efectivo. El uso del efectivo requiere su producción física, su distribución, recepción y atesoramiento por el sector privado. En esta cadena participan bancos, transportadoras de caudales, comercio *retail* con sucursales físicas y empresas de recaudaciones y cobranzas, entre otros. El nuevo modelo cuenta con varias mejoras y eficiencias, tanto por un lado operacional como en la experiencia de los usuarios²⁴.

²⁴ Análisis: Deloitte, 2020

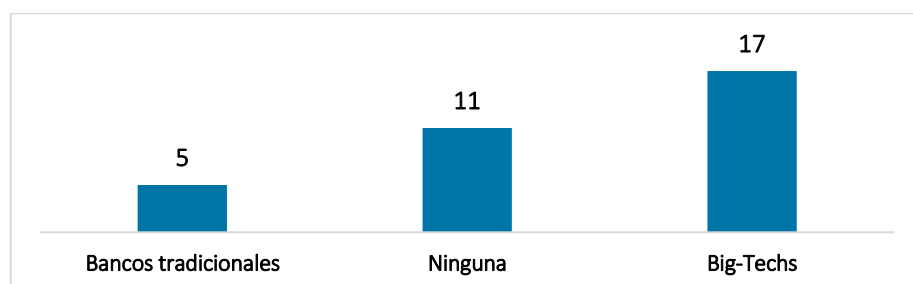
Beneficios que aporta el producto a diferencia de los sistemas tradicionales (cantidad de casos)



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Según la opinión de los encuestados, a diferencia de los sistemas de transferencias y pagos tradicionales, los pagos digitales permiten una mejor experiencia del usuario mediante la aplicación de nuevas tecnologías que tienen el potencial de transformar la prestación de servicios financieros, estimulando el desarrollo de nuevos modelos empresariales, aplicaciones, procesos y productos. Los encuestados afirman que éste no es el único beneficio que brindan las Fintechs del sector. La facilidad en la incorporación para los distintos comercios les permite a éstos expandir su alcance regional, incrementando la facturación y, a su vez, el volumen del mercado de pagos digitales. El crecimiento de la industria de pagos digitales permite la aparición de nuevos jugadores, tales como proveedores de servicios de pago, agregadores, y facilitadores de pago y *gateways* de pago, entre otros, que conviven con los participantes tradicionales del sistema de pagos (bancos, administradoras de tarjetas, entidades adquirentes, etc.).

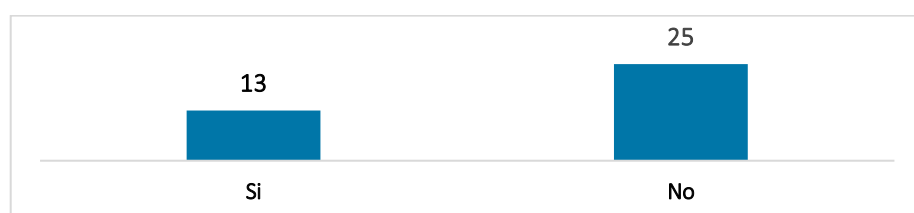
Cantidad de empresas según percepción de instituciones financieras que representan una mayor competencia para el negocio



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Si bien el sector Fintech es relativamente nuevo, la innovación ha ido configurando la evolución de los servicios de pago a lo largo del tiempo y ha servido como engranaje de la reforma de su esqueleto operacional. Las empresas Fintechs vienen en busca de un cambio de paradigma mediante la innovación y la tecnología. Las Fintechs no perciben que sus mayores competidores sean los bancos tradicionales, con quienes compiten en algunos segmentos, pero son totalmente complementarios en otros, sino que consideran que sus reales competidores son las Big-Techs. Las Big-Techs son empresas tecnológicas que se apalancan en la innovación, utilizándola para desarrollar los servicios financieros en pos de comprender y asistir de una manera más personalizada al usuario final, reunir datos de manera más eficiente y realizar un seguimiento efectivo del comportamiento de los clientes en sus plataformas.

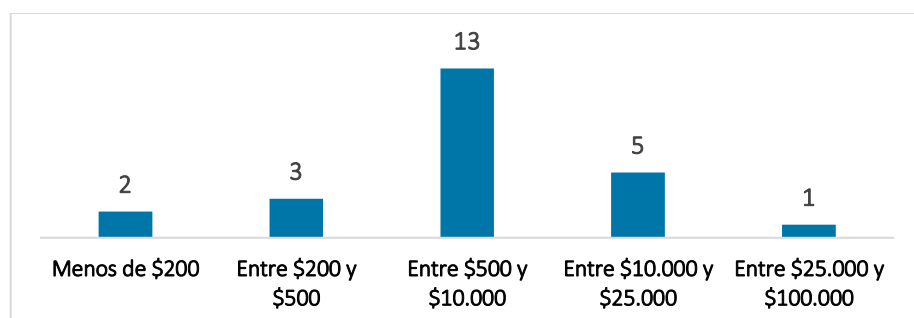
Incorporación de tarjetas prepagas (cantidad de empresas)



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

La incorporación de tarjetas prepagas contribuye a la inclusión financiera, ya que pueden ser utilizadas por personas no bancarizadas. Si bien el instrumento no se encuentra ampliamente difundido en la región, queda claro el potencial y el trabajo diario de las Fintechs con vistas a poder añadir y desarrollar esta nueva herramienta en el mercado.

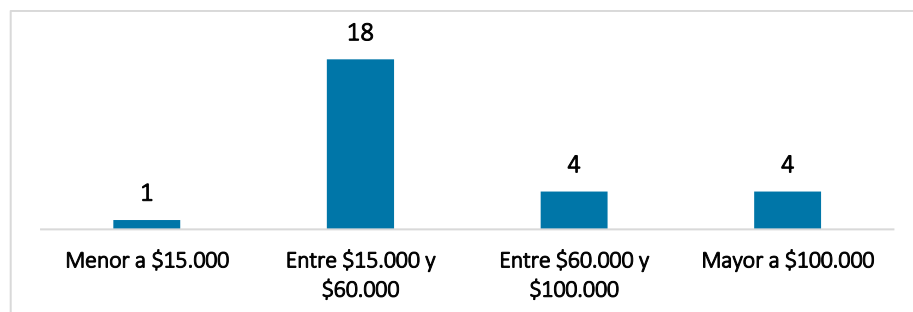
Cantidad de empresas por monto promedio del saldo mensual por usuario en las plataformas de billetera virtual



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

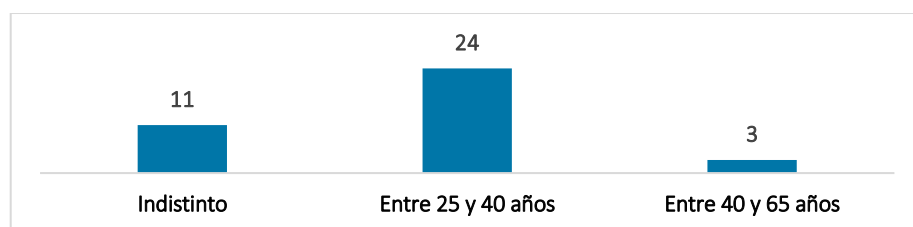
Según lo reportado por las empresas encuestadas, los usuarios que usan las billeteras virtuales poseen montos promedios mensuales de entre \$500 y \$10.000, que son administrados mediante las plataformas digitales. Además, el nivel de ingresos promedio que posee su público objetivo se encuentra entre \$15.000 y \$60.000. Aun considerando que el público objetivo no representa los sectores más vulnerables, se podría esperar una mayor incorporación de este segmento en el uso de herramientas de medios de pago digitales, de modo tal de contribuir a una mayor inclusión financiera.

Cantidad de empresas por nivel de ingresos del público objetivo



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

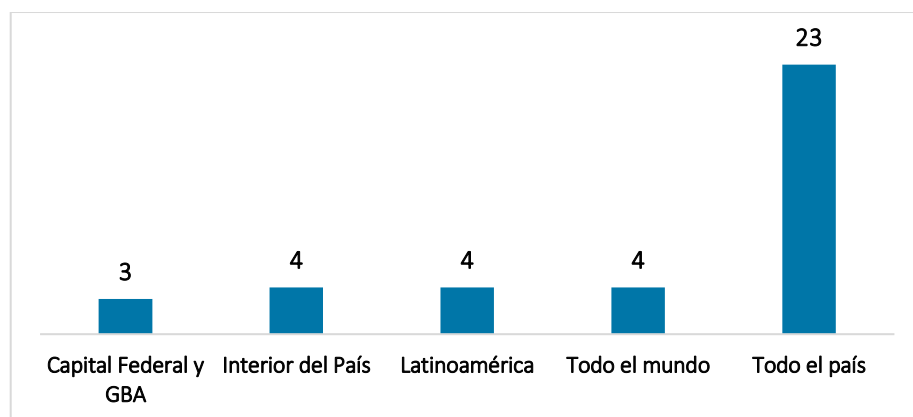
Cantidad de empresas por edad del público objetivo



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Los productos-billetera y las tarjetas prepagas se orientan, en mayor medida, a la generación comprendida entre 25 y 40 años, permitiéndoles de esta manera un mayor acceso a herramientas para administrar sus finanzas de manera eficiente y económica. Es importante mencionar que estos productos financieros se distribuyen por todo el país, en la medida que se cuenta con la infraestructura de internet adecuada.

Cantidad de empresas por público objetivo en términos de distribución geográfica



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Conclusión

Los pagos digitales se están consolidando como una alternativa de la forma en que los ciudadanos se relacionan con sus necesidades financieras. En opinión de las empresas encuestadas, los beneficios que esta tecnología presenta radican en un menor costo, mayor seguridad y mejor experiencia de usuario en comparación con los sistemas tradicionales. En la medida que la población logre comprender y relacionarse con mayor facilidad al mundo digital, se espera observar una marcada adopción masiva de las ofertas disponibles.

En la actualidad, el segmento de usuarios que impulsa adopción de los pagos digitales está distribuido por todo el país, dejando en claro el alcance de esta modalidad de pago y su facilidad para adaptarse en diferentes regiones y economías.

Los principales desafíos percibidos por las empresas del sector comprenden la protección de la información de los usuarios, la informalidad de algunos segmentos de la economía en los que prevalece el uso de efectivo, y la capacidad de los jugadores tradicionales del sistema de medios de pago para adaptarse rápidamente a incorporar las mejoras tecnológicas que las Fintechs se encuentran impulsando.



**BLOCKCHAIN
&
CRIPTOACTIVOS**

Introducción

Blockchain es una nueva tecnología con la capacidad de transformar el esqueleto del sistema financiero. Su confianza y estabilidad está basada en una red de protocolos criptográficos que no requiere de intermediarios o un ente central para su funcionamiento. Cuenta con un protocolo revolucionario, el cual permite realizar transacciones descentralizadas mediante la producción y el mantenimiento de un *public ledger*.

Los Criptoactivos surgen como un producto de las posibilidades que ofrece esta nueva tecnología. Éstos pueden tener distintas funcionalidades que abarcan desde *tokens* de utilidad (que cumplen funciones específicas) o monedas digitales que facilitan el movimiento de capital entre personas e instituciones.

Características de Blockchain

La industria y su tecnología

Blockchain tiene su origen en un *white paper* publicado por Satoshi Nakamoto, en donde desarrolla el protocolo del criptoactivo Bitcoin. La identidad de Satoshi permanece oculta hasta el día de hoy, ya que todas sus colaboraciones del protocolo fueron realizadas de forma anónima²⁵.

Esta nueva tecnología utiliza un *public ledger*, basado en la criptografía, para mantener un registro de propiedad dentro del mundo digital. Su funcionamiento y mantenimiento requiere de nodos, los cuales se encargan de transmitir las transacciones a la red a cambio de recibir criptoactivos como recompensa. Con cada transmisión que es aceptada dentro de la red, se crea un historial de bloques inalterables.

Las principales características de los registros en Blockchain son las siguientes²⁶:

- El código abierto. Cualquiera puede conocer y copiar el código fuente. Esto implica, además de una máxima transparencia, una gobernanza descentralizada y anónima del sistema.
- El anonimato de las direcciones de usuario. Las cuentas de criptoactivos se crean de forma privada y anónima. Nadie identifica al usuario, ni le pide un DNI, CIF o e-mail. Este anonimato no interfiere con la eficacia de los pagos.
- La legitimación criptográfica en blockchain. Se registran transacciones que se vinculan a claves públicas criptográficas, de manera que sólo son válidas aquellas firmadas con las claves privadas correspondientes. Estas transacciones son registradas por nodos a cambio de una retribución en criptoactivos.
- El consenso de los nodos para formar la base de datos compartida. No basta con que cada nodo de forma separada recoja y valide las nuevas transacciones comunicadas a la red. Es necesario que los nodos se pongan de acuerdo sobre una versión común o compartida del registro.

Al quedar las transacciones registradas, se puede obtener su historial y trazabilidad. Estas propiedades le otorgan una amplia gama de utilidades. La más conocida (y la que le dio origen) es la utilización como plataforma de soporte para la circulación de una moneda puramente digital o electrónica (criptomonedas). Asimismo, esta tecnología puede ser utilizada en variadas soluciones y mejoras de procesos, no sólo en la industria financiera, sino en todas las industrias. En algunos países, el protocolo se está comenzando a aplicar en la verificación de documentos de identidad nacional, transacciones de inmuebles, verificaciones en las cadenas de alimentos, entre otras.

Ofertas de productos

Con el paso del tiempo, se fueron estableciendo nuevas categorías que están revolucionando sistemas tradicionales. Algunas de ellas son:

- **Smart contracts:** su referente es Ethereum (ETH). Ethereum es una plataforma de código abierto basada en Blockchain, que funciona con la misma tecnología que

Un usuario solicita una transacción



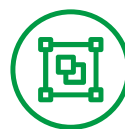
Se crea un bloque que contiene la transacción



Se transmite el nuevo bloque a la red



Los nodos disponibles validan el nuevo bloque



El bloque es incorporado a Blockchain



²⁵ Fuente: <https://bitcoin.org/en/>

²⁶ Fuente: <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/about-deloitte/articles/como-impacta-blockchain-concepto-propiedad-valor.html>

Bitcoin y que posee su propia criptomoneda: el token ether (ETH). Su principal rasgo, más que llevar un registro contable como Bitcoin (una criptomoneda), es el de poder ejecutar contratos inteligentes, conocidos mundialmente como smart contracts²⁷.

- **Tokens de utilidad:** los tokens son representaciones de valor basados en Blockchain. Son unidades de valor emitidas por una empresa, constituyen una manera segura y práctica de representar propiedad y son relativamente fáciles de programar. Los tokens de utilidad permiten a los propietarios comprar diferentes servicios dentro de un ecosistema digital, como por ejemplo, una aplicación. Sirven para dar acceso a los usuarios a las funciones de una red. Estos tokens tienen valor monetario y se pueden comprar a cambio de dinero fíat o criptomonedas. Puesto que sirven como medio de intercambio, no le dan a su poseedor ningún derecho o privilegio sobre la red en sí misma²⁸.
- **Tokens de transacciones:** su foco se centra en la eficiencia de realizar transacciones. Tienen un propósito específico, tales como las transacciones interbancarias o pagos entre fronteras. Su mayor referente es XRP (una clase de criptomoneda).
- **Monedas digitales:** las monedas digitales descentralizadas están liderando esta nueva tecnología. Con el simple uso del celular, se puede acceder a una billetera virtual para realizar pagos internacionales en cuestión de segundos. Éstos cuentan con un enorme potencial para la inclusión financiera de la población sin bancarizar.

²⁷ Fuente: <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/technology/articles/blockchain-vision-tecnologica.html>

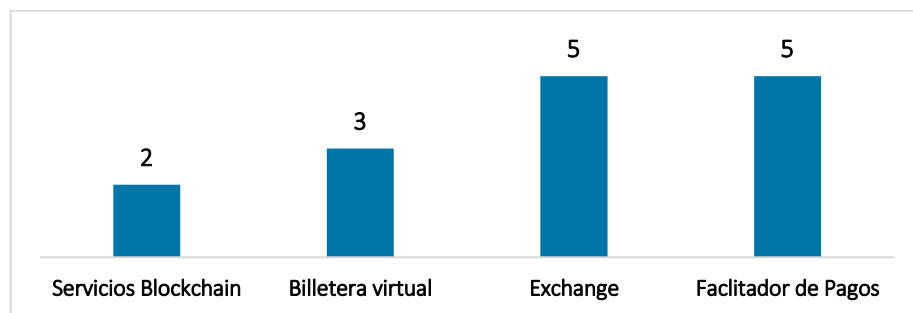
²⁸ Fuente: <https://www.bitcoin.com.mx/>

Ecosistema Blockchain & Criptoactivos en Argentina

Características principales

Argentina es un país en desarrollo que a lo largo de su historia ha observado períodos de inestabilidad económica y monetaria. Es sabido que la pérdida del poder adquisitivo de la moneda local afecta la capacidad de ahorro de las personas. Las ofertas relacionadas con monedas digitales procuran brindar alternativas para inversiones financieras y conservación del valor. En el año 2019, se observó el crecimiento y la consolidación de distintos *exchanges* que facilitan la compra-venta de Criptoactivos²⁹. También existen Fintechs del sector en transferencias internacionales, auditorías de código, desarrollo de software a medida, y proveedores de servicios que brindan soluciones basados en tecnología blockchain.

Servicios ofrecidos por las Fintechs del sector (cantidad de casos)



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Los servicios Blockchain suelen ofrecer asistencia técnica y operacional a los sistemas. **Al operar bajo un código *open source*, la estabilidad del protocolo depende del grado de aceptación que tenga de sus nodos y los usuarios.** Para lograr conquistar dicho objetivo, es necesario contar con la confianza de las personas, y ésta se basa en la calidad del código. En opinión de los encuestados, Argentina posee varios beneficios que le permite estar cerca de la vanguardia del desarrollo tecnológico. Además de compartir la franja horaria con Estados Unidos, el país cuenta con un personal técnico capacitado, un excelente manejo del idioma inglés y costos de operación (sueldos de programadores) relativamente bajos en moneda dura.

Cantidad de empresas encuestadas



BTC: Market Cap.
(19/7/2020)

USD 168B

ETH: Market Cap.
(19/7/2020)

USD 26B

USDC: Market Cap.
(19/7/2020)

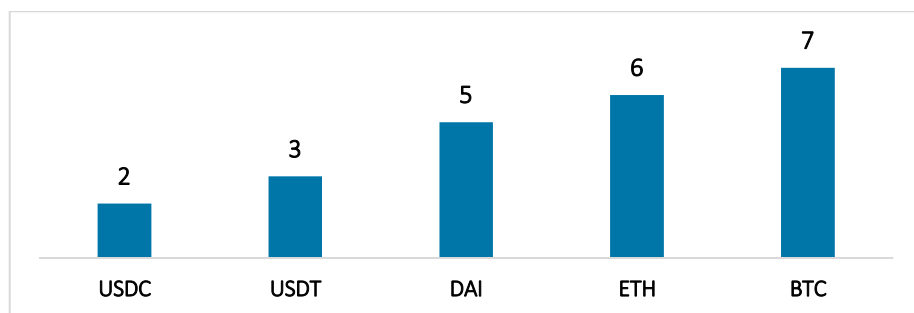
USD 1.1B

Fuente: CoinMarketCap.com, 2020

Notas: Bitcoin (BTC), Ethereum (ETH), US Dollar Coin (USDC)

Una forma de determinar las necesidades de la población consiste en analizar los Criptoactivos más utilizados. Una línea de argumentación podría ser que los procesos inflacionarios y devaluatorios estimulan a que una parte de los consumidores financieros, sumado a inversores con apetito al riesgo, opten por migrar/intercambiar sus activos por monedas digitales.

Criptoactivos digitales aceptados en las plataformas de las empresas³⁰



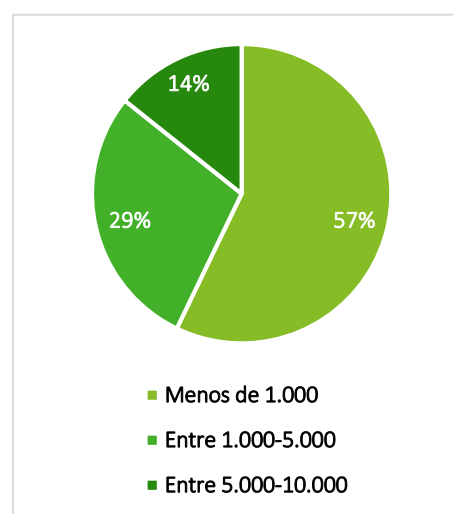
Fuente: Deloitte, 2020. EEF20. Expresado en cantidad de respuestas, permitiendo más de una respuesta por empresa encuestada

Unos de los principales desafíos del ecosistema Blockchain es la **interconectividad con los sistemas tradicionales**. En regiones más avanzadas ya existen distintas regulaciones sobre el *onboarding* del cliente, con el objeto de poder determinar el origen de los fondos y, de ese modo, prevenir el lavado de dinero, proteger a los usuarios del robo y facilitar el flujo de capital entre bancos y Fintechs.

En abril de 2019, el Financial Stability Board emitió para la cumbre de ministros de finanzas y gobernadores de Bancos Centrales del G20, un directorio de regulaciones y publicaciones sobre criptomonedas adoptadas por cada país integrante del G20 y por diversos organismos internacionales. De este directorio surge que los países que, a esta fecha, habían adoptado alguna regulación, recomendación o pronunciamiento sobre criptomonedas eran Australia, Canadá, China, Unión Europea, Hong Kong, Corea, México, Singapur, Sudáfrica, Suiza, Reino Unido y Estados Unidos. A su vez, ciertos organismos internacionales, como el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, emitieron publicaciones que recomiendan algunos recaudos que los supervisores bancarios deberían adoptar en caso de autorizar a los sujetos regulados (los bancos) a operar criptomonedas. Algunos países, como por ejemplo India, han prohibido el uso de criptomonedas; mientras que otros, como Indonesia, las han prohibido como medio de pago, pero sí las han admitido como commodity para compra-venta. En Estados Unidos las criptomonedas fueron incorporadas a la regulación por la Commodity Futures Trading Commission (CFTC), regulador que tiene jurisdicción sobre los commodities y los instrumentos financieros derivados³¹.

En resumen, se puede decir que éste segmento de industria aún está en etapa de desarrollo, siendo abordado por algunos reguladores desde la perspectiva de instrumento financiero derivado o commodity, más que como parte del sistema de medios de pago. Por lo tanto, la oferta y la demanda entre monedas digitales y nacionales (emitidas por un banco central) se encuentran limitadas por cada región. La totalidad de las transacciones de esta índole ocurren bajo un marco de oferta y

Transacciones diarias en las plataformas de las empresas encuestadas



La totalidad de las billeteras virtuales encuestadas cuentan con un mínimo de

USD 5M

de activos en custodia; mientras que las más desarrolladas reportan un máximo de

USD 30M

Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

²⁹ Fuente: Cámara Fintech, 2020.

³⁰ Referencias: USDT (Tether); USDC (US Dollar Coin); DAI (Dai); ETH (Ethereum); BTC (Bitcoin)

³¹ Fuente: Commodity Futures Trading Commission (CFTC),

demanda de los usuarios, presentando volúmenes bajos y volátiles en el tiempo. Los *spreads* del tipo de cambio oscilan entre un 5-20% dependiendo de la moneda virtual.

En opinión de los participantes en la encuesta, los Bitcoins aún se caracterizan como una inversión especulativa. Su funcionalidad y agilidad tecnológica no está todavía a la altura de la *fiat money* para las transacciones cotidianas. Presentan grandes ventajas en cuanto a la inmediatez de las transferencias, en comparación con las transferencias internacionales cursadas a través de la banca correspondiente, pero aún no son aptos para remplazarlas. A su vez, están surgiendo otras monedas como el DAI o USDC, las cuales se encuentran fijadas a un tipo de cambio predeterminado (1DAI = 1USD) y les permite a los individuos insertarse en Blockchain sin un riesgo de pérdida de valor inherente en los sistemas de oferta y demanda.

En términos de alcance geográfico, **cuatro (4) de las siete (7) empresas encuestadas operan en toda Latinoamérica**. Esto les exige observar los marcos regulatorios vigentes en cada país para lograr la interconectividad entre diferentes economías. La calidad de la infraestructura también requiere una atención especial, junto con relaciones estrechas con los bancos/instituciones financieras e intermediarios financieros de las diferentes regiones.



Conclusión

Blockchain continúa siendo una tecnología en desarrollo. Su potencial para ofrecer custodia de valor, transferencias internacionales y registros públicos de propiedad se incrementan con el paso del tiempo. Una gran cantidad de firmas, tanto en la industria Fintech como en otras industrias fuera de los servicios financieros, afirman que planean incorporar esta nueva tecnología en sus operaciones cotidianas. El valor de su desarrollo no sólo puede lograr mejoras operacionales, ahorros en costos y tiempos, sino que también cuenta con la posibilidad de otorgarle a una población desatendida los beneficios financieros que conlleva el mundo moderno.

La comunidad científica que impulsa los avances en la industria Blockchain y el nivel de transparencia que aporta esta tecnología son dos características fundamentales para la nueva era digital. Las empresas encuestadas afirman que es sumamente importante lograr la adecuada interconectividad con los sistemas tradicionales y, así, lograr utilizar los beneficios de ambos para el bien común. Para esto, es necesaria una estrecha colaboración con el sector público, que permita avanzar hacia el establecimiento de un marco regulatorio que conduzca al desarrollo del sector de manera eficaz, flexible y moderna.

Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.



INSURTECH

Introducción

La palabra Insurtech deriva de la combinación de Insurance & Technology, y se refiere a las empresas de seguros de base tecnológica. La industria global de seguros se encuentra atravesando una transformación digital a partir del surgimiento de este nuevo vertical Fintech que ofrece medios innovadores y tecnológicos para la comparación y contratación de una variada cartera de seguros. Su crecimiento se debe, principalmente, a la simplificación de los procesos de reclamos, la mejora en el proceso de comunicación con el cliente y las capacidades para implementar la automatización.

La siguiente sección se concentrará en el desarrollo del vertical, que según los propios participantes del ecosistema, se define como el acceso a diversos seguros a través de innovaciones tecnológicas que aportan mayor valor y diferenciación al cliente.

Características del sector Insurtech

¿Cómo funciona la industria Insurtech?

La tecnología está detrás de la creación, distribución y administración de los negocios de seguros del sector. Las Insurtech ofrecen sus servicios con el uso de aplicaciones para *smartphones*, herramientas de procesamiento de siniestros, atención y plataformas online, automatización y dispositivos portátiles. La mayor penetración de la telefonía móvil invita a que, cada vez, sean más los individuos que opten por este medio para contratar un seguro.

En opinión de las empresas encuestadas, la propuesta de valor de las Fintech del sector se centra en la conveniencia de adquirir el producto de manera digital, remota y en menor tiempo, brindándole al usuario una mejor experiencia. Suelen ofrecer pólizas personalizadas y brindar servicios adicionales. Se fundamentan principalmente en el *Internet of Things* (IoT), el *Big Data* y *Machine Learning*. El uso de estas herramientas analíticas e innovadoras les permite desarrollar campañas y productos a medida, basadas en el comportamiento observado de cada cliente, funcionando mediante algoritmos de inteligencia artificial. El IoT y la IA permiten recoger información sobre el usuario y su producto para, luego, personalizar su póliza en función de los patrones de conducta y uso. Las Insurtech permiten asegurar productos alternativos no comprendidos en la oferta de aseguramiento de las compañías tradicionales, aumentando su oferta e incluyendo a aquellos individuos que solían quedar excluidos de la industria de seguros tradicional. Se destacan los microseguros y seguros de pago por uso, destinados a usuarios de bajos ingresos.

Las empresas suelen funcionar como un *marketplace* mediante el que el usuario contrata pólizas online, al instante, de forma simple y remota, pudiendo elegir el tipo/rubro de seguro, los tiempos de cobertura y otras especificaciones. Los usuarios deben entrar a la plataforma y seleccionar lo que desean cotizar, ingresando los distintos requerimientos según el seguro que busquen. El costo de éste se calcula en el momento, según lo ingresado y se visualiza de forma transparente. También permiten la comparación de distintas pólizas según lo que se quiera asegurar. En la mayoría de los casos, estos *marketplaces* actúan como *brokers* ofreciendo seguros de otras compañías aseguradoras, algunas de las cuales operan de forma digital y otras de modo tradicional. Otras Fintechs, en cambio, ofrecen sus propios seguros; es decir, constituyen compañías aseguradoras digitales.



Los seguros digitales permiten la personalización de las pólizas



Se realiza online y al instante

¿Qué tipos de seguros ofrecen?



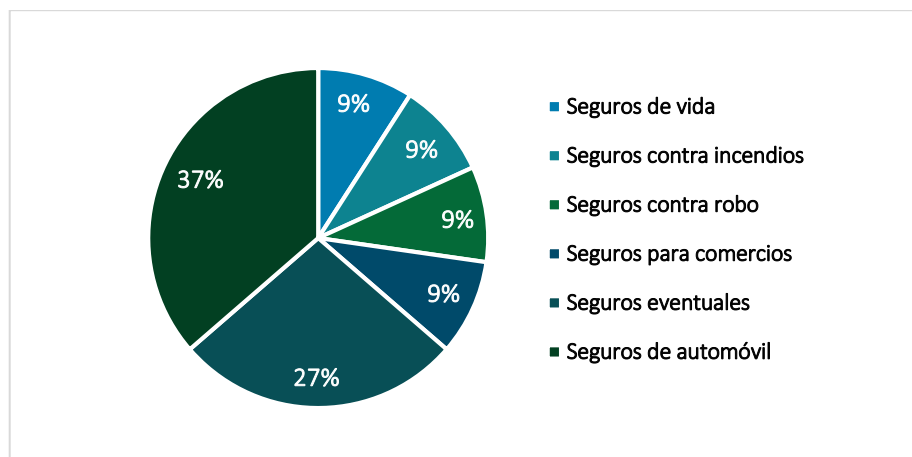


Ecosistema Insurtech en Argentina

El sector Insurtech en Argentina consta de quince (15) empresas, habiendo participado de la encuesta siete (7) de ellas. Estas últimas representan un 5% del total de las empresas Fintech encuestadas. Más del 50% de las empresas encuestadas pertenecientes a este segmento cuentan con menos de diez empleados, pero todas esperan aumentar su dotación en los próximos doce meses.

Las empresas encuestadas afirman que el público objetivo es variado, debido a los servicios que ofrecen. Suelen ser individuos que rondan entre 25 y 40 años de edad, con ingresos mayores a los \$60.000. **Un 57% de las empresas afirma que el servicio más demandado es el seguro automotor**, constituyéndose como uno de los más desarrollados en el mercado. A éste le siguen los seguros eventuales.

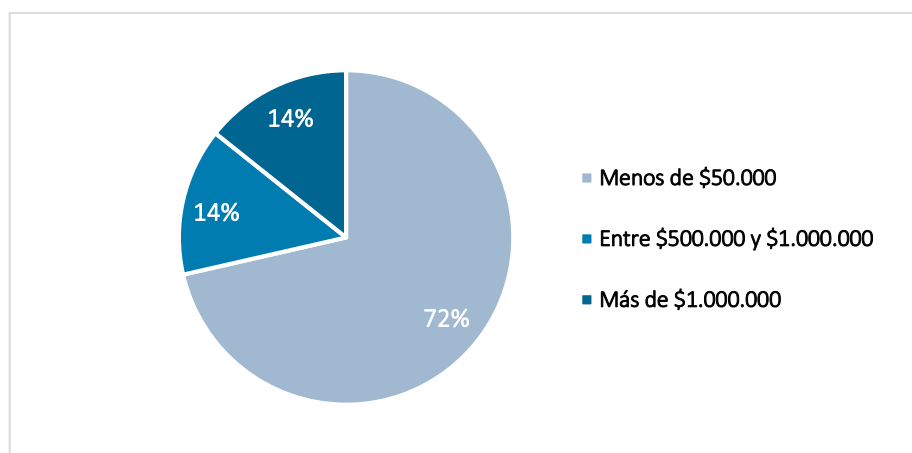
Servicios que mayormente demanda el usuario



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20. Información para todo el vertical “Insurtech” en Argentina.

En opinión de los encuestados, dentro de los beneficios que aporta el segmento Insurtech, en comparación a los sistemas tradicionales, predominan la reducción en el tiempo de contratación y la mejora en la experiencia del usuario, seguida por una menor comisión. **Más de un 70% de las firmas asegura que el monto promedio de las pólizas contratadas no supera los \$50.000.**

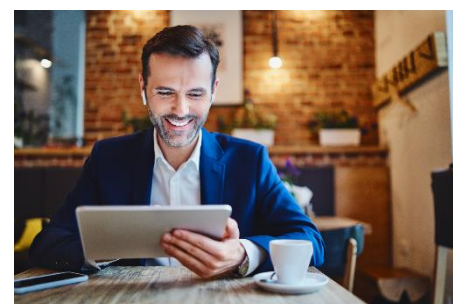
Monto promedio de las pólizas contratadas (ARS)



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20. Información para todo el vertical “Insurtech” en Argentina.



Mediante un sistema digital, aumenta el alcance de los seguros



El tiempo de contratación se reduce y mejora la experiencia del usuario³²

³² Fuente: opinión de las empresas encuestadas

También existen Fintechs que ofrecen los seguros a otras empresas (B2B). Al igual que con los préstamos B2B, este nuevo modelo de negocios requiere de un equipo robusto y eficaz, focalizado hacia el sector empresarial. Las características de análisis para determinar los tipos de cobertura, póliza y primas son significativamente más complejas que en los seguros para individuos. En opinión de las empresas encuestadas, es de esperarse que logren incorporar de manera eficiente los seguros para empresas, al igual que lo hicieron con los usuarios tradicionales.

Conclusión

La industria Insurtech ha crecido de forma exponencial en los últimos años. Dentro de los beneficios que trae esta nueva mecánica (según la opinión de los encuestados) en la oferta de seguros se destaca la inmediatez, la facilidad para cotizar, la accesibilidad, la autogestión, la posibilidad de poder mantenerse comunicado constantemente y la mejor experiencia del usuario.

En opinión de los encuestados, son muchas las aseguradoras tradicionales que están camino a reinventarse ante la revolución de las empresas tecnológicas. El principal desafío se centra en aumentar su alcance, mediante productos innovadores para estimular el beneficio de los usuarios, especialmente la de aquel segmento de la población que presenta dificultades para contratar un seguro tradicional y que, mediante estos nuevos sistemas, lo podría hacer.



INVERSIONES

Introducción

El vertical “Inversiones” abarca a las empresas que brindan servicios de inversiones en mercados regulados y *over the counter* (OTC), compraventa de instrumentos financieros, entre otras operaciones financieras, por medio de plataformas digitales. Ofreciendo asesoramiento y acceso a la información de la cartera del inversor este segmento procura hacer más fácil el acceso para cualquier interesado en la obtención de un rendimiento a través de instrumentos financieros.

Características de las inversiones Fintech

En opinión de las empresas encuestadas, las Fintechs orientadas a inversiones aplican la tecnología para permitir comenzar a invertir, a partir de bajos montos, a gran cantidad de nuevos usuarios. La información solicitada a los interesados, aparte de sus datos personales, se basa en sus objetivos y capacidad de ahorro, para poder obtener un perfil de inversor que sirve para armar el plan de inversión adecuado a cada interesado.

Ecosistema de inversiones en Argentina

Actualmente, el mercado de pequeños inversionistas se interesa en las nuevas formas de realizar inversiones, ya sea por la facilidad con la que se puede acceder a éstas, así como por brindar alternativas de rendimiento que pueden resultar más atractivas que los instrumentos tradicionales.

Dentro del ecosistema Fintech, este vertical está representada por veinte (20) empresas, de las cuales catorce (14) de ellas han participado en la encuesta, representando un 70% del total.

Más del 70% de las empresas encuestadas cuenta con menos de diez (10) empleados, 72% de ellas esperan aumentar su dotación en los próximos doce (12) meses, 7% mantenerla y solamente el 7% planea disminuirla.



Las principales ofertas están relacionadas con la compra y venta de bonos, fondos comunes de inversión (FCI), acciones y CEDEARS³³.

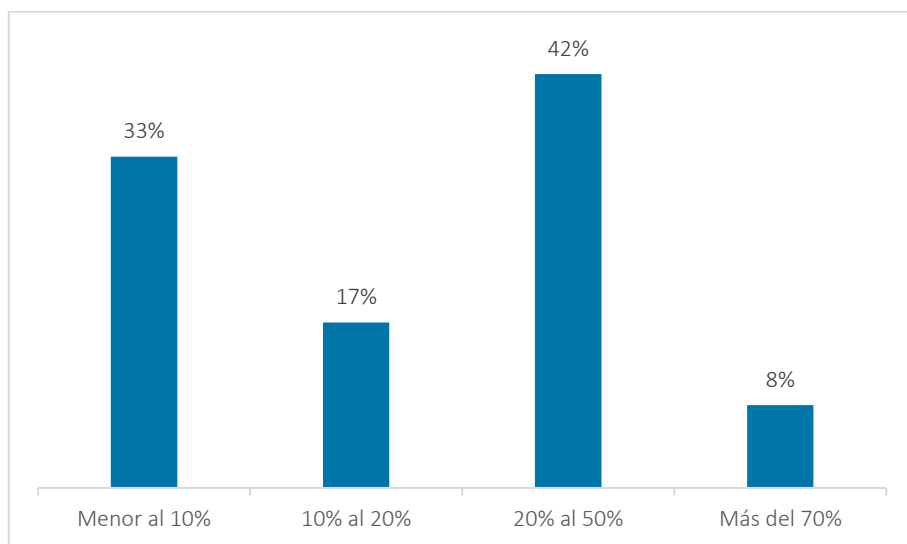
³³ Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Uso de activation rate

En la actualidad, el 50% de las Fintechs del vertical “Inversiones” que participaron en la encuesta afirman haber utilizado la herramienta *activation rate*. La herramienta hace mediciones sobre la cantidad de usuarios que ingresan en sus páginas web, calculan las cantidades de usuarios que efectivamente hacen uso de los productos que ofrecen, así como también pueden saber la cantidad de aquellos usuarios que están inactivos. Esta información les ayuda a las empresas a mejorar sus ofertas para atraer a los usuarios.

Durante el año 2019, se presentaron los siguientes porcentajes de *activation rate* en las empresas que utilizan esta herramienta.

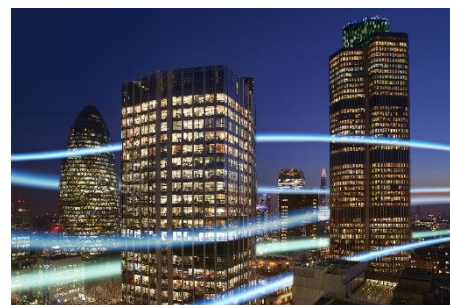
Porcentajes de “activation rate” en 2019



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20. Expresado en porcentajes de respuestas, sobre aquellas empresas que contestaron afirmativamente al uso de activation rate.

Productos con mayor demanda

Según los resultados de la encuesta, se pudo observar que principalmente los instrumentos financieros elegidos para realizar inversiones son los fondos comunes de inversión (FCI), como así también los bonos. Los FCI permiten a los usuarios llegar a obtener una renta fija, variable o mixta, y elegir el plazo por el cual se quiere realizar la inversión. Conforme a la normativa de la Comisión Nacional de Valores (CNV), Los fondos comunes abiertos permiten suscribir y rescatar en cualquier momento. El plazo de rescate depende del tipo de fondo y puede rondar entre las 24 y las 72 horas.

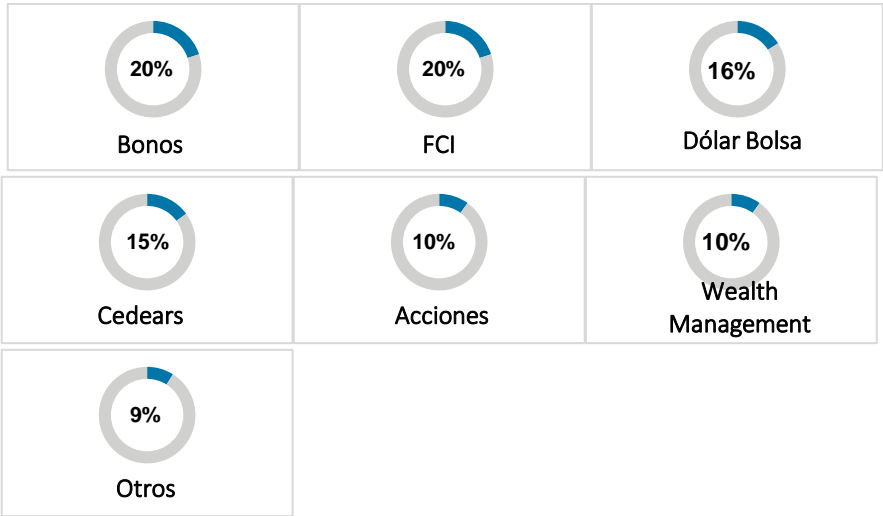


Las inversiones se logran digitalizar al instante



Fondos comunes de inversión y bonos son los productos con mayor demanda

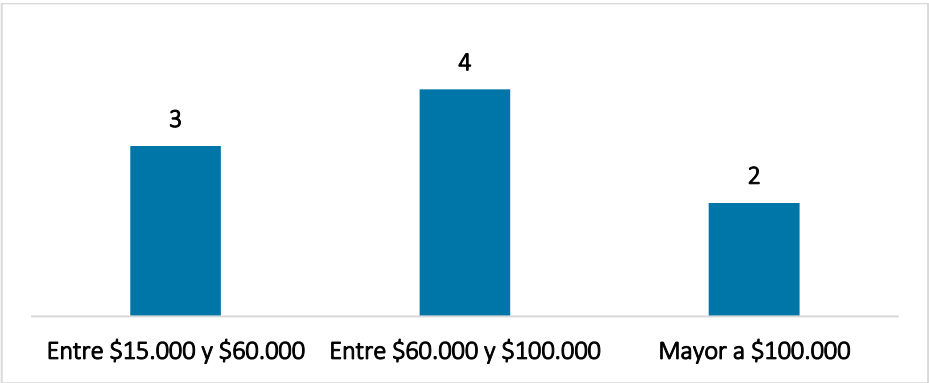
Oferta de productos más demandados



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20. Información para todo el vertical “Inversiones” en Argentina.

Cantidad de empresas por ingresos promedio de los inversores en (ARS)

Los inversores que utilizan este medio para hacer operaciones corresponden principalmente a personas entre 25 a 40 años, que obtienen ingresos promedio mensual entre 60.000 y 100.000 pesos³⁴.

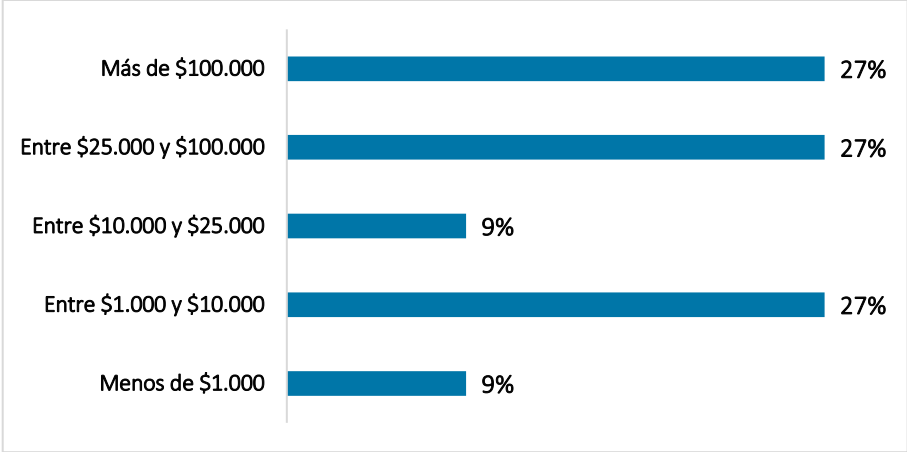


Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Asimismo, se puede observar que los montos promedio invertidos conforman una franja bastante amplia que ronda entre los \$1.000 y los \$100.000 pesos argentinos.

³⁴ Son seis (6) empresas encuestadas las que pudieron brindar tal información
60

Porcentaje de montos promedio invertidos



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20. Información para todo el vertical “Inversiones” en Argentina.

Conclusión

El contexto macroeconómico observado en Argentina en los últimos años hace que cada vez más personas traten de buscar nuevas formas para salvaguardar el poder adquisitivo de sus ahorros y, procurar obtener rentabilidades positivas en términos reales.

En opinión de las empresas encuestadas, las Fintechs del sector procuran brindar soluciones para estos nuevos inversores, brindando asesoramiento, planes basados en objetivos y riesgos que cada usuario está dispuesto a asumir, permitiendo simplificación en las transacciones financieras y sin necesidad de tener altos conocimientos al respecto. Aun así, se observó que, en la actualidad, quienes hacen mayor uso de esta herramienta son personas jóvenes que tienen conocimientos digitales y acceso a Internet.

Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.



SERVICIOS B2B

Introducción

El vertical “Servicios B2B” está representado por aquellas empresas orientadas a brindar sus servicios tecnológicos a otras empresas. Este modelo de industria es conocido también por su sigla “B2B” que, en inglés, significa “Business to Business” (“negocio a negocio”).

Según se desprende de las respuestas a la encuesta, los servicios pueden variar. A manera de ejemplo, se pueden mencionar los contenidos web para otras empresas, seguimiento de anticipos y rendiciones de gastos, cobranzas y atención al cliente, plataforma bursátil, servicio y participación del *marketplace* de créditos de consumo, etc.

Características de los servicios B2B

Con la velocidad en que la tecnología avanza, las empresas deben encontrar nuevas formas de poder llegar a sus consumidores, ser conocidos en el mercado e impulsar su crecimiento económico. Para lograr esto, hay compañías fintech que se dedican a brindar servicios orientados a otras empresas, no necesariamente pertenecientes a la industria Fintech.

La oferta de servicios que brinda este tipo de compañías es altamente especializada y tiene como objetivo mejorar la experiencia digital de otras empresas, tanto Fintech como tradicionales.

El comprador B2B elige empresas que permiten crear relaciones comerciales fuertes, con garantía de suministro y cumplimiento de plazos. Esto se debe a que las negociaciones B2B demandan un esfuerzo, tiempo e inversión que, en caso de que suceda algún inconveniente, puede ser difícil recuperar y encontrar un proveedor sustituto por ser servicios altamente especializados³⁵.



Entre los servicios que brindan se destaca el de plataforma de créditos y pagos

Ecosistema B2B en Argentina

Los servicios tecnológicos están siendo cada día más aceptados y solicitados, tanto por los comercios como por las empresas, debido a que les permite simplificar sus procesos e incrementar sus ventas.

Con los datos recopilados a partir de las encuestas, se preparó un cuadro general de la situación actual en la industria. Las respuestas obtenidas corresponden al 55% del total de 33 empresas que hoy representan el servicio B2B en el ecosistema argentino.

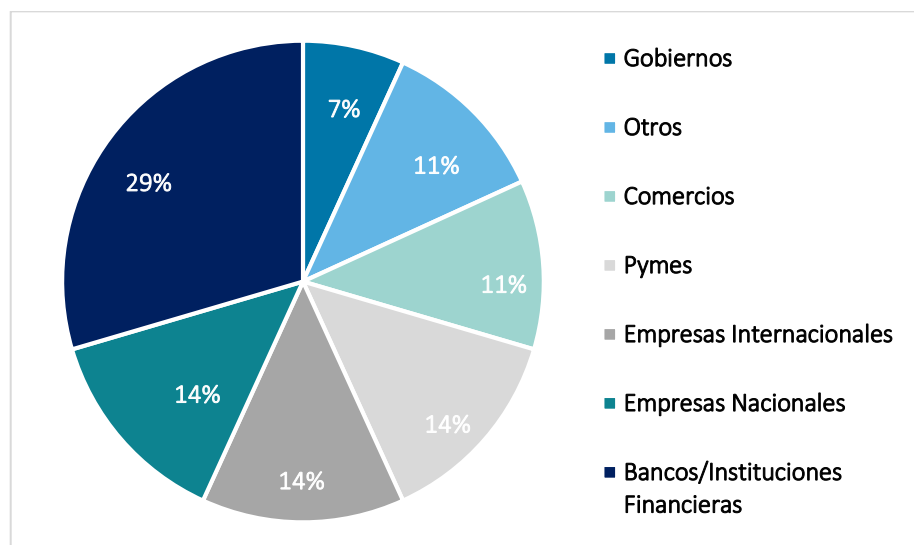
Mercado interno

Las empresas buscan brindar a sus clientes un servicio diferente y de vanguardia. Es por ello que eligen tener especialistas en materia digital, que brinden nuevas ideas para la mejora de su mercado.

En opinión de las empresas encuestadas de este segmento, el sector más demandante de este servicio es el de las entidades financieras y/o bancos. Entre los principales servicios encontramos al asesoramiento y mejoras de software especializados en bancos, validación de identidad, *scoring* no tradicional y facturación electrónica.

³⁵ Análisis: Deloitte, 2020.

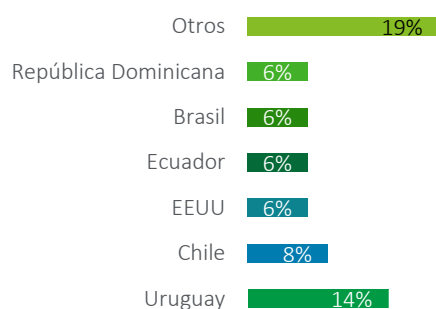
Principales clientes de los servicios B2B



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20. Se permite más de una respuesta por empresa encuestada

El 61% de las empresas encuestadas brinda servicios a otros países, siendo los más destacados México y Colombia.

Principales destinos de la exportación de servicios B2B



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

En la leyenda "Otros" se deja reflejado el resto de los países donde se tiene presencia comercial, pero en una forma atomizada (Luxemburgo, Costa Rica, Perú, España, El Salvador, Canadá).

Conclusión

En opinión de los encuestados, los servicios B2B tienden a ser más solicitados debido a que las empresas necesitan adecuarse a los cambios tecnológicos; y, para esto, recurren a proveedores especializados para obtener un producto eficiente y que se ajuste a las necesidades de sus clientes.

El mercado para los servicios B2B es amplio: no sólo se enfoca en las grandes empresas sino también en los comercios de menor envergadura. Las empresas encuestadas afirman brindar soluciones fáciles y ágiles que permiten aumentar las ventajas competitivas de sus clientes, y brindar nuevos canales de oportunidades, tanto en el mercado interno como en el externo.

Fuente: Deloitte, 2020. EE20.



FINANCIAMIENTO COLECTIVO

Introducción

Hasta hace poco tiempo, cualquier emprendedor que quisiera desarrollar un proyecto personal o empresarial y no tuviera los fondos económicos necesarios debía solicitar un crédito bancario, al que no todos los consumidores tienen acceso. Como resultado del avance tecnológico, Internet permite otra forma de obtener esa ayuda económica, como lo es el financiamiento colectivo.

El financiamiento colectivo, también conocido como *Crowdfunding*, corresponde a aquellas empresas que reúnen, de forma digital, a personas y empresas con el fin de recaudar fondos para ser destinados a un proyecto determinado, como la construcción de un edificio o el financiamiento de una Startup.

Características de los financiamientos colectivos

¿Cómo funciona la industria de financiamientos colectivos Fintech?

En el mundo conocido por su término en inglés “crowdfunding”, el financiamiento colectivo es una modalidad de toma de fondos, generalmente realizada a través de plataformas online, en la que a través de la sumatoria de pequeñas aportaciones se financia un determinado proyecto o iniciativa³⁶.

Conforme a lo manifestado por las empresas encuestadas, los proyectos a financiar no tienen por qué ser siempre iniciativas empresariales, sino que también pueden ser:

- **Donaciones:** cuando proyectos relacionados con emprendimientos solidarios o causas sociales presentan una iniciativa, y los “donantes” aportan dinero porque creen en la causa, sin esperar nada a cambio.
- **Recompensas:** se denominan así cuando los inversores realizan aportes monetarios a cambio de un producto o servicio relacionado con el proyecto en el que están invirtiendo.
- **Préstamos:** conocido también como *crowdlending*, es el modelo más similar al tradicional sistema financiero. En este modelo se ofrece, como contraprestación al prestamista, un tipo de interés sobre el dinero prestado³⁷.

La conformación de este tipo de proyectos se canaliza a través de plataformas electrónicas (online). En opinión de las empresas encuestadas para este vertical, los pasos principales serían los siguientes:

- a) El emprendedor que tiene una idea y necesita financiamiento, envía su proyecto a la plataforma elegida. Debe tener una descripción, especificar el monto que necesita para poner en marcha su emprendimiento, su estimación de ventas, etc.
- b) La plataforma deberá evaluar el proyecto y los tipos de financiamiento que se ajusten al proyecto.
- c) Publicación: en esta instancia es muy importante hacerlo público para atraer a los inversores.
- d) Cierre del proyecto o finalización del tiempo: puede ocurrir que se hayan obtenido los fondos en un plazo menor al establecido o que se haya finalizado el plazo sin poder recaudar los fondos esperados. En cualquier circunstancia, la plataforma se encarga de gestionar y asegurarse de que el modelo de recompensa se cumpla; o, en el caso de que finalmente no se lleve a cabo, se realice la devolución del importe.

³⁶ Fuente: BID, 2016. Alternative Finance (Crowdfunding) Regulation in Latin America and the Caribbean

³⁷ Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

En Argentina, en el año 2017 se sancionó la Ley 27349 de apoyo al capital emprendedor, que tiene un título específico dedicado a los sistemas de financiamiento colectivo. Como se comentará más en detalle en la sección de marco regulatorio, la Comisión Nacional de Valores es la autoridad de aplicación de las Plataformas de Financiamiento Colectivo (vertical “Crowdfunding”), en el marco de la citada Ley. Una de las características de la ley y la normativa CNV es que las inversiones deben canalizarse a través de instrumentos de patrimonio; es decir, inversiones de capital, deuda convertible y certificados de participación en fideicomisos. La posibilidad de invertir en instrumentos de deuda no está contemplada en el marco normativo actual.

Hasta ahora el instrumento no ha tenido un gran desarrollo en el mercado³⁸. La ley define a estas plataformas como sociedades que tienen como objeto principal poner en contacto, de manera profesional y exclusivamente mediante portales web u otros medios análogos, a una pluralidad de personas humanas y/o jurídicas que actúan como inversores con personas humanas y/o jurídicas que solicitan financiación en calidad de emprendedores de financiamiento colectivo.

En cuanto a las respuestas de la encuesta, las Fintechs participantes tienen diferentes modelos de negocio y tamaño de operación, variables que dificultan la comparabilidad y análisis de estadísticas agregadas.

Entre las Fintechs participantes, encontramos a plataformas de *Crowdfunding* inmobiliario y plataformas de *lending*. Las empresas participantes fueron constituidas entre 2012 y 2016; tienen planes de expansión para el 2020; y las inversiones, en general, se canalizan a través del instrumento del fideicomiso, que constituye un patrimonio separado del administrador y brinda mayor seguridad jurídica al inversor.

³⁸ Según la página web de la CNV, en la actualidad existe sólo un agente registrado como plataforma de financiamiento colectivo: <https://www.cnv.gov.ar/SitioWeb/RegistrosPublicos/BusquedaAgentes>

Conclusión

Los esquemas de financiamiento colectivo representan una alternativa válida para financiar proyectos por parte de una comunidad de inversores. En Argentina existe un marco normativo para las financiaciones de capital, cuya autoridad de aplicación es la Comisión Nacional de Valores. A nivel internacional, la JOBS Act de Estados Unidos los incorpora dentro de la regulación, al igual que la Securities Exchange Commission. En cuanto a organismos multilaterales, el crowdfunding es abordado por el Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo en diversos documentos (*). A nivel local, sujeto a un contexto macroeconómico estable, es esperable que el instrumento tenga un mayor grado de desarrollo en el mediano plazo.

Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

(*) BID, 2016. Alternative Finance (Crowdfunding) Regulation in Latin America and the Caribbean.

US Securities and Exchange Commission. Regulation Crowdfunding. <https://www.sec.gov/smallbusiness/exemptofferings/regcrowdfunding>

World Bank, 2013. Crowdfunding's Potential for the Developing World



SEGURIDAD INFORMÁTICA

Introducción

Hoy en día, la mayoría de la información está digitalizada, generando grandes bases de datos con información sensible y confidencial. Asimismo, el incremento de utilización de distintas plataformas digitales en donde se realizan operaciones entre empresas y personas físicas, hace cada vez más importante la protección de la identidad y de la información frente a posibles fraudes.

Las empresas encuestadas afirman que un adecuado ambiente de seguridad informática brinda mayor confiabilidad a los consumidores al momento de generar cualquier tipo de operación.

Características de seguridad informática

¿Cómo funciona la industria de seguridad informática?

Las empresas que brindan este tipo de servicio son compañías tecnológicas dedicadas a proteger la seguridad de los usuarios y de las empresas. La oferta de servicios comprende la validación de identidad digital, protección de datos y soluciones de ciberseguridad. En opinión de los propios participantes del ecosistema, las empresas que brindan este servicio están enfocadas en brindar la última tecnología disponible para hacer frente a las fugas de información que se encuentran en las distintas plataformas, minimizando los riesgos de fraude y de falsificación de identidades.

Si bien la ciberseguridad es cada vez más importante en el mundo globalizado de estos días, también es un pilar de suma importancia para el ecosistema Fintech. En opinión de las empresas encuestadas del sector, las operaciones de la industria Fintech se manejan completamente por medio de plataformas digitales. Por este motivo, la protección de datos de los usuarios es crucial en todos los procesos operativos y a lo largo de toda la cadena de valor.



“La prevención de fraudes, identidad y biometría, están en apogeo debido a las regulaciones sobre seguridad informática a nivel global”³⁹

Ecosistema de seguridad informática en Argentina

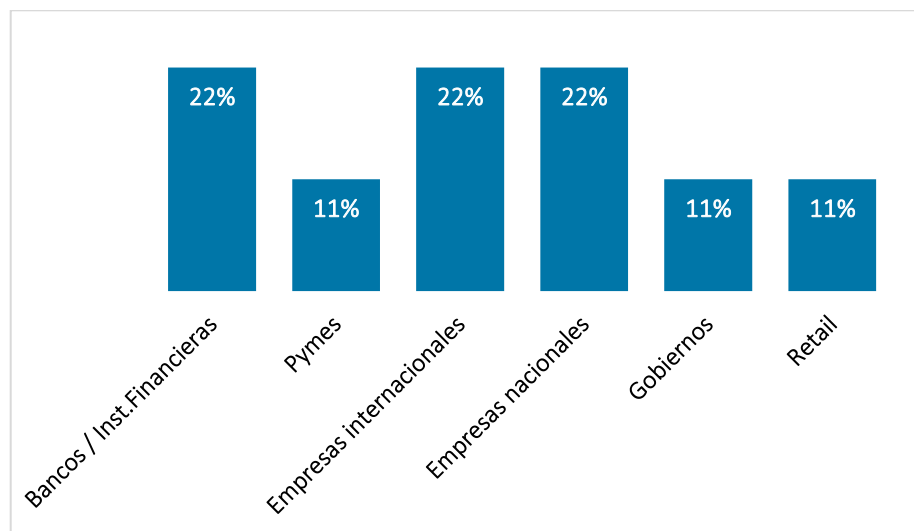
Al observar las respuestas de las empresas encuestadas, se puede percibir que la demanda con respecto a este servicio se vio concentrada tanto en el sector financiero como en el sector empresarial privado, nacional e internacional. Conforme a dichas respuestas, las pequeñas y medianas empresas también empiezan a interesarse en obtener mayores niveles de seguridad en su información empresarial.

En opinión de las empresas encuestadas, las instituciones bancarias manejan mucha información sensible y digitalizada, tal como la información de operaciones financieras, tanto activas como pasivas, y datos personales de los clientes. Por esta razón, deben procurar asegurar a sus clientes que dicha información está razonablemente protegida contra potenciales fugas. Esto genera que los bancos estén altamente interesados, no sólo por cumplir con normas de su órgano de control, sino también para sumar valor a su institución y, de ese modo, proteger su reputación⁴⁰.

³⁹ Opinión de una de las empresas del sector encuestadas. **Fuente:** Deloitte, 2020. EEF20.

⁴⁰ Fuente: Deloitte, 2020. EEF20

Distribución del tipo de clientes que demandan el servicio de seguridad informática



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20. Información para todo el vertical “Seguridad informática” en Argentina.

Según las respuestas brindadas por los encuestados, los principales servicios que brindan estas empresas son seguridad biométrica, generación de contraseñas, análisis y detecciones de operaciones fraudulentas y servicios de consultoría de ciberseguridad que permiten analizar el estado de madurez de la práctica. A su vez, dentro de las respuestas en relación con los servicios más demandados, encontramos al gerenciamiento de identidades a través de múltiples factores de autenticación, análisis de código fuente de las APIs, y pruebas de penetración o vulnerabilidad a sistemas *Core Fintech*, *E-Wallets* y *mobile*.

Conclusión

La ciberseguridad, con el paso del tiempo, va tomando más relevancia en las empresas que tienen la mayoría de su información digitalizada; más aún en aquellas empresas que, en su operatoria normal y habitual, realizan transacciones a través de plataformas digitales.

El ecosistema Fintech contempla el riesgo asociado a la ciberseguridad y trabaja continuamente para la prevención/detección de posibles fugas de información. En opinión de los participantes del ecosistema, es importante promover la educación sobre el manejo de herramientas informáticas en los consumidores, así como también difundir las distintas medidas que adoptan las compañías (controles biométricos, encriptación, *firewall*) para prevenir problemas de ciberseguridad.

Fuente: Deloitte, 2020. EE20.



**PROVEEDOR
TECNOLÓGICO**

Introducción

El vertical “Proveedor tecnológico” agrupa a aquellas empresas Fintechs que brindan servicios de soporte para distintas industrias con plataformas digitales.

Según las respuestas de los propios participantes en la encuesta, estos proveedores asisten en la consultoría, en las mejoras de procesos, y en la implementación de software de vanguardia, procurando asegurar a sus clientes agilidad, rapidez e integridad en toda la información digitalizada.

Ecosistema de proveedor tecnológico

En la actualidad, existen en el país 34 empresas que brindan este tipo de soluciones digitales, lo cual representa el 13% del total del ecosistema Fintech en Argentina. Las firmas encuestadas afirman estar en constante crecimiento, la mayoría cuenta con una dotación de menos de 100 empleados y cree que incrementará su planta en el corto plazo.

A continuación, se brindan los resultados de la encuesta, la cual fue respondida por 17 empresas del total de 34 que componen este segmento.

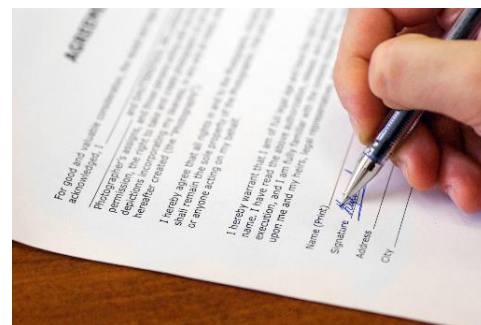
Características de proveedor tecnológico

Los servicios que brindan este tipo de empresas son soluciones tecnológicas para la utilización en diversos mercados; es decir, que no sólo se ajustan a las necesidades de una empresa Fintech, sino también a las de pequeñas o medianas empresas, gobiernos y Startups.

Según la información brindada en las páginas web de los propios participantes del ecosistema, los servicios que ofrecen son variados, pero entre éstos se destacan:

- Servicios de procesos y software.
- Entendimiento de procesos y puesta en marcha.
- Inteligencia artificial.
- Automatización y administración de transacciones.
- Firma electrónica.
- Motor de decisión del cliente.
- Contrato inteligente.

El avance de la tecnología genera que las empresas continuamente se vean motivadas a mejorar sus servicios para estar a la vanguardia en el mercado y seguir creciendo como compañía. Por esto, deben buscar nuevas maneras de llegar a sus clientes, ofreciendo rapidez, comodidad y fácil acceso a distintas herramientas tecnológicas, ya sea para poder mejorar la experiencia de usuario, diferenciarse de sus competidores o por requerimientos gubernamentales⁴².



Los contratos inteligentes permiten realizar transacciones creíbles, rastreables e irreversibles⁴¹



La firma digital es un servicio cuya aceptación va en aumento, aplicándose, por ejemplo, a procedimientos tributarios

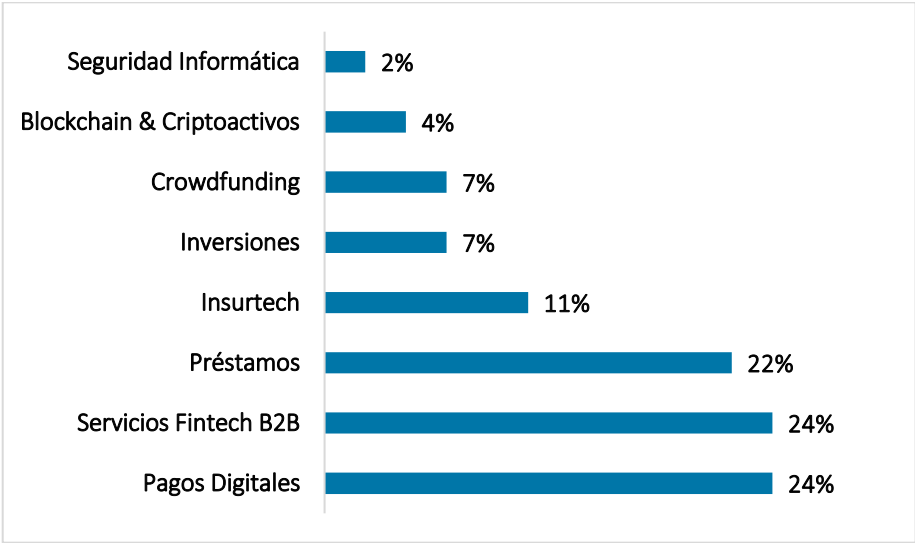
⁴¹ Fuente: Deloitte, 2020. EEF20

⁴² Análisis: Deloitte, 2020.

Sectores dónde se brinda servicios

Según los datos brindados en las respuestas a la encuesta, los sectores del ecosistema Fintech que más requirieron estos tipos de servicios fueron principalmente “Servicios B2B”, “Pagos digitales” y “Préstamos”, a los cuales brindaron servicios como procesamientos de pagos, administración, *back office* para emisores, implementaciones de asistencias de inteligencia artificial y motores de decisión.

Principales clientes de los proveedores tecnológicos

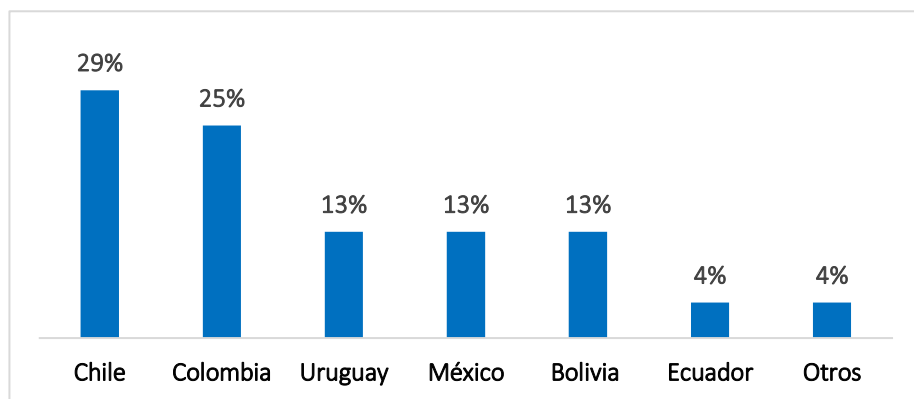


Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Servicios internacionales

El 65% de los proveedores tecnológicos realizan operaciones comerciales con otros países de Sudamérica y Centroamérica. Los dos países principales a destacar son Chile y Colombia.

Principales destinos de la exportación de servicios B2B



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Conclusión

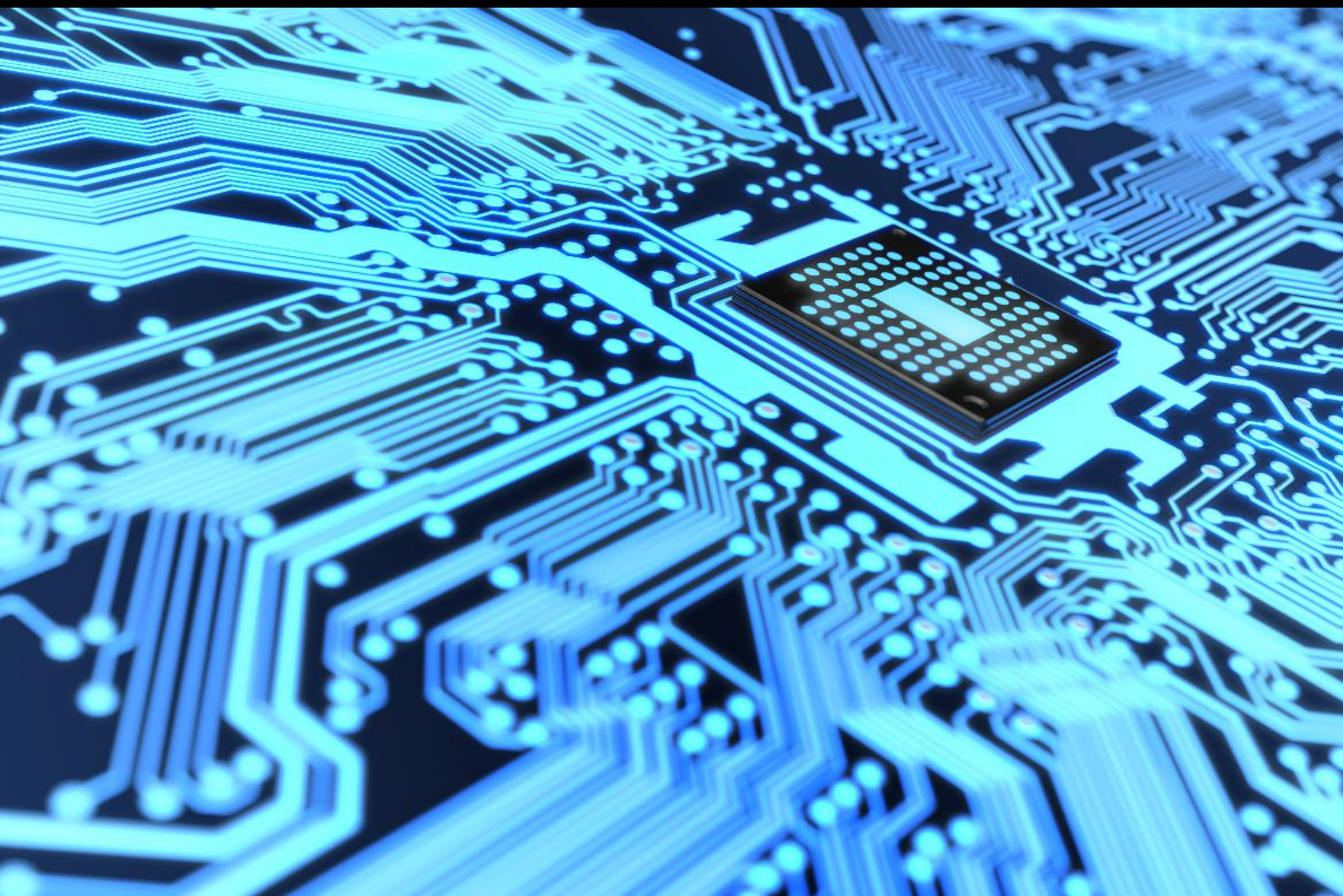
Muchas empresas se encuentran en camino de tener toda su información en forma digital. Los proveedores tecnológicos tienen la oportunidad de ofrecer distintos servicios que se ajustan a las necesidades de cada sector económico.

Las empresas Fintechs participantes de este sector afirman que la oferta de servicios busca simplificar el manejo de grandes volúmenes de información y facilitar el acceso al usuario, sin perder la integridad y procurando mantener adecuados estándares de seguridad.

Se trata de un sector en pleno crecimiento, con la posibilidad de exportar servicios a otros países.

Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Horizontales



Introducción

Deloitte ha decidido centrar su estudio en los cuatro horizontales más beneficiados por las Fintechs. Es importante mencionar que, si bien el análisis se realiza de manera individual, cada uno de ellos se encuentra interrelacionado.

Los modelos de negocios presentados anteriormente impactan de manera directa sobre cada uno de estos horizontales, generando resultados significativos dentro de la sociedad.

Inclusión y educación financiera

Género

Marco regulatorio

Medioambiente



INCLUSIÓN Y EDUCACIÓN FINANCIERA

Introducción

La inclusión financiera es un concepto fundamental en el desarrollo y bienestar de la población del siglo XXI. Desde la perspectiva del ecosistema Fintech y en función de las respuestas recibidas de los participantes en la encuesta, se podría fundamentar que la tecnología permite ofrecer y utilizar una gran variedad de productos y servicios financieros con requisitos de acceso flexibles y adaptables.

Las siguientes páginas buscan explorar los aportes que el sector Fintech podría hacer al ecosistema argentino en materia de eficiencia, nivel de uso, acceso y alcance, entre otras variables.

Para lograr esto, es necesario establecer una definición de *inclusión y educación financiera*, un escenario de situación actual y las métricas a considerar para evaluar su impacto.

Inclusión financiera

¿Qué es la inclusión financiera?

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2015)⁴⁴, define a la inclusión financiera como “el acceso a servicios financieros (crédito, ahorro, seguros y servicios de pago y transferencias) formales y de calidad, y su uso por parte de hogares y empresas, bajo un marco de estabilidad financiera para el sistema y los usuarios”.

Poder tener acceso a una cuenta de transacciones es un primer paso hacia una inclusión financiera más amplia, ya que permite a las personas guardar y enviar dinero, y recibir pagos. Una cuenta de transacciones también puede servir como puerta de acceso a otros servicios financieros. En este sentido, garantizar que las personas de todo el mundo puedan tener acceso a una cuenta de transacciones es el centro de atención de la Iniciativa de Acceso Universal a Servicios Financieros para 2020 (UFA2020) del Grupo Banco Mundial. Existen motivos para argumentar que el acceso a servicios financieros podría facilitar la vida cotidiana, y ayudar a las familias y empresas a la planificación financiera. La planificación financiera permite establecer objetivos de mediano y largo plazo, y también prever con mayor antelación las necesidades financieras. Es más probable que, en calidad de titulares de cuentas, las personas usen otros servicios financieros (como créditos y seguros) para iniciar y ampliar negocios, invertir en educación o salud, gestionar riesgos y sortear crisis financieras, lo cual puede mejorar su calidad general de vida (Banco Mundial, 2018)⁴⁵.

¿Cuáles son los componentes fundamentales de la inclusión financiera?

En este marco, los componentes fundamentales de la inclusión financiera son los siguientes:



- **Acceso:** se refiere a la capacidad para poder utilizar los servicios y productos financieros disponibles ofrecidos por instituciones formales. Es decir, la disponibilidad de infraestructura financiera y puntos de acceso en general.
- **Calidad:** se analiza el nivel en que los atributos de los productos disponibles se ajustan a las necesidades de los clientes. Se evalúan las características y la profundidad de la relación entre consumidores y prestadores de servicios financieros.



“La inclusión financiera es el acceso a servicios financieros formales y de calidad, y su uso por parte de hogares y empresas, bajo un marco de estabilidad financiera para el sistema y los usuarios” (Banco Interamericano de Desarrollo, 2015)



“El Grupo de los Veinte (G-20) se comprometió a promover la inclusión financiera en todo el mundo” (G-20, 2018)⁴³

⁴³ Las declaraciones y comunicaciones emitidas por los países que componen el G20 pueden encontrarse en el siguiente sitio web: <https://g20.org/en/Pages/home.aspx>

⁴⁴ Fuente: BID (2015). Inclusión financiera en América Latina y el Caribe. Coyuntura actual y desafíos para los próximos años

⁴⁵ Fuente: Banco Mundial. (2018). Disponible en: <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialinclusion/overview>

- **Uso:** se refiere a la penetración y extensión de los servicios financieros, a partir de su desarrollo adecuado a las necesidades de la población. El detalle sobre la regularidad, frecuencia y duración de la utilización de productos y servicios financieros, desde la perspectiva de la demanda⁴⁸.

La Cámara Argentina de Fintech (2020) destaca cuatro aspectos fundamentales para terminar de contextualizar la inclusión financiera:



Fuente: Cámara Argentina de Fintech, 2020

1. La oferta de servicios financieros debe ser **integral**. Es decir, debe dar soluciones no sólo a necesidades de crédito, sino también de ahorro, pagos y seguros.
2. La oferta de servicios financieros debe ser **sostenible**, tanto para proveedores como para usuarios.
3. Los productos financieros ofrecidos deben ser **útiles** y ser **usados** (utilizados). Es decir, no basta con acceso (como cuentas bancarias o tarjetas de débito) si estos productos no son útiles y usados por sus titulares.
4. La oferta de servicios financieros debe ser **responsable**. Esto implica que los productos ofrecidos y las condiciones en las que se ofrecen deben estar comunicadas con total claridad y transparencia, y deben ser entendidas por los usuarios⁴⁹.



CÁMARA ARGENTINA DE FINTECH

Se ha determinado que la inclusión financiera es un factor que propicia

7 de los 17

Objetivos de Desarrollo Sostenible⁴⁶ (ODS)⁴⁷

⁴⁶ Fuente: Banco Mundial. (2018). Recuperado de: <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialinclusion/overview>

⁴⁷ Fuente: Naciones Unidas. (2015). Recuperado de: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

⁴⁸ Fuente: Estrategia Nacional de Inclusión Financiera. (2019). Ministerio de Hacienda de la Nación Argentina.

⁴⁹ Fuente: Estrategia Nacional de Inclusión Financiera. (2019). Ministerio de Hacienda de la Nación Argentina.



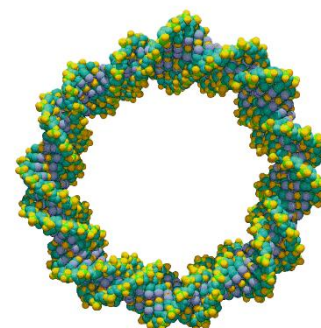
Fuente: Naciones Unidas. (2015). Recuperado de:
<https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/>

Educación financiera

¿Qué es la educación financiera?

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) define la educación financiera como “el proceso por el cual los consumidores/inversionistas financieros mejoran su comprensión de los productos, los conceptos y los riesgos” de la actividad financiera (OECD citado en García *et al*, 2013).

Con información, instrucción o asesoramiento objetivo, los consumidores adquieren las habilidades y confianza para ser más conscientes de los riesgos y las oportunidades financieras, tomar decisiones informadas, generando buenos hábitos de



La falta de educación financiera en América Latina es un obstáculo para ampliar el acceso a los productos y servicios financieros⁵⁰

⁵⁰ Fuente: FELABAN. (2019). V Reporte de inclusión financiera (2019)

pago y comportamientos, ejerciendo cualquier acción eficaz para mejorar su bienestar económico (OECD citado en García *et al*, 2013).⁵¹

La educación financiera es una habilidad esencial para la vida y es reconocida como:

- Complemento de la protección, inclusión y regulación del consumidor financiero.
- Forma de mejorar la toma de decisiones y el bienestar individual.
- Permite apoyar la estabilidad financiera y el crecimiento inclusivo⁵².

¿Por qué es importante?

A lo largo de estos últimos años, se han desarrollado un conjunto de iniciativas a nivel global y regional que proporcionan herramientas para la educación financiera de las personas.⁵³ De esta manera, se llevan a cabo diferentes programas que buscan, comenzando en muchos casos desde la escuela, promover el desarrollo de las habilidades financieras para el desenvolvimiento en la vida cotidiana. El objetivo principal se centra en lograr una adecuada inclusión en lo que refiere al correcto aprovechamiento de los productos y servicios financieros que mejoren la calidad de vida de las personas.

Es importante destacar que la inclusión y educación financiera se deben desarrollar de manera simultánea. Para lograr una correcta inclusión financiera es necesario que el público alcanzado entienda el funcionamiento de los productos y se sienta lo suficientemente cómodo para volver a utilizarlos en un futuro. De esta manera, cada individuo tendrá el poder de analizar las herramientas y seleccionar aquellas que mejor solucionen sus necesidades diarias.

⁵¹ Fuente: García, N.; Grifoni, A.; López, J.C. & Mejía, D.M. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas*. Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva N° 12. CAF-Banco de Desarrollo de América Latina. Recuperado de: https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/oecd_caf_financial_education_latin_americaes.pdf

⁵² Fuente: García, N.; Grifoni, A.; López, J.C. & Mejía, D.M. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe. Situación actual y perspectivas*. Serie Políticas Públicas y Transformación Productiva N° 12. CAF-Banco de Desarrollo de América Latina.

⁵³ Ejemplos:

1) <https://www.chicagofed.org/region/community-development/cedric/federal-reserve-financial-education-initiatives> ;

2) <https://www.worldbank.org/en/news/opinion/2018/06/21/financial-literacy-helping-citizens-make-smart-financial-choices> .

Situación en Argentina y comparación con LATAM

Las empresas Fintechs presentan una amplia gama de características que les permite ofrecer productos y servicios bajo diferentes condiciones en comparación con los sistemas tradicionales. La siguiente sección busca desarrollar esos puntos y exponer cómo sus cualidades cuentan con el potencial de mejorar las ofertas disponibles en la región.

El Ministerio de Hacienda de la Nación Argentina (MH) expone varios indicadores que permiten contextualizar el nivel de inclusión financiera que presenta un país o región (MH, 2019).⁵⁴



Indicadores de medición



Niveles de bancarización (bancarizados, semibancarizados y no bancarizados)



Porcentaje de los créditos privados otorgados sobre el total del PBI.



Calidad de la infraestructura financiera

Mediante distintas iniciativas presentadas por el Estado, junto con otras organizaciones no gubernamentales, se ha buscado generar una mayor inclusión que contribuya al crecimiento económico y al desarrollo social del país. Una mejor inclusión protege y simplifica las transacciones de la población, permitiéndoles reducir riesgos y costos de los distintos productos financieros⁵⁵.

⁵⁴ Ministerio de Hacienda. Presidencia de la Nación. (2019). *Estrategia Nacional de Inclusión Financiera*. Argentina. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/estrategia-nacional-inclusion-financiera.pdf>

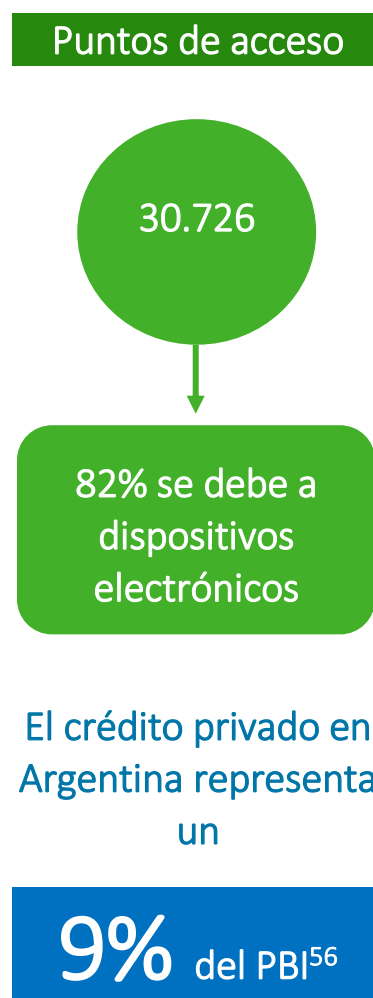
⁵⁵ Ministerio de Hacienda. Presidencia de la Nación. (2019). *Estrategia Nacional de Inclusión Financiera*. Argentina Consejo de Coordinación de la Inclusión Financiera. [Análisis: Deloitte \(2020\)](#).

Actualmente, un 80% de la población adulta en Argentina posee una cuenta de banco (caja de ahorro para el pago de programas sociales, cuentas previsionales o cuentas sueldo)⁵⁷. Sin embargo, sólo un 48% manifiesta que la tiene⁵⁸. Esto podría explicarse debido a que muchas personas fueron bancarizadas sin saberlo en los últimos años, por ser beneficiarios de la Asignación Universal por Hijo (AUH) y otros beneficios sociales. Muchas de estas personas únicamente retiran el dinero en efectivo una vez al mes, sin hacer uso de su cuenta bancaria⁵⁹. El desafío predominante consiste en potenciar el uso de los servicios financieros. En términos de inclusión, las Fintechs tienen el rol de integrar a todas aquellas personas que se encuentran excluidas en el sistema tradicional.

En rasgos generales, en Argentina la situación del sistema financiero, según el último reporte realizado por el Banco Central (BCRA, 2020), es la siguiente⁶⁰:

- El sistema financiero actual registra unos 30.726 puntos de acceso (PDA) a diciembre de 2019. De este total, un 82% se debe a dispositivos electrónicos como cajeros automáticos y terminales de autoservicio.
- Existe una marcada disparidad en la distribución de los PDA a lo largo del país. A diciembre de 2019, el 41,9% de las localidades contaba con al menos un PDA, y éstas concentraban el 91,3% de la población adulta.
- La cantidad de puntos de extracción extra bancarios alcanzaron el mismo número que los cajeros automáticos. Un 65% se encuentra concentrado en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (BCRA, 2020)⁶¹.

En comparación con otras economías regionales, la situación en Argentina demuestra cierto estancamiento. En Chile y Brasil, los adultos con cuenta bancaria representan un 74%; mientras que, en Argentina, el porcentaje de adultos bancarizados (y conscientes de ello) ronda el 48%. El crédito privado representa, a su vez, un 9% del PBI, reduciéndose en un 40% con respecto a 2017, en gran parte debido a la aceleración de la tasa de inflación. El panorama general del crédito privado en LATAM alcanza un 56% del PIB y en la Unión Europea un 86%. Sin embargo, el conjunto de empresas Fintechs del país es el tercero más grande de la región en términos de inversiones hacia el sector, después de Brasil y México⁶².



PBI, bancarización y ratio de crédito⁶³

Características	Unidad de medida	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú	LATAM	Unión Europea
Población	Millones	44,94	211,04	18,95	50,34	127,60	32,51	646,43	447,51
PBI	USD Bn	449,66	1.839,50	282,32	323,80	1.258,80	226,48	5.719,00	15.593,00
Bancarización	%	48%	74%	74%	83%	37%	47%	55%	91%
Ratio Crédito	% Crédito Privado/PBI	9%	62%	81%	50%	27%	44%	56%	86%

⁵⁶ Fuente de Datos: Banco Mundial Data Bank. Recuperado de: <https://databank.bancomundial.org/home.aspx>

⁵⁷ Ministerio de Hacienda. Presidencia de la Nación. (2019). *Estrategia Nacional de Inclusión Financiera*. Argentina. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/estrategia-nacional-inclusion-financiera.pdf>

⁵⁸ Ministerio de Hacienda. Presidencia de la Nación. (2019). *Estrategia Nacional de Inclusión Financiera*. Argentina. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/estrategia-nacional-inclusion-financiera.pdf>

⁵⁹ Análisis: Deloitte (2020)

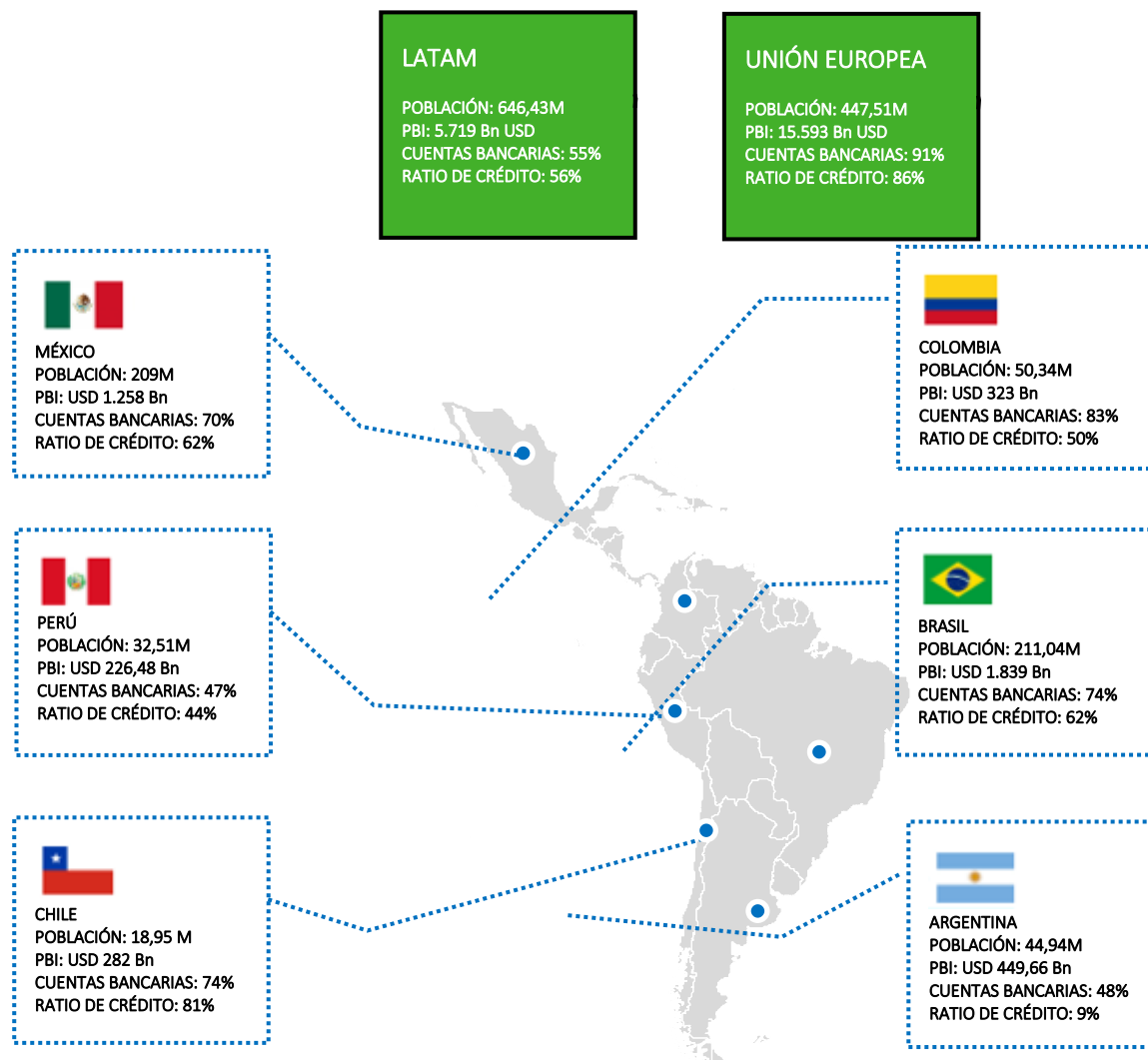
⁶⁰ Banco Central de la República Argentina. (Abril de 2020). *Informe de Inclusión Financiera*. Recuperado de: <http://www.bcra.gov.ar/Pdfs/PublicacionesEstadisticas/iif0219.pdf>

⁶¹ Banco Central de la República Argentina. (Abril de 2020). *Informe de Inclusión Financiera*. Recuperado de: <http://www.bcra.gov.ar/Pdfs/PublicacionesEstadisticas/iif0219.pdf>

⁶² Fuente de Datos: Banco Mundial Data Bank. Recuperado de: <https://databank.bancomundial.org/home.aspx>
Análisis: Deloitte (2020)

⁶³ Fuente de Datos: Banco Mundial Data Bank. Recuperado de: <https://databank.bancomundial.org/home.aspx>

Mapa de representación en LATAM⁶⁴



En Argentina, las financiaciones mediante tarjetas de crédito continuaron siendo el instrumento de financiación más difundido entre la población adulta (32%); mientras que, en el otro extremo, se encuentran los créditos hipotecarios (0,7%). Ambas métricas calculadas a marzo de 2019.

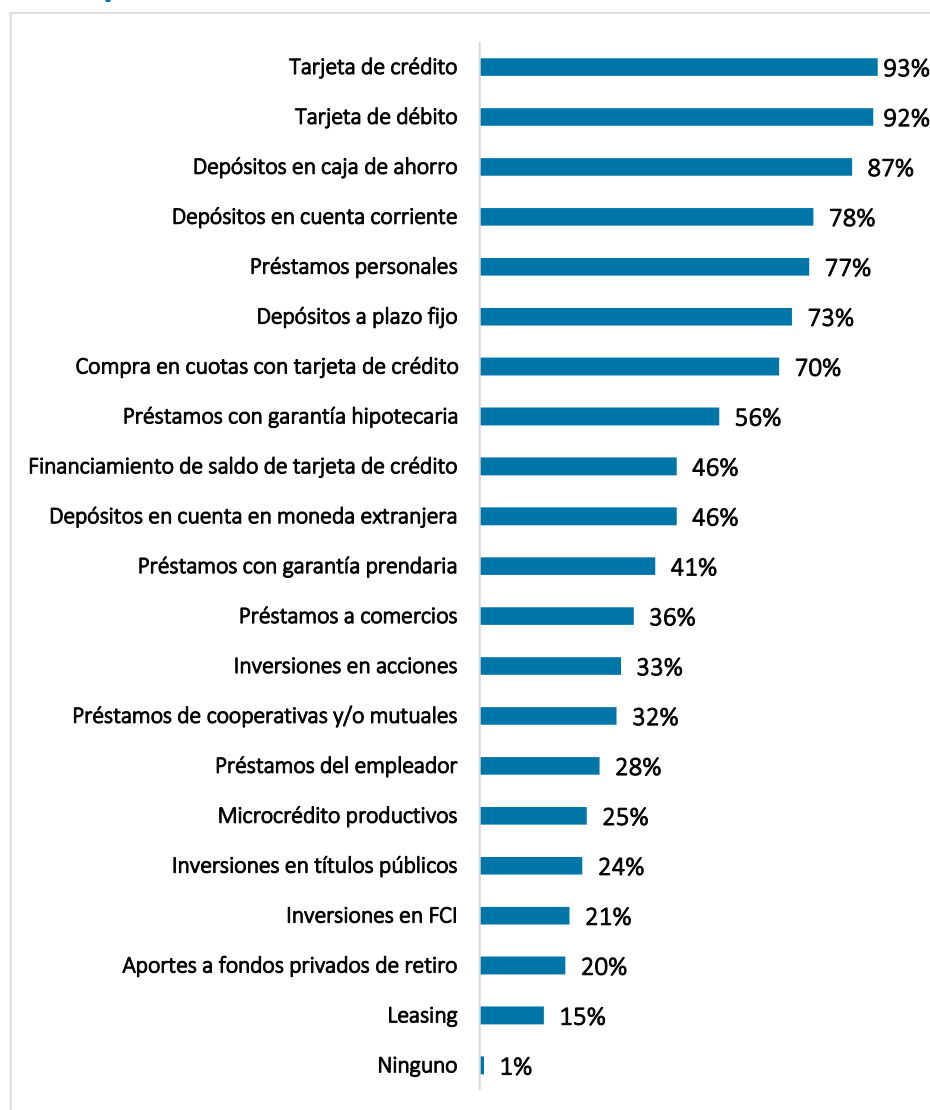
Las transacciones por medios electrónicos de pago realizadas por personas humanas (esto es, la suma de las operaciones con tarjetas de débito, tarjetas de crédito, transferencias y tarjetas prepagas) totalizaron 5,3 operaciones por adulto (promedio mensual) durante el primer trimestre de 2019. La comparación internacional muestra que existe espacio para expandir el uso de estos instrumentos.

⁶⁴ Fuente de datos: Banco Mundial Data Bank, <https://databank.bancomundial.org/home.aspx>

Conocimiento de las personas sobre las diferentes herramientas financieras en Argentina

Más del 80% de la población adulta conoce los productos financieros básicos, tales como las tarjetas de crédito, de débito y depósitos en cajas de ahorro. Sin embargo, son muy pocos los que conocen servicios más sofisticados y, por lo tanto, se deja al descubierto que existe una mayor necesidad de cursos, instructivos y capacitaciones que permitan la educación financiera. Una encuesta realizada por el BCRA junto a la CAF indica los siguientes porcentajes en materia de conocimiento sobre los productos⁶⁵:

Nivel de conocimiento sobre productos financieros en la población adulta



Fuente: Banco Central de la República Argentina & Corporación Andina de Fomento (2018).

⁶⁵ Banco Central de la República Argentina & Corporación Andina de Fomento (2018). *Encuesta de medición de capacidades financieras en Argentina: 2017*. Recuperado de: [http://www.bkra.gov.ar/pdfs/BCRAyVos/Encuesta%20de%20Medici%C3%B3n%20de%20Capacidades%20Financieras%20en%20Argentina%20-%20BCRA-CAF%20\(2017\).pdf](http://www.bkra.gov.ar/pdfs/BCRAyVos/Encuesta%20de%20Medici%C3%B3n%20de%20Capacidades%20Financieras%20en%20Argentina%20-%20BCRA-CAF%20(2017).pdf)

Impacto del ecosistema Fintech en la inclusión y la educación financiera

Un potencial crecimiento del uso de servicios de ahorro, crédito y seguros, a través de una mayor penetración del sistema financiero en la sociedad, podría contribuir a la reducción de la pobreza, disminuyendo la vulnerabilidad de los usuarios al enfrentar situaciones de emergencia económica⁶⁶.

Las Fintechs vienen teniendo un crecimiento significativo, incursionando en distintos segmentos del mercado financiero. Las empresas encuestadas afirman que **más de un 50% de sus usuarios totales registrados se mantiene activos**; es decir, que utilizan sus servicios al menos una vez al mes. Esto demuestra cierta solidez en la infraestructura y el alcance tecnológico, pero al mismo tiempo evidenciaría una necesidad de educación financiera que permitiría potenciar su uso⁶⁷.

Servicios más desarrollados



A nivel regional, los sectores de “Pagos y transferencias” y “Préstamos” lograron desarrollarse en mayor medida por sobre los demás verticales. Estos dos verticales se destacan por sus beneficios y facilidades ofrecidas a los clientes. Argentina posee cierto atraso en relación con la educación financiera y un entorno económico inestable, lo que hace que muchas personas hayan encontrado estas nuevas herramientas para manejar sus finanzas de manera digital, realizar pagos y transferencias, o solicitar créditos de manera más accesible y rápida⁶⁸.

De las 23 empresas encuestadas pertenecientes al vertical “Pagos y transferencias”, un

75%

considera que sus requisitos de acceso son

significativamente más flexibles

que los requeridos en los sistemas tradicionales



El monto promedio de los créditos otorgados es menor a los

\$20.000

Fuente: Deloitte (2020). EEF20.

⁶⁶ Análisis: Deloitte (2020).

⁶⁷ Fuente de datos: Deloitte (2020). EEF20. Análisis: Deloitte (2020).

⁶⁸ Análisis: Deloitte (2020).

Con respecto a los préstamos, en Argentina el promedio del crédito otorgado a los clientes es de menos de \$20.000, en un plazo de entre 180-360 días. Además, su público objetivo, en términos de edad, se encuentra entre los 25 y 40 años, con un nivel de ingresos mensuales de entre \$15.000 a \$60.000.

En adición, el vertical “Pagos digitales” tuvo un impacto significativo en la inclusión financiera en la región. La utilización de nuevas billeteras virtuales permitió incluir a un sector de la sociedad que no tenía acceso a realizar compras por Internet o a operar con medios de pago digitales⁶⁹. La encuesta sostuvo que este servicio se destaca por dos características: menor comisión y mayor experiencia del usuario. El monto promedio de los saldos mensuales en cuentas está entre \$500 y \$10.000 y es destinado principalmente a transferencias, pagos de servicios y pago/cobro a comercios⁷⁰.

La inclusión financiera de los no bancarizados

La Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF, 2019) plantea tres objetivos estratégicos para impulsar la inclusión financiera:

- Completar y mejorar el acceso a cuentas de ahorro, crédito, medios de pagos electrónicos y seguros.
- Potenciar el uso de cuentas, medios de pago electrónicos y otros servicios financieros.
- Mejorar las capacidades financieras de la población y su protección brindando una mejor educación financiera.

Como se mencionó anteriormente, el desafío de las Fintechs en términos de inclusión se resume en incorporar al sistema financiero el porcentaje de la población que se encuentra no bancarizada.

De esta manera, el objetivo es incorporar herramientas personalizadas dentro de un sistema competitivo, en donde el cliente tenga la opción de elegir en base a mejores beneficios y facilidades⁷¹.

Requerimientos a la hora de acceder al servicio

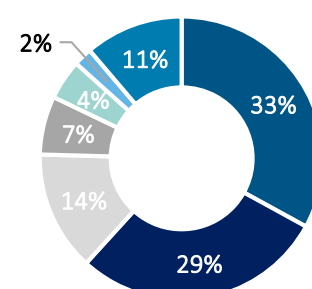
Según los datos de la encuesta realizada, lo que precisa un cliente para registrarse y obtener acceso a los servicios financieros suelen ser sus datos personales básicos y/o número de celular/email.

Una de las principales barreras que dificulta el uso de los productos ofrecidos por el sistema financiero tradicional son los excesivos documentos que se solicitan en los procesos, sumado a la falta de un historial crediticio tradicional. A requerimiento del BCRA, los bancos suelen exigir documentación específica que le dificulta a un segmento de la población argentina poder completarla con facilidad. El desarrollo de un régimen de solicitud y verificación más flexible cuenta con el potencial de incluir a dicho segmento.

Monto promedio de los saldos mensuales en las billeteras virtuales

\$500 - \$10.000

Porcentajes en la cantidad de distintos requisitos que solicitan las Fintechs (B2C) a los usuarios



- Datos personales básicos
- Número de celular/email
- Confirmación de domicilio
- Fuente de ingresos
- Mínimo de ingresos
- Nivel de estudios
- Otros

Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

⁶⁹ Análisis: Deloitte (2020).

⁷⁰ Fuente de datos: Deloitte (2020). EEF20.

⁷¹ Análisis: Deloitte (2020).

La categoría de “Pagos digitales”, en términos de oferta, resulta ser la de mayor tamaño (28% del ecosistema); y sus servicios más elegidos son los de pago/cobro a comercios, pago de servicios y transferencias entre personas (servicios que en un mundo sin Fintechs, eran únicamente provistos a personas bancarizadas).

Dicha categoría no suele requerir una cuenta bancaria y permite, en cierta forma, integrar a aquel porcentaje no bancarizado que solía permanecer fuera del sistema tradicional, realizando todas estas operaciones en efectivo⁷².

Requerimientos a la hora de acceder al servicio

Aun considerando que el público objetivo pertenece a la clase media (C2), las empresas encuestadas afirman contar con capacidad tecnológica para poder incorporar a segmentos de menor poder adquisitivo.

El desarrollo tecnológico a través de la penetración móvil y la extensión de servicios de banda ancha allana el camino hacia un desarrollo económico inclusivo e innovador.

Según un informe realizado por el Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) y el INDEC⁷³, la tasa de penetración de Internet fija por cada 100 habitantes creció en un 5% desde 2018; y, actualmente, el 80% de la población tiene acceso a Internet. Las comunicaciones móviles tienen una penetración promedio de 129 accesos cada 100 habitantes; y un 86% de la población adulta cuenta con un celular, instrumento clave para gestionar los servicios financieros provisto de forma tecnológica.

Público objetivo

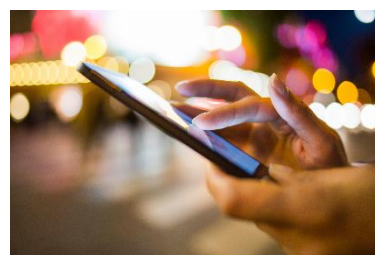
entre 25-40 años

Ingresos del público objetivo

\$15.000-\$60.000

Alcance geográfico

Todo el país



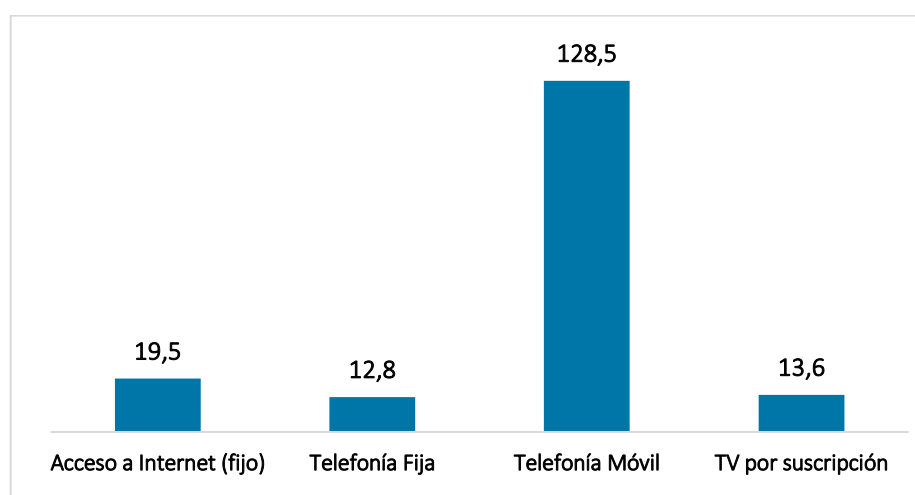
Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

⁷² Fuente: Deloitte (2020). EEF20.

⁷³ Fuente: Ministerio de Hacienda. Presidencia de la Nación. (2019). *Estrategia Nacional de Inclusión Financiera*. Argentina. Recuperado de: <https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/estrategia-nacional-inclusion-financiera.pdf>

El papel determinante que juega tanto Internet como el dispositivo móvil constituyen una facilidad tanto para el acceso como para el uso de los productos Fintech. De esta forma, se simplifican los procesos financieros para los individuos; y, también, se reducen los costos por los servicios, ya que la infraestructura digital reemplaza a la física⁷⁴.

Penetración (accesos cada 100 habitantes)



Fuente: Ente Nacional de Comunicaciones (ENACOM) e INDEC, 2019.

En línea con lo descripto, la mayoría de los usuarios consumen los servicios que brindan estas Fintechs a través de la Web y el teléfono móvil.

⁷⁴ Análisis: Deloitte (2020).

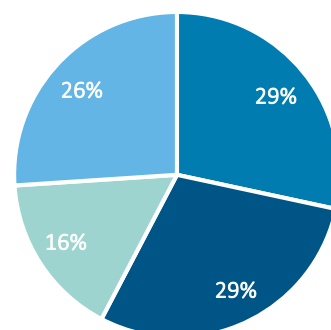
Impulso a la educación a través de las Fintechs

Como se mencionó anteriormente, las innovaciones tecnológicas permiten ofrecer mejores experiencias de usuario. Esto se traduce en una mayor utilización de los servicios y en un aumento en la voluntad de la población para relacionarse con el sistema financiero. En el cuadro anterior se pudo evidenciar la alta tasa de penetración (accesos cada 100 habitantes) de la telefonía móvil en Argentina⁷⁵. Ya que las Fintechs ofrecen el 100% de sus productos de forma digital, cuentan con el potencial de influir a millones de personas en sus experiencias con las ofertas financieras.

Un 73% de las empresas del sector afirman ofrecer capacitaciones e instructivos en sus plataformas con el fin de educar a sus clientes, y simplificar el uso y el entendimiento de sus servicios.



Tipo de instructivos que ofrecen las empresas Fintechs (en porcentajes sobre el total)



- Videos con instrucciones
- Atención humana personalizada
- Atención computarizada personalizada
- Manual con instrucciones

Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

⁷⁵ Fuente: ENACOM (2019). Análisis: Deloitte (2020).

Conclusión

En opinión de las empresas encuestadas y con base en el análisis de dichas respuestas por parte de Deloitte, las Fintechs tienen entre sus objetivos promover la transparencia, la seguridad y la responsabilidad mediante un cambio de paradigma en la cultura, la digitalización y la tecnología de los sistemas financieros, reforzando en el camino la integración económica de la población desatendida. La gran mayoría de los verticales que componen el ecosistema contribuyen a la inclusión financiera. Sin embargo, se refuerzan los dos verticales con participación más destacada:

Pagos digitales

- Un adecuado manejo de la información de los usuarios (Big Data) permite a las empresas tecnológicas mejorar sus algoritmos, posibilitando adecuar sus productos a las necesidades específicas de los usuarios.
- Manejar las finanzas desde un celular otorga un cierto empoderamiento digital, en donde se les facilita a las personas el cuidado de sus finanzas personales, permitiéndoles contar con información valiosa para la toma de decisiones.
- Las empresas encuestadas afirman que los pagos digitales permiten reducir los hechos de inseguridad relacionados con el manejo de efectivo, incrementan la transparencia y facilitan a los usuarios un registro compartido de sus gastos/finanzas que puede ser utilizado para mejorar su perfil crediticio.

Préstamos

- Existe consenso entre los encuestados en relación con que los procesos de educación digital permiten abaratar costos y acortar tiempos, lo cual redundará en beneficios para el consumidor financiero.
- Una parte de las Fintechs encuestadas afirman contar con las herramientas necesarias para ofrecer micropréstamos; un producto que no tiene gran desarrollo en el sistema tradicional debido a los requisitos que deben cumplir los tomadores para ser considerados sujetos de crédito.



=



GÉNERO

Introducción

La igualdad de género es un derivado del derecho humano a la igualdad, que implica recibir el mismo trato, gozar de los mismos derechos, deberes y oportunidades sin distinción de género. Si bien los caminos para acelerar la paridad de género se han hecho más evidentes, la realidad sigue evidenciando que las mujeres en su diversidad enfrentan, aún hoy, mayores desventajas por razón de su género.

Las desigualdades que enfrentan las sociedades son un desafío para todos los sectores. Sin la inclusión igualitaria de la mitad del talento mundial, no es posible que todas las personas alcancen su potencial y, así lograr, un desarrollo sostenible.

En este capítulo, se buscará recorrer y analizar los desafíos que presenta la igualdad de género a nivel global, así como la situación en América Latina y en Argentina. La búsqueda lleva a identificar cuáles son los obstáculos y las oportunidades que se presentan para las compañías; y, en particular, para la industria de las Fintechs.

El análisis incluye las declaraciones de las empresas encuestadas, resaltando los resultados que presentan indicadores sobre los cuales se podrá trabajar para potenciar el crecimiento compartido y sostenible del sector Fintech.

Igualdad de género: la agenda global

Alcanzar la igualdad de género constituye uno de los elementos relevantes de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible** (ODS, 2015), meta que deberá alcanzarse de aquí al 2030. Dichos objetivos fueron definidos por los Estados Nacionales miembros de la Organización de Naciones Unidas (ONU), con consultas al sector empresarial, las organizaciones de la sociedad civil y expertos de organismos internacionales y Naciones Unidas. A través del ODS 5 – Igualdad de Género– se establece que no es sólo un derecho humano fundamental, sino la base necesaria para alcanzar un mundo pacífico, próspero y sostenible.

La responsabilidad de los cambios propuestos en la Agenda 2030 es compartida por los gobiernos, las empresas y la sociedad civil. Se ha demostrado una y otra vez que empoderar a las mujeres y niñas tiene un efecto multiplicador y ayuda a promover el crecimiento económico y el desarrollo a nivel mundial. Poner fin a todas las formas de discriminación contra las mujeres y niñas no es sólo un derecho humano básico, sino que además es crucial para el desarrollo sostenible.

En línea con el compromiso asumido por los líderes del mundo, queda un gran camino por transitar, sobre el cual el sector empresarial tiene un rol preponderante. Para dimensionar la situación global en materia de equidad de género, el **World Economic Forum** (2020) elabora un índice de brecha de género que busca capturar la magnitud de las disparidades. Para el año 2020, la puntuación de la brecha de género mundial es del 68,6%. Esto significa que la brecha restante para cerrar es del 31,4%; y si se mantienen las tendencias actuales, se podría cerrar en 99,5 años⁷⁶.

El índice compara las brechas de género en base a cuatro dimensiones: económica, política, educación y salud. En la dimensión relacionada a la participación y oportunidad económica, sólo el 57,8% de la brecha se ha cerrado hasta ahora, y presentó un retroceso respecto al año anterior (58% en 2018). Uno de los motivos de esta brecha está relacionado a que las mujeres están persistentemente menos presentes en el mercado laboral que los hombres. En promedio, alrededor del 78% de los hombres adultos (15-64 años) están en la fuerza laboral, mientras que sólo el 55% de las mujeres participan activamente en el mercado laboral global. Tal brecha tiende a ampliarse con el nivel de antigüedad y crecimiento profesional, ya que sólo el 18,2% de las empresas a nivel mundial están lideradas por mujeres.

Las disparidades financieras también siguen siendo importantes. En promedio, más del 40% de la brecha salarial (salario de una mujer en comparación con el de un hombre para una posición similar), y más del 50% de la brecha de ingresos (remuneración total de una mujer en comparación con la de un hombre) aún restan cerrarse. Estas cifras ponen de relieve no sólo que las mujeres en puestos similares a los de los hombres siguen cobrando menos, sino también que las disparidades de ingresos son mayores que las brechas salariales. Esta diferencia se debe, en parte, a que las mujeres se encuentran con desafíos para llegar a puestos de alto nivel y/o para acceder a segmentos de alta recompensa económica; y son menos propensas que los hombres a obtener ingresos de actividades no laborales (es decir, de inversión



Empoderar a las mujeres y niñas tiene un efecto multiplicador y ayuda a promover el crecimiento económico y el desarrollo a nivel mundial



De acuerdo al índice del World Economic Forum (2020), la brecha de género actual se podrá cerrar en 99,5 años

⁷⁶ Fuente: World Economic Forum. (2020). Global Gender Gap Report 2020.

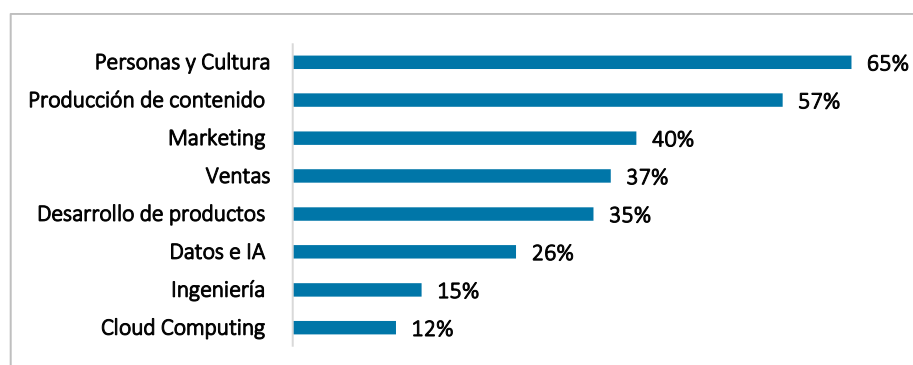
financiera, emprendimiento) donde las ganancias financieras son sustancialmente mayores. Asimismo, en muchos países las mujeres se ven significativamente desfavorecidas al acceder a productos de crédito o financieros, que les impiden iniciar una empresa o ganarse la vida gestionando activos financieros.

Otro aspecto subyacente que contribuye a la disparidad entre mujeres y hombres es la carga desigual de las responsabilidades domésticas y de cuidado que las mujeres siguen teniendo, en comparación con los hombres, en casi todas partes del mundo.

Además de las transformaciones culturales y sociales, son necesarias políticas e iniciativas que ofrezcan soluciones rentables y eficaces para las necesidades de cuidado o que generen incentivos para que hombres y mujeres reequilibren la carga de los deberes del hogar y el cuidado (como las licencias parentales), y tengan un impacto significativo en las oportunidades profesionales de las mujeres.

En relación con los cambios que se prevén en el mercado laboral, se identifica una escasa representación de las mujeres en los trabajos emergentes. Un análisis realizado por el Foro Económico Mundial en colaboración con LinkedIn (2020)⁷⁷, identificó ocho grupos de profesiones con crecientes perspectivas de empleo en veinte (20) economías líderes. Este estudio revela que las mujeres están subrepresentadas en seis (6) de los ocho (8) grupos de profesiones con mayor tasa de crecimiento del empleo.

Porcentaje de mujeres por grupo de profesiones



Fuente: Foro Económico Mundial en colaboración con LinkedIn, 2020.

Esta realidad refleja dos retos clave: el primero, que hay que realizar mayores esfuerzos para proporcionar a las mujeres las competencias necesarias para desempeñar los puestos de trabajo más demandados. El segundo, que es necesario establecer iniciativas para que las mujeres tengan acceso a las competencias técnicas disruptivas, potenciar la diversidad en la contratación y crear culturas laborales inclusivas.

^{77 77} Fuente: World Economic Forum. (2020). Global Gender Gap Report 2020. http://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2020.pdf

A la fecha de realización del presente informe, estamos atravesando por una pandemia de la enfermedad por coronavirus (COVID-19) que tiene efectos sobre la coyuntura laboral. Según estimaciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2020)⁷⁸, la contracción económica por causa de la pandemia podría provocar un aumento de la tasa de desocupación de al menos 3,4 puntos porcentuales, hasta alcanzar una tasa del al menos 11,5% al final de 2020. En dicho marco, el impacto sobre el mercado laboral por sexo dependerá de la distribución del empleo femenino y masculino en cada sector. En general, se observa que las áreas en las que se considera que existe un riesgo alto de pérdida de empleos, concentran una mayor cantidad de fuerza laboral masculina. Aunque dichas tendencias demuestren un menor riesgo de pérdida de empleo en las mujeres, esto no implica que las condiciones de trabajo no se vayan a ver afectadas. En muchos casos las mujeres que trabajan deben seguir asistiendo a sus dependientes o a las personas que necesitan cuidados en sus hogares, lo que puede aumentar su sobrecarga de trabajo y estrés. Asimismo, la crisis sanitaria pone en evidencia una organización social de los cuidados en la región en la que, por lo general, son las mujeres quienes, de forma remunerada o no remunerada, absorben la mayor carga del trabajo de cuidados.

⁷⁸ Fuente: CEPAL / OIT (Mayo 2020). Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe, número 22. El trabajo en tiempos de pandemia: desafíos frente a la enfermedad por coronavirus (COVID-19).

Situación de las Fintechs en Argentina

En las últimas décadas, la tasa de participación de las mujeres en el mercado de trabajo de la República Argentina ha crecido significativamente. Pero este crecimiento se vio más reflejado en un aumento de los niveles de desocupación y subocupación, antes que en un incremento del porcentaje de ocupaciones plenas. Es así que la tasa de desocupación de mujeres para el primer trimestre de 2020 representa el 11,2% y para los hombres 9,2%⁷⁹, mientras que la tasa de empleo fue del 44% para las mujeres y 62% para los hombres, según datos del primer trimestre 2020 del INDEC.

Entre las principales condiciones que generan brechas de género pueden mencionarse: las diferencias salariales, la segmentación horizontal y vertical, y la falta de oportunidades para el acceso a ciertos oficios o sectores de actividad.

En lo que respecta a Latinoamérica⁸⁰, en los últimos 30 años, el promedio de la tasa de participación de las mujeres ha aumentado 11 puntos porcentuales, un ritmo superior al de otras regiones del mundo. Pero, durante 2019, los principales indicadores laborales desagregados por género continuaron mostrando una brecha. En las mujeres, la tasa de desocupación promedio aumentó hasta alcanzar un promedio del 9,6%; mientras que, en los hombres, se mantuvo en un promedio casi constante del 7,1% durante el año. Para Argentina, Belice, Brasil, Colombia y Costa Rica la tasa de desocupación femenina superó el 10%.

Composición de la fuerza laboral en las Fintechs

En lo que respecta al universo de las Fintechs en Argentina, en el 70% de las compañías participantes en la encuesta, la fuerza laboral está conformada por menos de 50 empleados, mientras que sólo el 14% cuenta con más de 100 empleados.

Al colocar el foco en la composición por género, en promedio, el 39% de la dotación de las Fintechs está representada por mujeres. Sólo un 18% de las empresas encuestadas asegura que su fuerza laboral está compuesta por más del 50% de mujeres; datos que marcan aún más las tendencias de la encuesta anterior⁸¹.

Si lo comparamos con América Latina, el 30% del personal que trabaja en empresas Fintechs son mujeres. No obstante, sólo cerca del 11% de las empresas Fintechs tienen 50% o más de mujeres trabajando en sus equipos⁸².

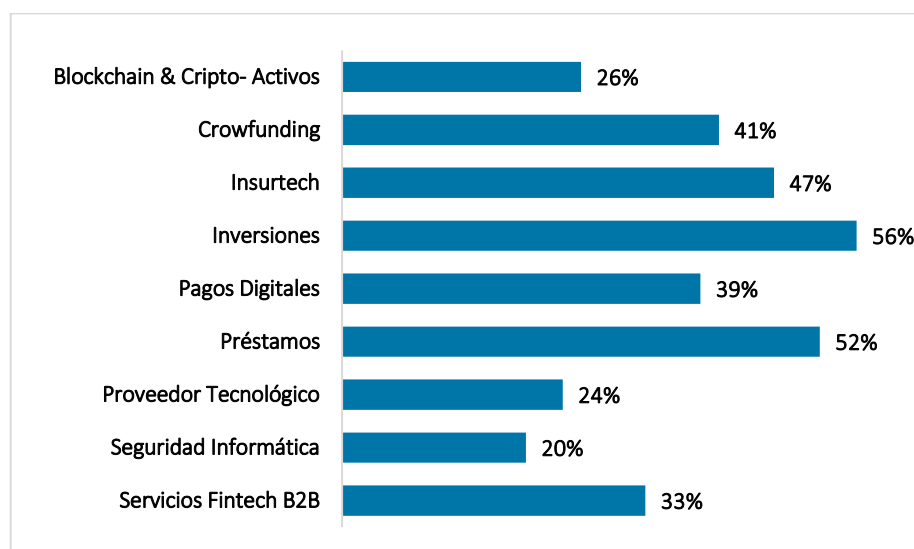
⁷⁹ Fuente: INDEC. (2020). Mercado de trabajo. Tasas e indicadores socioeconómicos (EPH). Informes técnicos / Vol. 4, n° 110- primer trimestre 2020.

⁸⁰ Fuente: CEPAL / OIT. (Mayo 2020). Coyuntura Laboral en América Latina y el Caribe, número 22. El trabajo en tiempos de pandemia: desafíos frente a la enfermedad por coronavirus (COVID-19).

⁸¹ Fuente: Accenture. (2018). Informe Ecosistema Fintech Argentino 2018.

⁸² Fuente: BID, Finnovista. (2018) Informe Fintech en América Latina 2018: crecimiento y consolidación.

Promedio del porcentaje de mujeres por vertical de industria

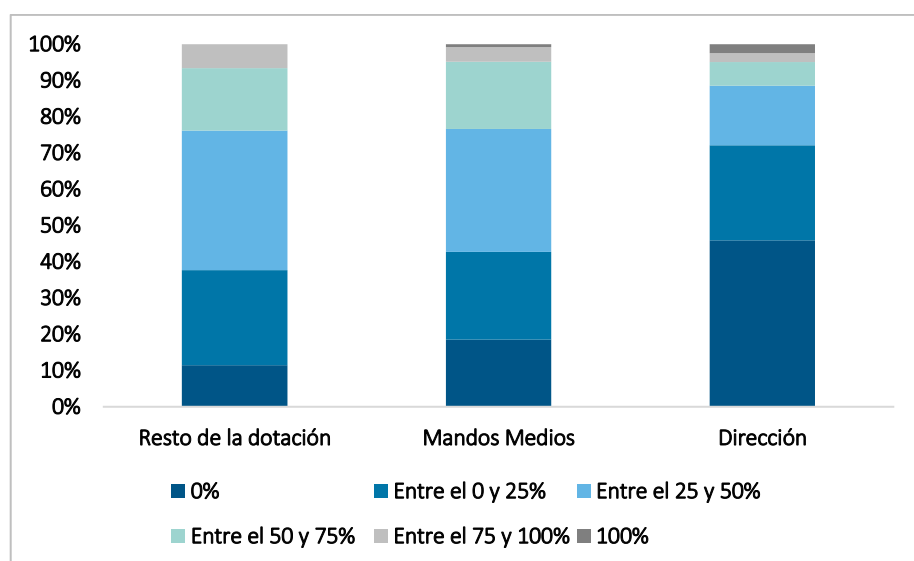


Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Como continuación al análisis de la diversidad, si consideramos el inicio de la composición de las Fintechs, el 34% de las encuestadas declaran que al menos una mujer conforma el equipo fundador, tendencia que se encuentra en concordancia con el porcentaje de América Latina (el 35% de las Fintech declaró que al menos una mujer conformaba el equipo fundador en 2018). Por otro lado, sólo en el 10% de los casos las mujeres representaron mayoría entre los socios fundadores de Argentina.

En el siguiente gráfico, se muestra la representación de mujeres por categoría laboral. En éste se puede observar que, en la mayoría de las encuestadas, no hay mujeres en la dirección (0%); y en los mandos medios y el resto de la dotación, en su mayoría las mujeres representan entre el 25 y 50% de la dotación.

Porcentaje de mujeres por categoría laboral en la industria



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

El 82% de las encuestadas declaró que el porcentaje de mujeres en el área de IT es menor al 25%.

Cuando analizamos las variaciones en la dotación en el último año, en el 61% de las compañías el porcentaje de mujeres en puestos gerenciales se mantuvo igual y el otro 39% incrementó. Por otro lado, si analizamos los ingresos del último año, la tendencia en cuanto a la segregación se siguió incrementando debido a que, en promedio, los ingresos fueron en un 55% de hombres.

Gestión de la diversidad

La industria Fintech cuenta con una fuerte base tecnológica o digital, en la cual se apalanca para brindar servicios financieros. Este análisis toma como base de comparación las industrias tecnológicas y de servicios financieros, ya que Fintech es una combinación entre ambas.

En lo que respecta al sector tecnológico en Argentina, un estudio elaborado por el **BID - INTAL y Chicas en Tecnología (2019)**⁸³, dimensiona la brecha de género existente en la participación de las mujeres en carreras CTIM (Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas) a nivel nacional. El citado estudio expone que, a pesar de los avances en materia de innovación tecnológica, las mujeres enfrentan obstáculos significativos en el acceso al mercado laboral y en el progreso en sus carreras profesionales.

Por un lado, los datos señalan brechas de género en el ingreso y egreso de las estudiantes de las disciplinas CTIM entre 2010 y 2016. Las mujeres representan el 33% de los estudiantes registrados en CTIM, tanto en universidades de gestión pública como privada. A nivel cualitativo, los principales resultados señalan que las mujeres que deciden una trayectoria formativa y laboral en CTIM enfrentan barreras basadas en estereotipos familiares y sociales, en cuanto a sus elecciones.

Por otro lado, el estudio indica que, en el ámbito laboral, las mujeres se enfrentan con barreras que les impiden acceder a lugares destacados en lo profesional y laboral, en los diferentes sectores de su especialidad. Estas barreras se producen por la escasa presencia femenina en las ramas de actividad vinculadas a CTIM y por los estereotipos de género que enfrentan, tanto al intentar acceder, mantener y promoverse en una posición laboral, como a la hora de obtener puestos de responsabilidad y de tomar decisiones que tengan una mayor incidencia en el ámbito científico y tecnológico.

Un aspecto relevante a considerar sobre la equidad de género es evaluar las prácticas que realizan las compañías para brindar oportunidades tanto en el acceso al trabajo como en el desarrollo profesional. No sólo alcanza con mirar la composición de la nómina, sino que evaluar las herramientas de gestión del talento es un aspecto clave para comprender el compromiso con la gestión de la diversidad⁸⁴.

En lo que respecta al universo de las Fintech en Argentina, el 4% cuenta con un Comité de Género o Diversidad, el 25% con una Política de Género y 8% con un programa específico de desarrollo de mujeres, las cuales son herramientas que

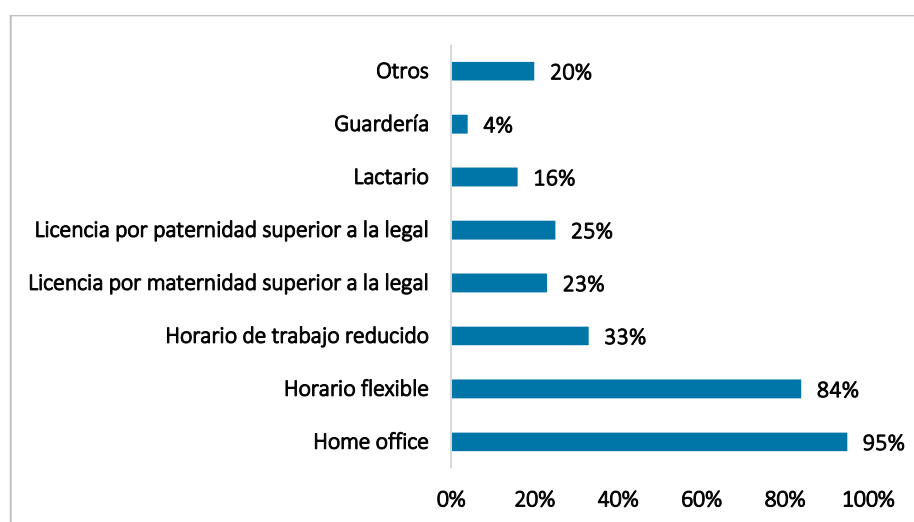
⁸³ Fuente: Basco, A. I. & Lavena, C. (Abril 2019). Un potencial con barreras: la participación de las mujeres en el área de ciencia y tecnología en Argentina. BID. Recuperado de: https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Un_potencial_con_barreras_la_participaci%C3%B3n_de_las_mujeres_en_el_%C3%A1rea_de_Ciencia_y_Tecnolog%C3%ADa_en_Argentina_es_es.pdf

⁸⁴ Análisis: Deloitte. (2020)

acompañan el desarrollo de las mujeres dentro de la estructura de las organizaciones. Asimismo, el 11% cuenta con programas de formación de talento joven con enfoque en mujeres y habilidades CTIM.

En cuanto a la contratación de empleo, el 40% cuenta con una política de selección definida para evitar sesgos. Y en lo que respecta a iniciativas y beneficios orientados al equilibrio de la vida personal, profesional y el cuidado, en el siguiente cuadro se muestran las tendencias declaradas.

Porcentaje de compañías que cuentan con iniciativas



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Todas las compañías encuestadas declararon que no hay distinción entre los honorarios promedio otorgados a mujeres y hombres en su empresa

Otros puntos relevados fueron la capacitación en temáticas de diversidad e inclusión, en el cual el 23% de las empresas encuestadas declara haber realizado; y la implementación de protocolos para casos de acoso y acoso sexual, que sólo el 26% declara tener.

Cuestiones de género en el negocio⁸⁵

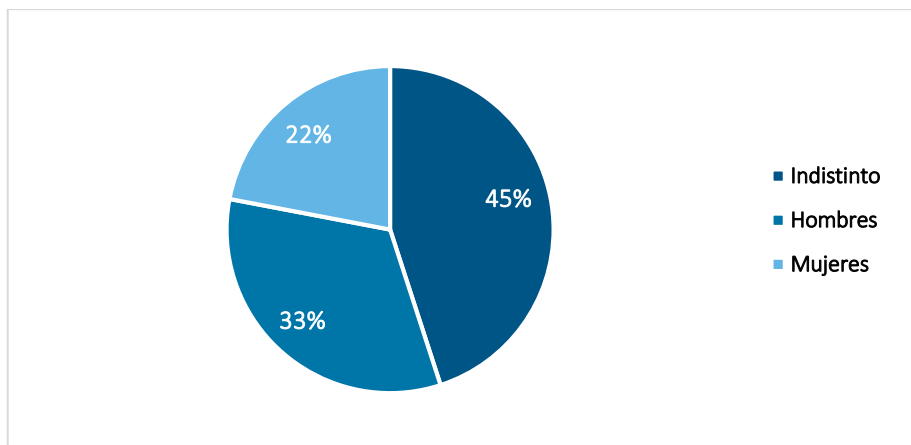
El acceso a los servicios financieros orientados a las necesidades de las mujeres es otro de los factores pendientes para lograr la equidad. En Argentina, la brecha de género en la tenencia de cuentas de depósito ascendía a 11,5 puntos porcentuales en detrimento de la mujer en 2019⁸⁶. A su vez, si se restan las cuentas previsionales, el resultado indica que 8,2 millones de mujeres poseen una cuenta (47,4% de la población adulta femenina) en comparación con 10,8 millones de hombres (66,7% de la población adulta masculina), resultando en una brecha de 19,4 puntos porcentuales.

El 15% de las Fintechs pertenecientes a los verticales “Crowdfunding”, “Insurtech”, “Inversiones”, “Pagos digitales”, “Préstamos” y “Servicios Fintech B2B” - declararon que realizan una distinción y/o análisis en términos de género, al público objetivo al que dirigen sus productos y servicios. De acuerdo con las respuestas de las Fintechs, el 22% de sus usuarios son mujeres.

⁸⁵ Fuente: Banco Central de la República Argentina. (Abril 2020). Informe de Inclusión Financiera.

⁸⁶ Sin considerar las cajas de ahorros para el pago de programas sociales (97% de la Asignación Universal por Hijo se encuentra en cabeza de mujeres).

Distribución de las empresas por género al que dirigen sus productos y servicios



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Solamente cuatro (4) compañías cuentan con productos que apuntan específicamente al público femenino (de los verticales “Préstamos”, “Insurtech” y “Crowdfunding”).

En cuanto a la comunicación y mercadeo apuntando al público femenino o masculino en relación con sus productos, el 7% respondió que lo hace; y el 21 % de las restantes declaró que lo piensa hacer a futuro.

Conclusión

Lograr la igualdad de género es una asignatura pendiente que tiene la sociedad en su conjunto. El sector empresario posee un rol fundamental con respecto a este objetivo, pudiendo contribuir de manera directa en su consecución. En particular, las Fintechs tienen la posibilidad de influir desde dos ópticas en la reducción de la brecha entre hombres y mujeres. Por un lado, pueden tener injerencia a través de sus prácticas de empleo, tanto con la contratación de un mayor porcentaje de mujeres como con la implementación de iniciativas para acompañar su desarrollo profesional; y, por otro lado, ofreciendo productos y servicios adecuados a sus necesidades, permitiéndoles lograr una autonomía y crecimiento económico.

Estas acciones pueden verse como oportunidad, tanto para la sociedad en su conjunto - con la reducción de la brecha de género- como para las Fintechs en particular, ya que generan un clima interno en la compañía que potencia el rendimiento y bienestar de sus empleados, generando una diversidad de miradas más amplia para desarrollar soluciones. Asimismo, mayor equidad de género al interior de las Fintechs genera una oportunidad de captación de un mercado que tiene mucho potencial de desarrollo.

De acuerdo con los resultados de la encuesta, se observa que la brecha de género en el ecosistema de las Fintechs está aún muy marcada y que se debe trabajar con mayor énfasis, no sólo en la captación de mujeres del mercado laboral, sino también en la gestión del desarrollo profesional. Algunas compañías ya están implementando acciones, tales como la creación de un comité de género o diversidad, la definición de políticas o capacitaciones; pero, todavía, representan una minoría.

La igualdad de género es un eje que preocupa a nivel internacional y sobre el que las miradas de los grandes líderes están puestas. Por lo que trabajar en este aspecto ya no se puede considerar como una cuestión de filantropía, sino que es una ventaja competitiva.



MARCO REGOLATORIO

Introducción

En los últimos dos años se implementaron cambios en el marco regulatorio de la industria, aunque vale aclarar que no existe una legislación específica para la industria o para alguno de los verticales, ni tampoco existe un organismo regulador que tenga el rol de supervisor exclusivo de alguno de los verticales. En otros países de Latinoamérica, como por ejemplo Brasil y México, sí existen leyes y regulaciones dirigidas específicamente a la industria.

En Argentina, los organismos que tienen jurisdicción sobre la prestación de servicios financieros en un sentido amplio son el Banco Central de la República Argentina (BCRA), la Comisión Nacional de Valores (CNV) y la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN). En la presente sección nos referiremos a las principales regulaciones que impactan en la industria, no obstante, como se verá, muchas de estas regulaciones no son exclusivas del universo Fintech sino que alcanzan a compañías tradicionales y Fintech por igual.

Marco regulatorio

La experiencia en otros países

México es el país que más ha avanzado en la región en cuanto a regular la industria Fintech. Posee una “Ley de Tecnología Financiera” (Ley Fintech, 2018) que aplica a diferentes verticales de la industria e incorpora a la mayoría de las compañías bajo la supervisión de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Existen algunas excepciones a la aplicación de la regulación, como por ejemplo el vertical “Insurtech”. Por su parte, las Instituciones de Fondos de Pago Electrónico (vertical “Pagos digitales”) están sujetas a la regulación del Banco de México⁸⁷.

Por su parte, Brasil posee desde el año 2018 una regulación Fintech que incorpora dos nuevas figuras para el otorgamiento de préstamos a través de plataformas electrónicas: (i) las compañías de préstamo P2P (“SEP”, por su sigla en portugués), si su propósito es facilitar transacciones de créditos entre pares; y (ii) las compañías de crédito directo, si su objeto social consiste en el otorgamiento de préstamos con capital propio (“SCD”, por su sigla en portugués)⁸⁸. Cabe mencionar que Brasil también está en proceso de implementación del modelo de banca abierta (*Open Banking*). Actualmente, el Banco Central de Brasil está emitiendo circulares que



México es el país más avanzado de la región en cuanto a regulación de la industria Fintech

⁸⁷ Circulares 12/2018, 4, 5, 6 y 8/2019 del Banco de México.

⁸⁸ Resolución 4656/2018 del Banco Central de Brasil.

establecen la estructura de gobernante del proceso de implementación⁸⁹. Si bien *Open Banking* no es una iniciativa que aplica exclusivamente a las compañías Fintech sino también a la banca tradicional, esto permitirá el ingreso de nuevos *players*, muchos de ellos correspondientes a la industria Fintech⁹⁰.

Actualidad normativa

Si volvemos específicamente al caso de Argentina, a nivel regulatorio existen normativas emitidas por el BCRA, la Comisión Nacional de Valores (CNV) y la Administración Federal de Ingresos Públicos (AFIP) que impactan en la actividad de la industria Fintech. Algunas de estas regulaciones aplican a compañías tradicionales y compañías Fintech por igual, y un menor número exclusivamente a éstas últimas.

En relación con el BCRA, ya hemos comentado en las secciones previas que, a partir del año 2016, este organismo habilitó las transferencias inmediatas de fondos (pago electrónico inmediato) a través de tres modalidades: billetera electrónica, POS móvil y botón de pago. En el año 2018, estableció la Clave Virtual Uniforme (CVU), que facilita la interoperabilidad entre los clientes de los Proveedores de Servicios de Pagos (PSP) y otros clientes del sistema financiero.

Con respecto al vertical de “Pagos digitales”, ya en 2020 el BCRA incorpora a la regulación una nueva figura denominada “Proveedores de servicios de pago que ofrecen cuentas de pago” (PSP), habilitando un nuevo registro en el cual deben inscribirse estas compañías. En relación con lo anterior, también se establece la necesidad de cumplir ciertas normativas en cuanto a la administración de los fondos de los clientes y la necesidad de presentar regímenes informativos.

En cuanto al vertical “Préstamos”, en la medida que las compañías no hagan intermediación financiera, no están sujetas al contralor del BCRA. Existen dos registros de proveedores no financieros de crédito: 1) empresas no financieras emisoras de tarjetas de crédito y/o compra; y 2) otros proveedores no financieros de crédito. Esta última figura fue incorporada en 2014, año en el cual se estableció que, para ser sujetos de crédito por parte de las entidades financieras, estas compañías deberán estar inscriptas en el “Registro de otros proveedores no financieros de crédito” y cumplir con los regímenes informativos establecidos en tales normas. Cabe mencionar que esta normativa es de aplicación general para todos los proveedores no financieros de crédito, ya sean compañías Fintechs o tradicionales.

Para concluir sobre el BCRA, no podemos dejar de mencionar la normativa vigente en materia de comercio exterior y cambios. A partir de septiembre de 2019, rige nuevamente en nuestro país un cuerpo normativo que establece ciertas restricciones y requisitos a cumplir para operar en este mercado. Si bien esta regulación alcanza a todas las compañías por igual (Fintechs y tradicionales), afecta en mayor medida a los verticales que transaccionan en moneda extranjera y con el exterior, ya sea por cuenta propia o de terceros.

En relación a la CNV, hacemos mención a la Resolución General 717 que reglamenta el funcionamiento de las Plataformas de Financiamiento Colectivo (vertical “Crowdfunding”), en el marco de la Ley de Apoyo al Capital Emprendedor N° 27.349. A pesar del desarrollo de la normativa y el impulso que se le brindó desde el gobierno y el regulador, el hecho de que la propia Ley y la normativa CNV restrinjan la operatoria a inversiones de capital, deuda convertible y certificados de participación en

⁸⁹ Resolución conjunta 1/2020 del Banco Central de Brasil y el Consejo Nacional Monetario. Recuperado de: https://www.bcb.gov.br/content/config/Documents/Open_Banking_CMN_BCB_Joint_Resolution_1_2020.pdf

⁹⁰ Análisis: Deloitte. (2020)

fideicomisos (es decir, se excluye la posibilidad de invertir en instrumentos de deuda), hace que el instrumento no haya tenido demasiado desarrollo en el mercado⁹¹.

Por otra parte, la AFIP por medio de la Resolución General 4622/2019, estableció un Régimen de información y retención de IVA como de impuesto a las ganancias para las plataformas de pagos electrónicos. Según los considerandos de la citada Resolución General, la norma tiene como objetivo fomentar la inclusión financiera, reducir los costos intrínsecos del sistema de pagos y formalizar la economía, obtener un mayor control de las operaciones realizadas, así como reducir las posibilidades de evasión.

La opinión de la industria Fintech por dentro

A pesar de lo mencionado en las secciones precedentes en cuanto a que no existe en el país un gran número de regulaciones dirigidas específicamente a la industria o a alguno de sus verticales, la opinión de los jugadores es que se ha observado un cambio significativo en la postura de los reguladores. Salvo en los verticales “Insurtech” y “Seguridad informática”, hay consenso generalizado (87% de respuestas afirmativas) en que efectivamente hay un cambio en la postura de los reguladores.

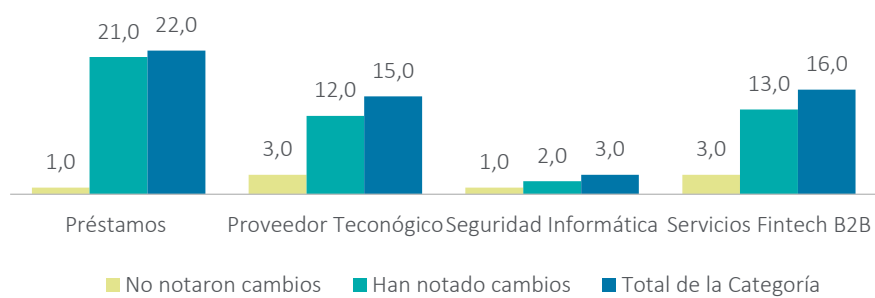
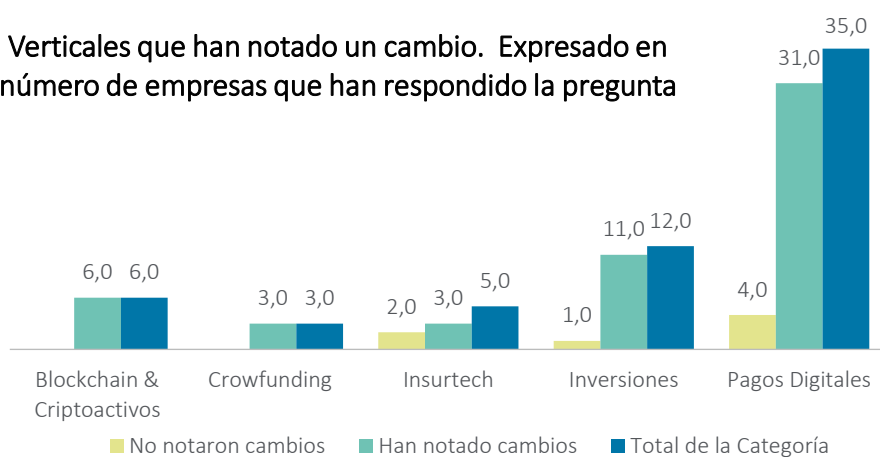
Ahora bien, cuando comenzamos a analizar las respuestas por vertical y profundizar en función del regulador, vemos que hay opiniones divergentes.

Al efectuar una apertura de las respuestas por tipo de regulador, vemos que los encuestados perciben mayores cambios en el BCRA (sólo 7% de las respuestas son “sin cambios”), seguido por la CNV (53% de las respuestas “sin cambios”), la AFIP (84% de las respuestas “sin cambios”), y la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN, 91% sin cambios).

Adicionalmente, la encuesta agrega como opción de respuesta si la percepción del cambio en la regulación es “moderado” o “significativo”; y, a su vez, si dichos cambios “preocupan” o no. Y es allí donde observamos las mayores divergencias por regulador y por vertical.

⁹¹ Según la página web de la CNV, en la actualidad existe sólo un agente registrado como plataforma de financiamiento colectivo: <https://www.cnv.gov.ar/SitioWeb/RegistrosPublicos/BusquedaAgentes>. Análisis: Deloitte. (2020).

Verticales que han notado un cambio. Expresado en número de empresas que han respondido la pregunta



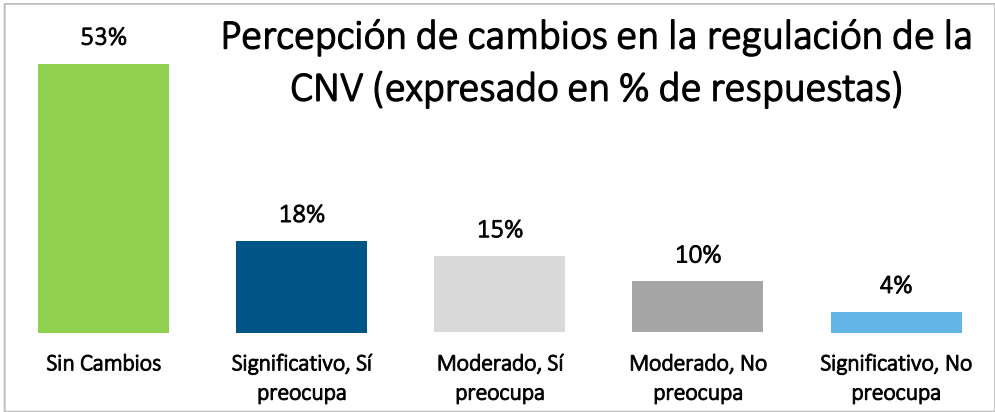
Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Análisis por regulador

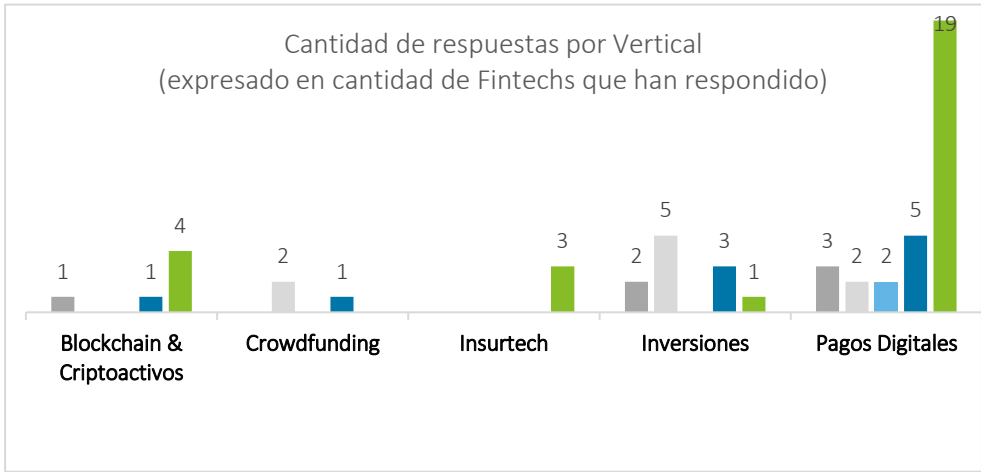
CNV

En primer lugar, hacemos referencia a la CNV. Si bien antes habíamos mencionado que un 53% de las empresas encuestadas respondieron no percibir cambios en la regulación, un 33% de las respuestas afirma que los cambios (ya sean moderados o significativos) preocupan a la industria.

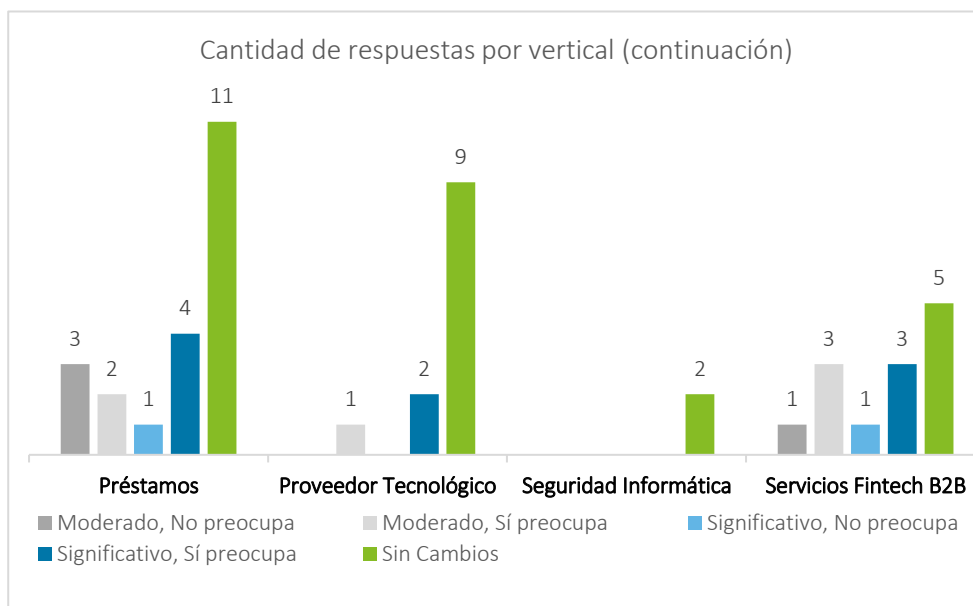
Al realizar un análisis más detallado, vemos que no todas las respuestas se refieren específicamente a la regulación propia de la CNV, pero sí sirven para graficar el nivel de preocupación de los integrantes de la industria en cuanto al marco normativo. Entre las principales inquietudes transmitidas, podemos mencionar a los requisitos establecidos para diferentes tipos de agentes registrados en la CNV, los límites a las operatorias en moneda extranjera de fondos comunes de inversión, y lo mencionado anteriormente sobre el escaso desarrollo que han tenido las plataformas de financiamiento colectivo. Hay otras respuestas que aluden al nivel de preocupación, pero no necesariamente tienen que ver con normativa de la CNV. Entre las respuestas, se hace mención a las restricciones cambiarias, a las restricciones a las Sociedades Anónimas Simplificadas (SAS) y la imposibilidad de efectuar acreditación de haberes en cuentas virtuales o tarjetas prepagas. Exceptuando esta última, vale mencionar que las regulaciones citadas afectan a todos los agentes por igual (ya sean Fintechs o tradicionales).



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.



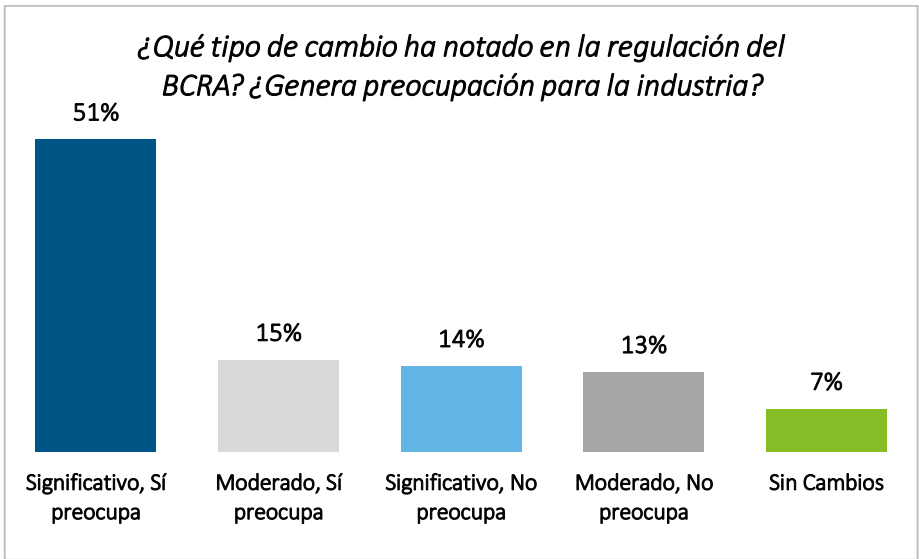
Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.



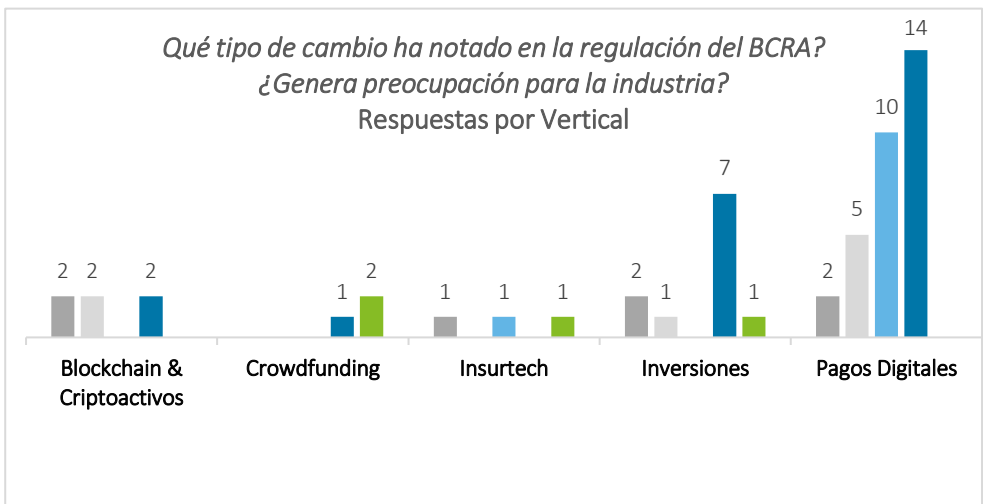
Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

BCRA

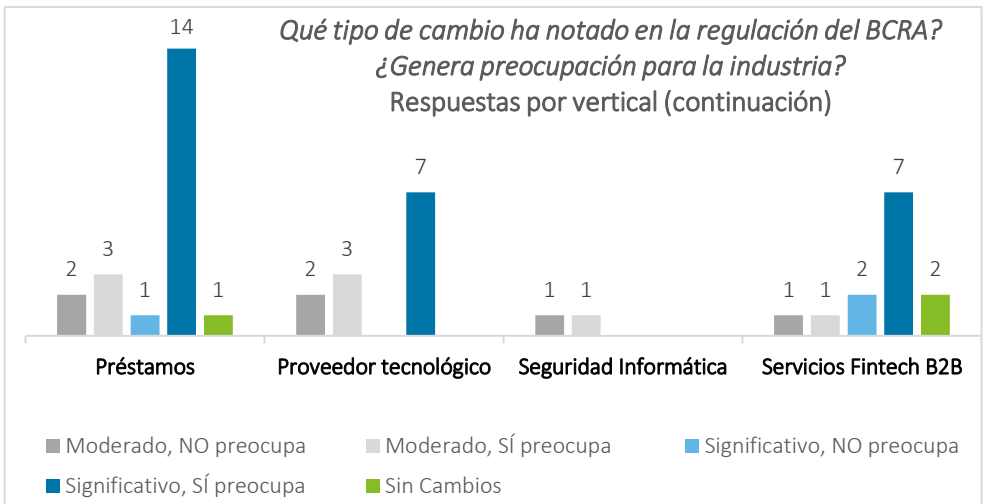
Desde la perspectiva de las empresas del sector en lo referente a la normativa del BCRA, hay una mayor percepción de que los cambios generan preocupación para el desarrollo de las Fintechs. Al analizar por vertical, encontramos que los segmentos “Inversiones”, “Pagos digitales”, “Proveedores” y “Servicios Fintech” son los que en mayor medida perciben que estos cambios pueden generar preocupación. Yendo a los verticales, la preocupación del segmento “Inversiones” se focaliza en las restricciones cambiarias. En cuanto al segmento “Pagos digitales”, con motivo de la nueva regulación sobre proveedores de servicios de pago a la que hacíamos mención con anterioridad, todas las respuestas coincidieron que efectivamente hubo cambios. Sin embargo, dentro de este vertical, el 61% afirma que estos cambios preocupan, y el 39% afirma que no. Es decir, hay una porción importante de este vertical que considera que la nueva regulación de PSP no les genera preocupación. En cuanto al vertical “Préstamos”, en las respuestas se hace referencia a la normativa que limitó la operatoria de débito directo y de débito inmediato para la cobranza de préstamos.



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.



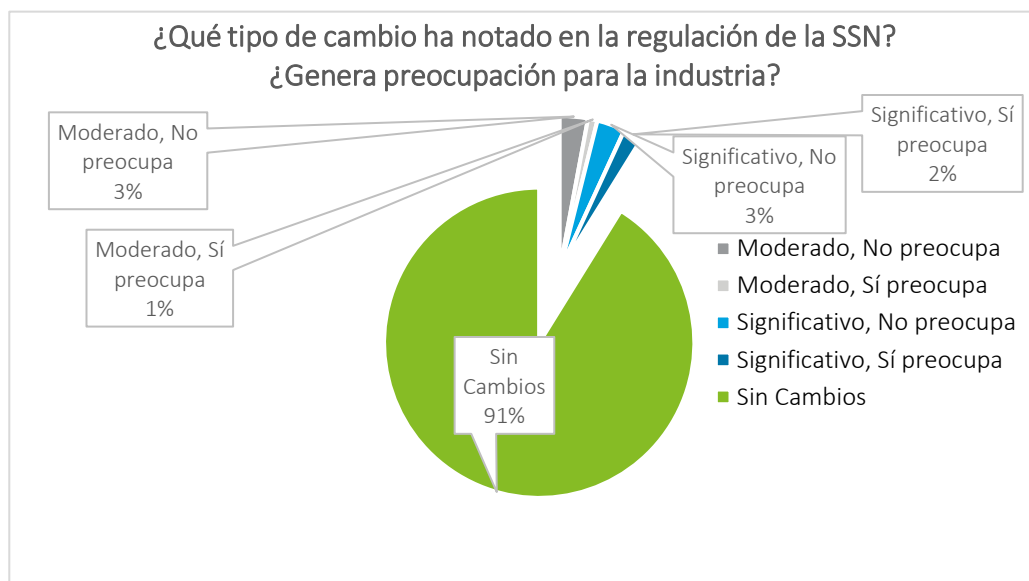
Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

SSN

En cuanto a la operatoria de seguros, hay consenso mayoritario entre las empresas del sector en que no hubo cambios. Las percepciones sobre la existencia de cambios son minoritarias y se refieren a la operatoria de inversiones (es decir, las compañías de seguros actuando como inversores institucionales); y, en ese sentido, nos remitimos a las restricciones cambiarias y limitaciones de operaciones con fondos comunes de inversión, a las cuales hicimos referencia con anterioridad.

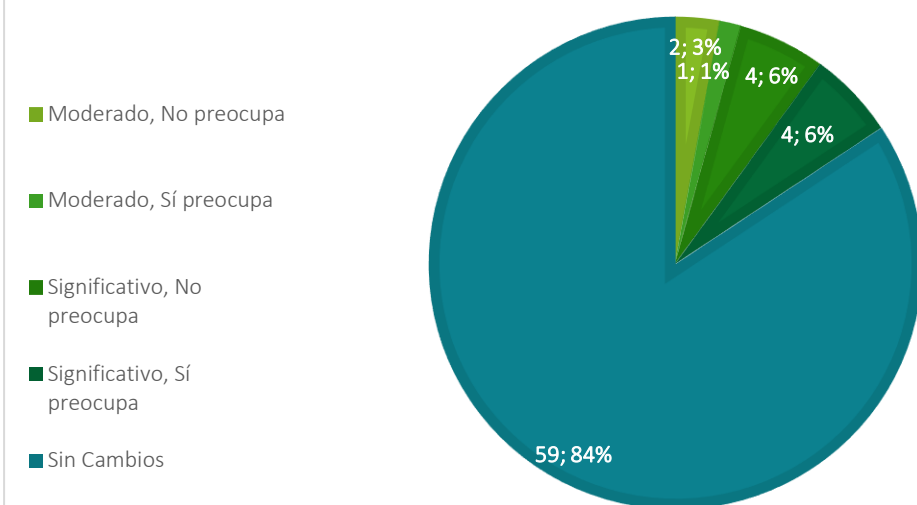


Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

AFIP

En relación con la AFIP, la percepción mayoritaria de las empresas es que no hubo cambios significativos. Como se mencionaba al inicio del presente capítulo de marco regulatorio, uno de los últimos cambios que hubo en la regulación data del año 2019, a través del cual la AFIP estableció un Régimen de información y retención de IVA e impuesto a las ganancias para las plataformas de pagos electrónicos.

¿Qué tipo de cambio ha notado en la regulación de AFIP?

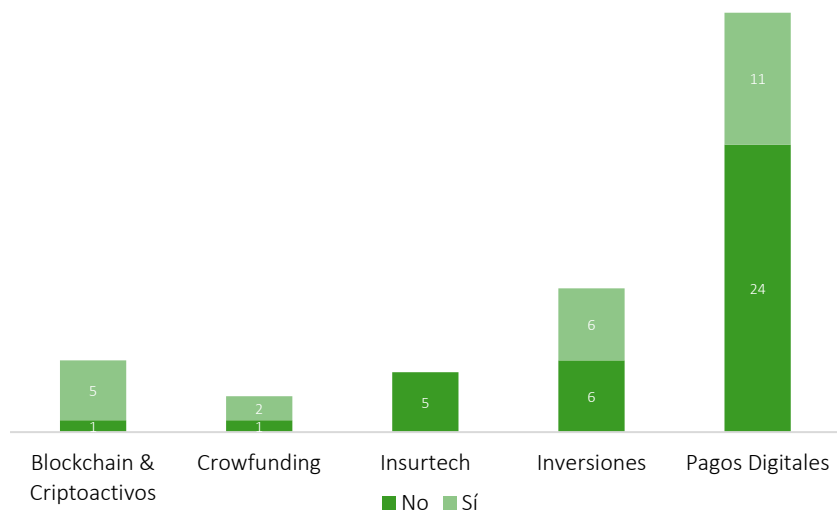


Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

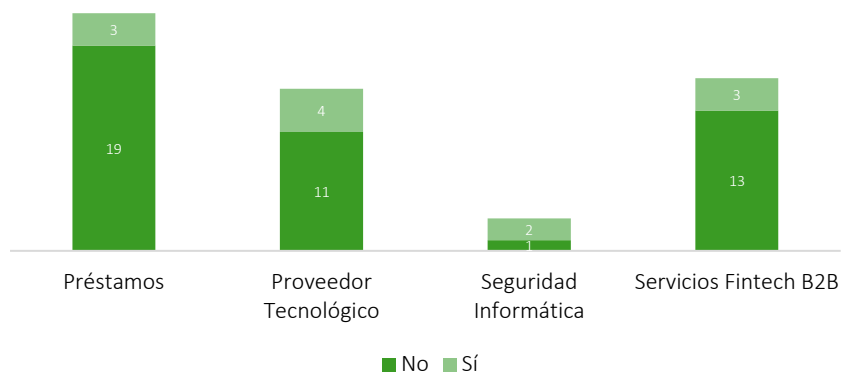
La perspectiva sobre el consumidor financiero

Ahora migrando hacia la perspectiva sobre el consumidor, se les preguntó a las Fintechs si perciben que el consumidor toma en cuenta el marco regulatorio actual al decidir operar con una Fintech, en vez de una entidad financiera tradicional. Si bien la respuesta mayoritaria (69%) es “no”, los resultados son divergentes en los distintos verticales. El vertical que más aproxima sus respuestas al promedio general es el de “Pagos digitales”. En cuanto a los más proclives al “no” (es decir, que el consumidor no toma en cuenta el marco regulatorio al decidir) encontramos al vertical de “Préstamos”; mientras que los que afirman que los consumidores sí consideran el marco regulatorio corresponden al vertical “Blockchain & Criptoactivos”. Por su parte, los integrantes del vertical de “Inversiones” presentan paridad de respuestas (50% y 50%).

*¿Cree que el consumidor toma en cuenta el marco regulatorio actual al decidir operar con una Fintech?
(en cantidad de respuestas por vertical)*

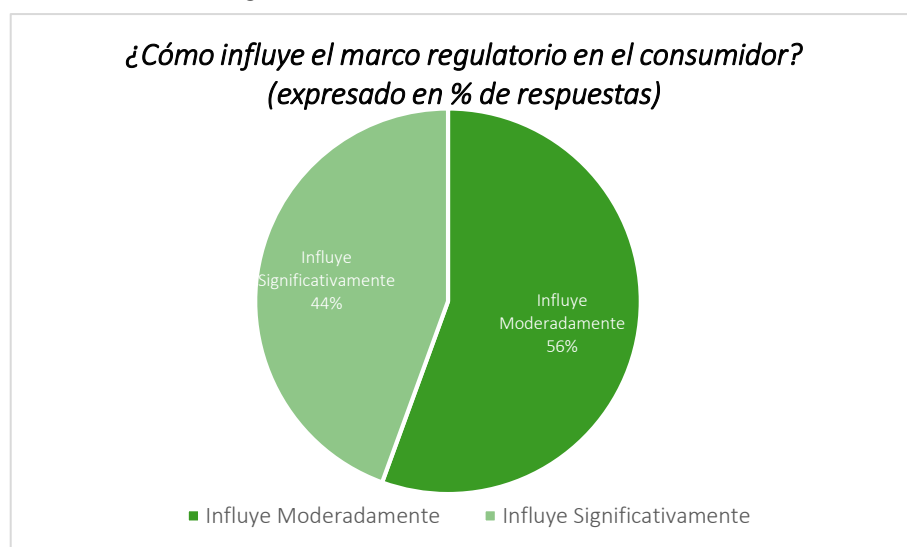


*¿Cree que el consumidor toma en cuenta el marco regulatorio actual al decidir operar con una Fintech?
(continuación)*



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Las respuestas a las que aludíamos en el párrafo anterior son consistentes con otra pregunta similar que se realizó, en cuanto al grado de influencia que tiene para un consumidor financiero el marco regulatorio Fintech. Mientras que el 56% respondió que el marco regulatorio puede incidir moderadamente, el 44% de las respuestas marca que esa incidencia puede ser significativa (es decir, que puede ser determinante para tomar una decisión de operar o no con una Fintech). Esta respuesta guarda relación con el 31% de encuestados del párrafo anterior, que respondió que el consumidor sí toma en cuenta el marco regulatorio al decidir.



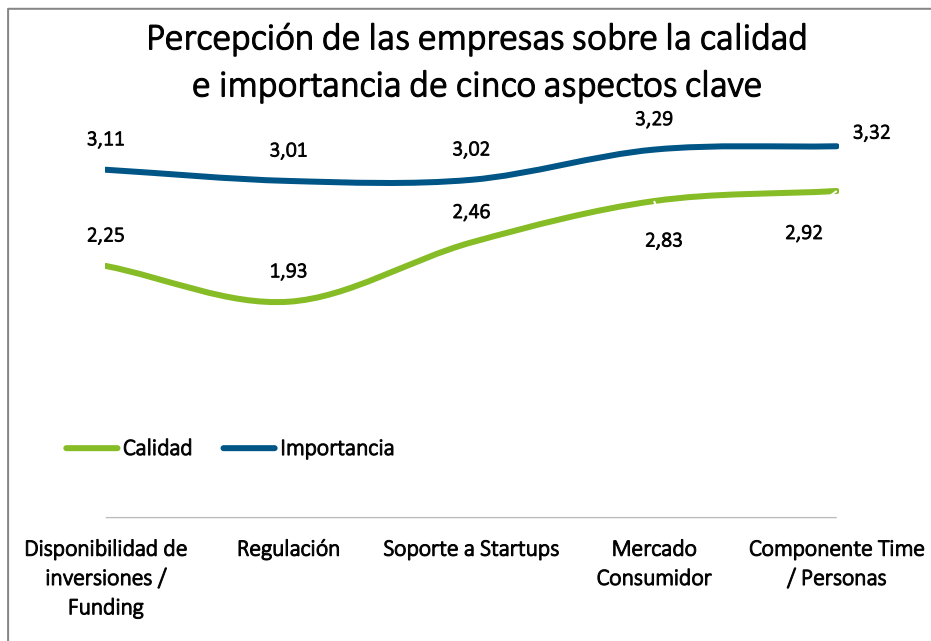
Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Las percepciones de calidad e importancia

Se les consultó a las Fintechs acerca de su valoración sobre la calidad e importancia de cinco aspectos clave para la actividad.

- Disponibilidad de inversiones / Funding (presencia de inversores o fuentes de financiamiento como: inversores ángel, *venture capital*, bancos, grandes empresas, gobierno y fundaciones).
- Regulación (nivel de incentivo o soporte ofrecido por políticas locales como regulación y legislación).
- Soporte a Startups (disponibilidad de incubadoras, aceleradoras, asociaciones, servicios profesionales, expertos y mentores y / o eficiencia de servicios profesionales como contabilidad, legal, etc.).
- Mercado Consumidor (presencia de consumidores, empresas nacionales, empresas internacionales, redes de distribución, redes de comercio minorista y redes de marketing).
- Componente Time / Personas (disponibilidad y calidad de profesionales, universidades, escuelas técnicas, colegios y comunidades científicas)

Las respuestas obtenidas, en una escala de 1 (peor) y 4 (óptimo), resaltan la importancia que los participantes de la industria otorgan a estos aspectos. En general, las respuestas están por encima de 3, con escasa dispersión entre los distintos componentes.



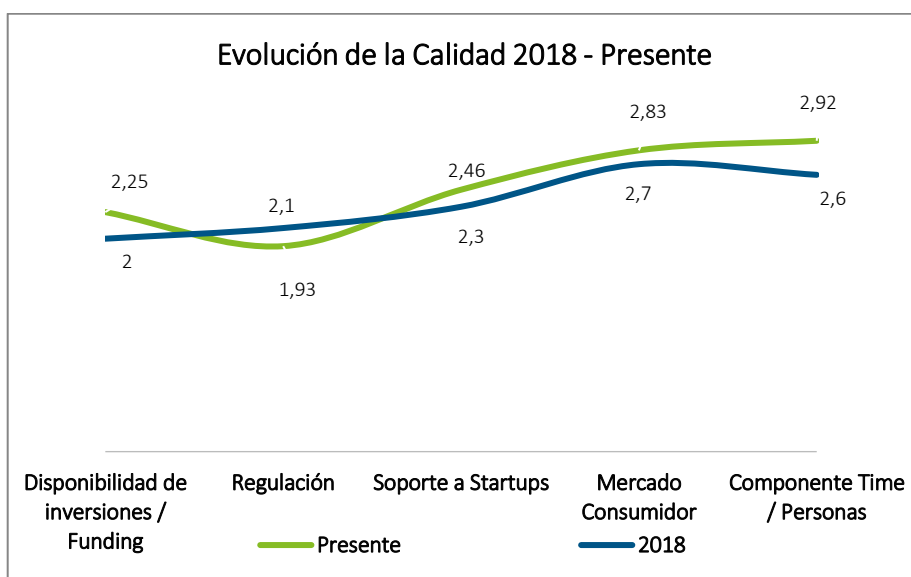
Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Grado de importancia sobre los siguientes conceptos [1 = MALO Y 4 = ÓPTIMO]

Grado de calidad sobre los siguientes conceptos [1 = MALO Y 4 = ÓPTIMO]

Evolución de la percepción de la calidad de 2018⁹² a 2020

A continuación, procedimos a comparar las respuestas recibidas en la actualidad con respecto al estudio de 2018. Si bien las valoraciones en términos generales son similares, al analizar cada aspecto en particular vemos que, si bien tales cambios son leves, el comportamiento es dispar en función al aspecto que se trate.

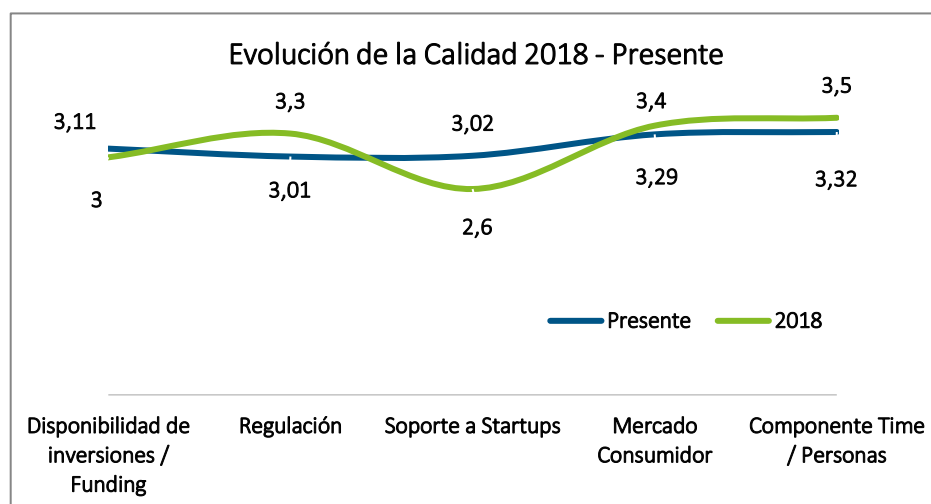


Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

⁹² Datos obtenidos del Estudio Ecosistema Fintech 2018. Accenture. (2018)

Evolución de percepción de la importancia de 2018⁹³ a 2020

En general, la valoración de la importancia sigue siendo alta en todos los aspectos. El aspecto que muestra un crecimiento en la valoración de la importancia es el de soporte a Startups. El que muestra una leve caída es el componente regulación; no obstante, su valoración está por encima de 3, lo cual representa un puntaje alto.



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Perspectivas de las Fintechs de aquí a 3 años

Para continuar con el análisis, hemos consultado a las Fintechs cuál es la perspectiva de estos cinco (5) aspectos de acá a 3 años (es decir, en 2023), en cuanto a: si se espera una mejora; si consideran que se mantendrán igual; o si, por el contrario, empeorarán.

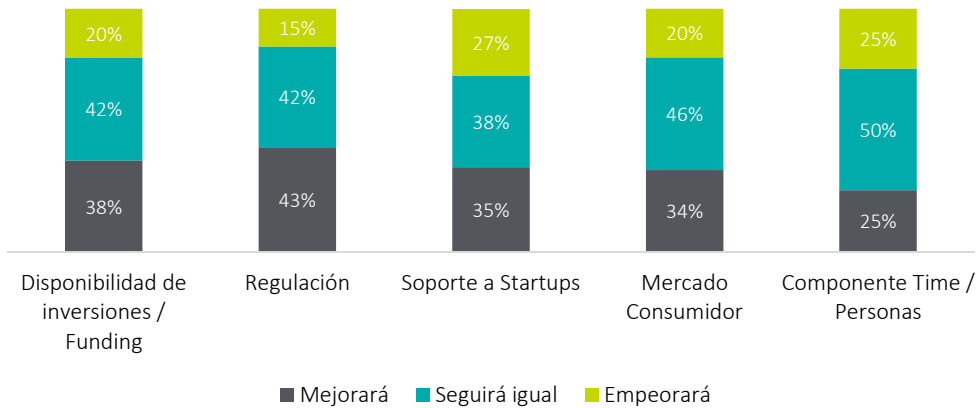
En relación con las respuestas por verticales de industria, los que tienen una visión más optimista que la media son “Blockchain & Criptoactivos”, “Crowdfunding” e “Inversiones”. Las respuestas del vertical “Insurtech”, en general, están alineadas con el promedio. Las expectativas del vertical “Pagos digitales” son levemente más pesimistas que el promedio, excepto en lo atinente al consumidor, cuya perspectiva es más favorable que el promedio.

La situación es diferente en el vertical de “Préstamos”, si lo comparamos con los “Pagos digitales”. Las Fintechs del vertical “Préstamos” son mucho más optimistas que el promedio en lo atinente a disponibilidad de inversiones y regulación, mientras que son más escépticas que la media en relación al consumidor. Las expectativas sobre el público consumidor están alineadas con el contexto económico actual.

Con relación a los proveedores de servicios, son más escépticos que el promedio en el aspecto time / disponibilidad de recursos.

⁹³ Datos obtenidos del *Estudio Ecosistema Fintech 2018*. Accenture. (2018)

Perspectivas de las empresas de 2020 a 2023

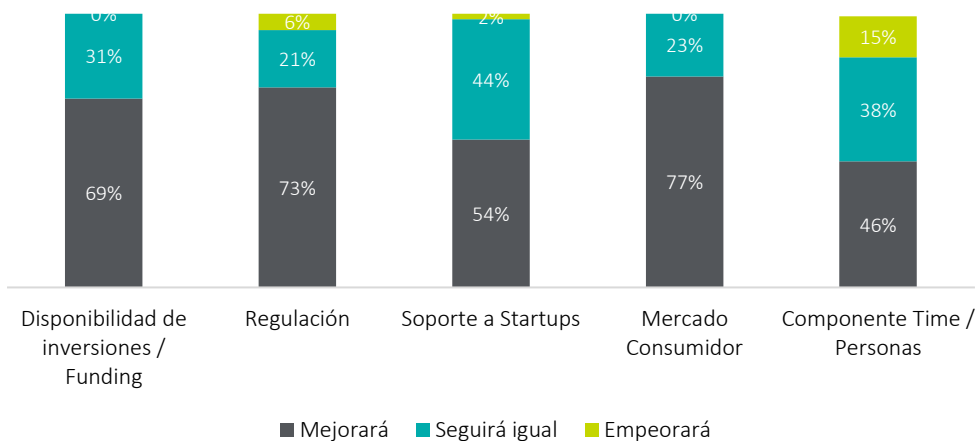


Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Ahora bien, si comparamos los resultados de la encuesta actual con aquellos del estudio anterior (en 2018 se hicieron las mismas preguntas con un horizonte de 3 años), evidenciamos cambios marcados en las expectativas. En 2018, había varios aspectos que mostraban un marcado optimismo, llegando en dos (2) casos a que no existan respuestas pesimistas. En concreto, para los aspectos disponibilidad de inversiones y mercado consumidor, no había expectativa de deterioro; y para el soporte a Startups, las respuestas pesimistas eran mínimas.

El aspecto que muestra mayor cambio de expectativas es el de mercado consumidor, que muestra una caída de más de 40 puntos porcentuales en las expectativas de mejora, pasando de un 77% a un 34%; mientras que las respuestas que aluden a un deterioro a 3 años, suben de 0 a 20.

Perspectivas de las empresas en el año 2018



Fuente: Estudio Ecosistema Fintech 2018. Accenture. (2018)

Conclusión

En Argentina, si bien en los últimos años tanto el BCRA, como la CNV han emitido diversas regulaciones que impactan en la industria de servicios financieros, la mayoría de esas regulaciones no están dirigidas específicamente a la industria Fintech sino que hacen foco en el tipo de actividad (préstamos, intermediación financiera, seguros, agentes de mercados de capitales, *brokers*, financiamiento colectivo, etc.) sin discriminar si dicha actividad es efectuada a través de plataformas digitales (universo Fintech) o si es efectuada por compañías tradicionales.

Una de las excepciones en donde sí se ha visto una regulación que hace foco en las Fintechs es en el segmento de medios de pago, más concretamente en lo atinente a proveedores de servicios de pago. La importancia que los propios participantes del ecosistema le otorgan a estas regulaciones se ve reflejada en los resultados de la encuesta.

En cuanto a las perspectivas para los próximos 3 años, en términos generales la valoración de los participantes de la industria sigue siendo positiva, a pesar de que hubo un cambio en las expectativas en comparación con la situación observada en el estudio anterior del año 2018.

Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.



AMBIENTE

Introducción

La conservación del ecosistema y el cuidado ambiental es una responsabilidad de todos los actores de la sociedad. Todas las empresas generan impacto, de manera directa e indirecta, en los entornos en los que actúan. Es por ello que asumir un compromiso con el cuidado del ambiente es una cuestión clave para lograr un crecimiento sostenible.

Las Fintechs, por la naturaleza de sus actividades, no generan un gran impacto ambiental directo, contribuyendo a la reducción de la huella de carbono del sector financiero, pero no por esta razón se encuentran exentas de gestionar sus impactos. Al contar con una fuerte base tecnológica, evitan impactos derivados del consumo de materiales y la movilidad de las personas, pero tienen asociado un importante consumo energético.

Por otro lado, cuentan con una gran injerencia para potenciar las finanzas verdes, a través de sus productos y servicios, y fomentar las buenas prácticas en sus proveedores.

A lo largo del presente capítulo, se analizará el compromiso con el medioambiente de las Fintechs en Argentina, en qué proporción están gestionando estos temas y con qué herramientas lo realizan. Asimismo, se relevará el abordaje de los temas ambientales en la cadena de valor.

Impacto ambiental

Si consideramos que la prestación de las Fintechs está ligada a las innovaciones tecnológicas, el impacto de su actividad sobre el medioambiente puede considerarse menor que otras industrias, incluso que el sector financiero convencional. Sin embargo, esta condición no las exime de su responsabilidad sobre el cuidado del ecosistema.

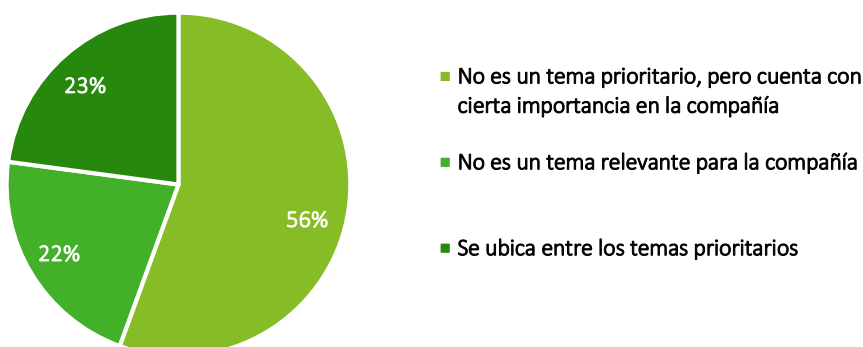
Al desarrollar plataformas tecnológicas que permiten a las personas acceder a los servicios financieros a distancia, las Fintechs logran reducir el impacto ambiental del sector financiero en el mundo. El hecho de no necesitar sucursales físicas para la atención de los clientes, por un lado, evita la movilidad de las personas –y, así, el impacto generado por el transporte–; y, por otro lado, reduce el consumo de materiales –tales como el papel– y la generación de residuos.

Sin embargo, un tema no menor es que, a medida que el uso de papel da paso a Blockchain, la demanda eléctrica es creciente, por lo que el beneficio ambiental generado por la eficiencia del consumo de materiales se ve compensado con este incremento. Se estima que la minería de Bitcoin consume entre 55.63 y 73.12 TWh de electricidad por año. Esto significa que consume más electricidad que 175 países aproximadamente.⁹⁴

Si bien es cierto que las operaciones pueden ejecutarse en segundos e, incluso, automáticamente a través de contratos inteligentes, para que las aplicaciones tengan éxito debe haber una infraestructura tecnológica que las soporte. Hoy sólo 1/3⁹⁵ de la matriz de generación eléctrica de Argentina es libre de emisiones; y considerando las políticas y los proyectos puestos en marcha y en carpeta, se estima que en 2030 esta matriz va a ser de 2/3 libre de emisiones.

Al abordar el universo de las Fintechs, el 79% de éstas considera que los temas ambientales se encuentran entre los prioritarios o cuentan con cierta importancia en la compañía.

Distribución de empresas por relevancia que ocupan los temas ambientales en su agenda



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

⁹⁴ <https://powercompare.co.uk/bitcoin-mining-electricity-map/>

⁹⁵ Secretaría de Gobierno de Energía. (Diciembre 2019). Balance de gestión en energía 2016-2019.

23%

de las Fintechs declaró que los temas ambientales se ubican entre los temas prioritarios de la compañía;

56%

declaró que estos temas cuentan con cierta importancia en la compañía

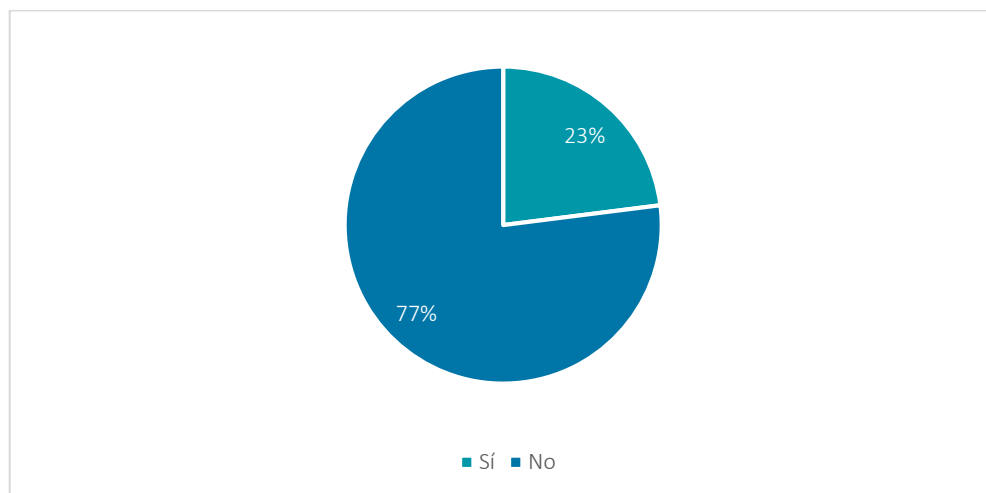
Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

El 22% de las compañías que considera que los temas ambientales hoy no son relevantes, espera aumentar el compromiso con la gestión de los temas ambientales en los próximos años.

Si bien como se mencionó, el impacto generado por compañías Fintechs en el medioambiente es menor que el de otros sectores, es necesario incorporar procesos sustentables que permitan medir y gestionar los impactos con el objetivo de aumentar la eficiencia, para conseguir mejoras tanto económicas como ambientales y operativas.

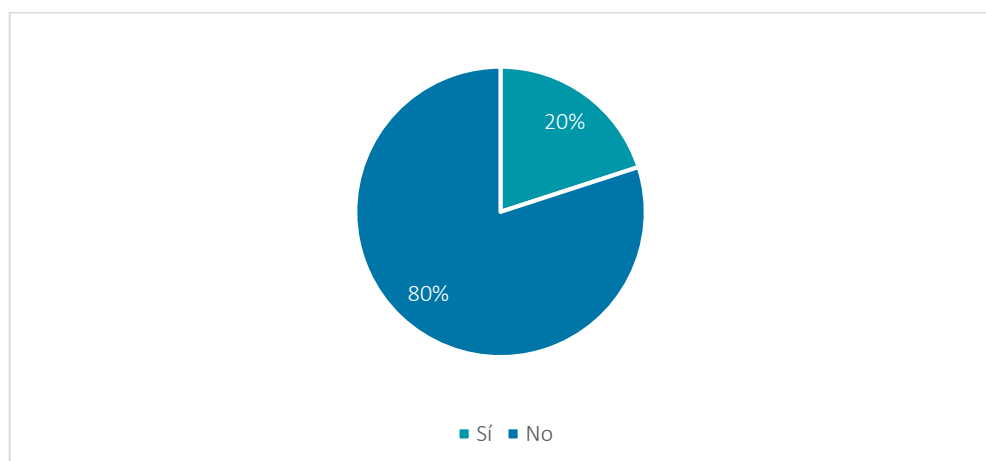
En Argentina, representan una minoría las Fintechs que cuentan con un responsable o con una política formal de sustentabilidad o medioambiente. Y, dentro de este grupo, sólo un 36% cuenta con un sistema de gestión ambiental y un 50% realiza capacitaciones al respecto.

Porcentaje de empresas que cuenta con un responsable de medioambiente y/o sustentabilidad



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Porcentaje de empresas que cuenta con una política formal de medioambiente y/o sustentabilidad



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Los Centros de Datos y el consumo energético asociado es uno de los aspectos a través de los cuales se genera el mayor impacto de las Fintechs en el medioambiente. Sin embargo, este factor puede verse compensado con innovaciones tecnológicas basadas en el ahorro del consumo energético y la reducción de emisiones a la atmósfera.

De las compañías encuestadas, sólo el 28% ha integrado aspectos ambientales en la planificación estratégica con respecto a las necesidades de su empresa y/o Data Center.

Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

La medición y rendición de cuentas son herramientas que acompañan el compromiso ambiental puesto que, sin conocer el desempeño de las variables ambientales, no es posible gestionarlas y tomar decisiones. Del universo de las Fintechs encuestadas, sólo el 10% declaró medir y registrar métricas ambientales. A continuación, se mencionan en orden decreciente los conceptos más medidos:

Consumo de energía

Consumo de materiales

Residuos generados

Emisiones de Gases de Efecto Invernadero- Alcance 1

Emisiones de Gases de Efecto Invernadero - Alcance 2

Emisiones de Gases de Efecto Invernadero- Alcance 3

Hoy en día existen diversas iniciativas y certificaciones que permiten demostrar el compromiso con el triple impacto de las compañías. Una de éstas es la certificación “B Corp” (también denominada Empresa B), que puede ser obtenida por aquellas empresas que miden su impacto social y ambiental, y se comprometen de forma personal, institucional y legal a tomar decisiones considerando las consecuencias de sus acciones a largo plazo en la comunidad y el medioambiente. Este nuevo tipo de empresa amplía el deber fiduciario de sus accionistas y gestores en sus estatutos para incorporar intereses no financieros de largo plazo, cumpliendo con el compromiso de mejorar de forma continua sus impactos socioambientales, y operando con altos estándares de desempeño y transparencia⁹⁶. Esta certificación exige que se cumplan requisitos que involucran tanto el modelo de negocios como la cultura empresarial, e incluyen una evaluación exhaustiva de la operación de la empresa.



Sólo el 10% de las Fintechs mide y registra métricas ambientales; y, de ellas, el 42% las reporta a sus grupos de interés

Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

⁹⁶ Fuente: Sistema B. Sitio Web. Recuperado de: <https://sistemab.org/como-me-sumo/>

8% de las Fintechs está certificada o en proceso de una certificación B Corp o similar.

La presión que ejercen en la actualidad los grupos de interés sobre el compromiso de las compañías con sus impactos (no sólo económicos) es cada vez más influyente en el accionar de éstas. Los inversores comienzan a exigir el cumplimiento mínimo de parámetros económicos, sociales y ambientales para invertir capital; los clientes y proveedores buscan interactuar con sus cadenas de valor en términos de sostenibilidad; y las comunidades exigen cada vez más una rendición de cuentas.

El 10% de las empresas encuestadas declaró que algún tercero (cliente/inversor/accionista) le ha solicitado a la compañía el cumplimiento de ciertos estándares de medioambiente o el reporte de información no financiera.



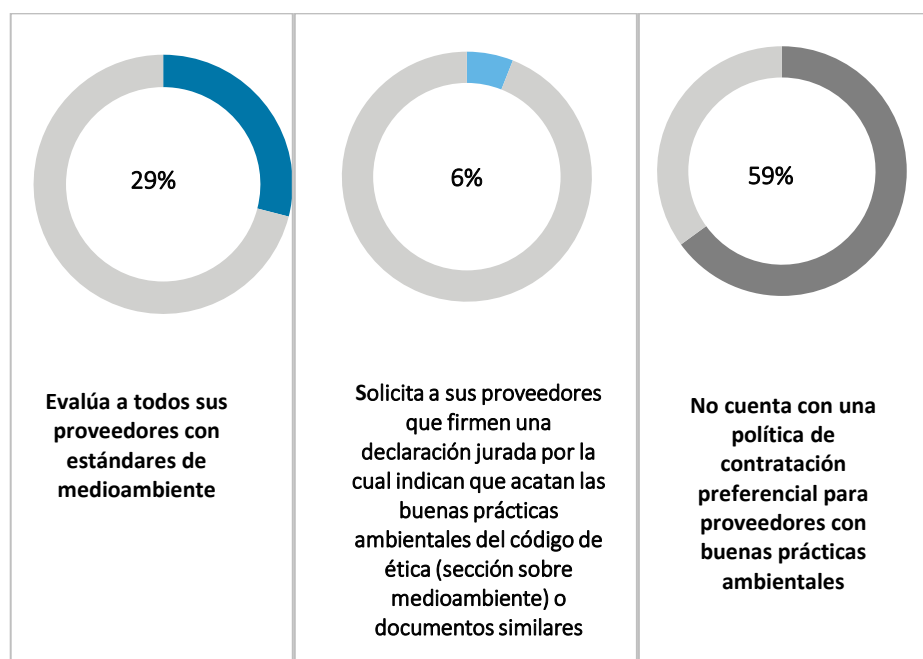
Impacto indirecto en la cadena de valor

Las compañías no sólo generan y son responsables de los impactos propios de su actividad, sino también de los que generan a través del consumo (con la contratación y selección de proveedores), y de los que se generan con sus productos y servicios (a través de sus clientes).

Es por esta razón que la gestión de la compañía no debe solamente centrarse en la operación interna, sino que debe detectar riesgos y oportunidades en su entorno.

En relación con el impacto de los proveedores en el ecosistema Fintech, un 13% de las compañías encuestadas realiza un análisis y distinción del impacto ambiental generado por sus proveedores; y, a la hora de seleccionarlos, un 29% exige que cumplan con estándares ambientales y un 6% les solicita que firmen una declaración mediante la cual indican que acatan las buenas prácticas ambientales de la compañía.

Impacto de los proveedores en el ecosistema Fintech



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

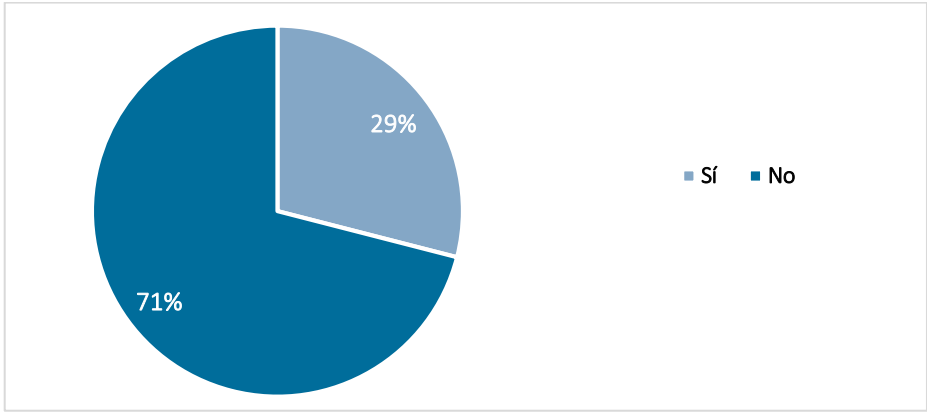
Si bien las operaciones de una compañía de servicios financieros digitales no generan impactos ambientales significativos, la manera en que sus clientes/destinatarios gestionan los impactos de sus actividades puede conllevar riesgos y oportunidades⁹⁷.

Es así que las Fintechs, a través del uso de la tecnología digital, pueden cumplir un rol relevante en el cuidado del medioambiente a través de las finanzas verdes en préstamos, inversiones y seguros. El sector tiene el potencial de proveer soluciones y fomentar la generación de capital para resolver los desafíos y problemáticas ambientales actuales. A través de las finanzas, se pueden considerar los riesgos ambientales que generan las actividades de los clientes a los cuales se financia; o, por el contrario, se pueden incentivar proyectos que buscan una mitigación del impacto ambiental o mejora en la eficiencia⁹⁸.

⁹⁷ Análisis: Deloitte. (2020)

⁹⁸ Análisis: Deloitte. (2020)

¿Ha hecho un análisis del impacto ambiental de los clientes con los que opera y los riesgos que esto podría generar para su empresa?

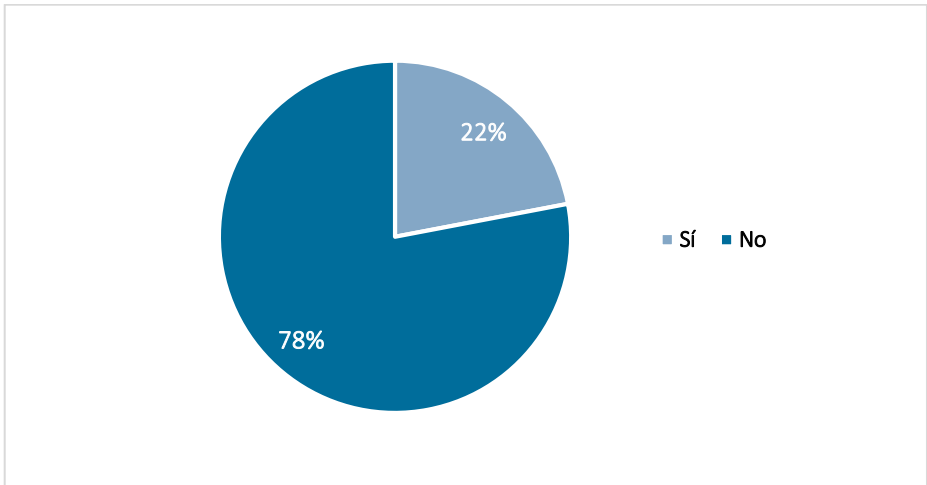


Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.



Existe una gran oportunidad en el uso de la tecnología digital para hacer avanzar las finanzas verdes en préstamos, inversiones y seguros

Dentro de sus campañas de mercadeo, ¿destaca su compromiso con el medioambiente, o el menor impacto ambiental que generaría el cliente al usar sus productos y servicios?



Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Conclusión

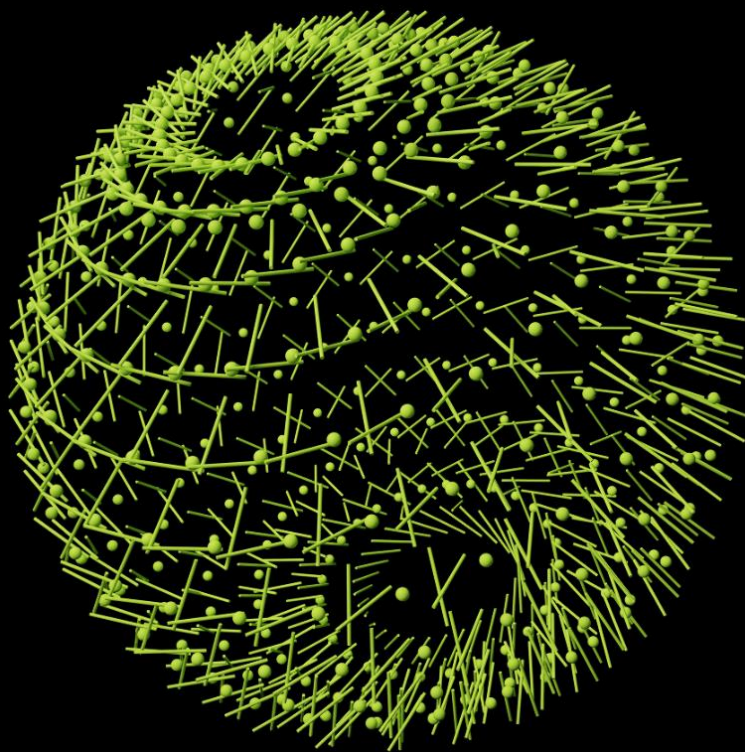
En la actualidad, el rol que elige tomar cada compañía frente al compromiso con el ambiente es totalmente voluntario. Es evidente que los mercados, muchas veces por los requerimientos de los grupos de interés, exigen cada vez más un compromiso real con el cuidado de los ecosistemas o el medioambiente.

En el mercado argentino, si bien las Fintechs reconocen la relevancia de los temas ambientales y la necesidad de asumir un compromiso a futuro, todavía tienen un camino por recorrer. Una minoría cuenta en la actualidad con políticas o áreas de sustentabilidad que les permitan gestionar dichos temas; y, en menor proporción, realizan la medición y comunicación de indicadores no financieros.

Al evaluar la gestión ambiental en la cadena de valor también se identifican oportunidades de desarrollo. La evaluación de los proveedores, así como la gestión de compras sustentables, pueden generar el mismo impacto positivo que la propia gestión de la compañía. En el caso particular de las Fintechs, el impacto se puede potenciar a través de productos y servicios financieros que promuevan la eficiencia y la reducción de impactos de terceros, representando a su vez nuevas oportunidades en el mercado.

Fuente: Deloitte, 2020. EEF20.

Casos de estudio sobre la inclusión financiera



Introducción a los casos de estudio sobre la Inclusión financiera

La presente introducción y la selección de los casos de estudio sobre la inclusión financiera fue realizada por la Cámara Argentina de Fintech.

¿Qué entendemos por inclusión financiera? El Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2015) (*), define a la inclusión financiera como “el acceso a servicios financieros (crédito, ahorro, seguros y servicios de pago y transferencias) formales y de calidad, y su uso por parte de hogares y empresas, bajo un marco de estabilidad financiera para el sistema y los usuarios”.

En Latinoamérica en general y Argentina en particular, tenemos sistemas financieros tradicionales que -por múltiples motivos, generalmente ligados a la rentabilidad- no atienden o subatienden a una gran parte de la población. En Argentina, 8 de cada 10 personas económicamente activas poseen al menos una cuenta bancaria; sin embargo, 5 de cada 10 reconoce tenerla, y 3 de cada 10 tiene sus necesidades financieras (pagos, ahorro y crédito) satisfechas.

La industria Fintech puede cumplir distintos roles según el nivel de madurez y complejidad del sistema financiero en el cual se desarrolla. En países con sectores financieros más desarrollados, como los de Europa o Estados Unidos donde la inclusión financiera es prácticamente total, la industria Fintech pretende mejorar la oferta de servicios financieros: mejorar precios, experiencia y usabilidad sobre una red que ya cuenta con gran capilaridad. En economías como la nuestra, la expectativa de la industria Fintech no sólo es mejorar la oferta de servicios, sino también agrandar el mercado. En Argentina, tenemos tantos o más *smartphones* como habitantes, y cada uno de los usuarios de esos dispositivos móviles con conexión a Internet puede ser beneficiario de todos los servicios Fintech que estamos describiendo a lo largo de este trabajo.

La oportunidad es inmensa. Por eso, esta industria de servicios financieros tecnológicos ha experimentado un crecimiento exponencial en los últimos años a pesar de los vaivenes del contexto macro y microeconómico. Existen millones de personas ávidas de poder acceder a su primer crédito, su primera inversión, su primer pago o cobro digital, su primer ahorro programado, su primer seguro, su primera criptomoneda y un sinfín de ‘primeras veces’ que son posibles gracias a la tecnología.

En esta sección, analizaremos en profundidad tres casos que han adoptado las mejores prácticas *world-class* y demuestran la estrecha relación entre la industria Fintech y la inclusión financiera digital:

Ualá es una de las billeteras digitales más utilizadas en Argentina y la región. Con menos de 3 años de vida y más de 2 millones de usuarios (**), representa un caso de éxito en acceso a cuentas digitales. La empresa facilita la apertura y operación de una cuenta digital gratuita.

Mercado Fondos no sólo demuestra la relación sinérgica que puede existir entre empresas Fintechs y empresas financieras tradicionales, sino también representa la iniciativa que más impacto ha generado en la historia argentina y la región en cuanto a acceso al mercado de capitales para millones de usuarios. La empresa facilita el acceso a la inversión.

Afluenta es una de las mayores redes de financiamiento colectivo de América Latina, y representa un caso de éxito en cuanto a la inclusión financiera. La empresa facilita el acceso al crédito alternativo, ya sea como inversor o solicitante.

3 casos argentinos que demuestran el rol constructivo de la industria Fintech en nuestro país



Ualá es uno de los principales jugadores del ecosistema Fintech a nivel local. Mediante su billetera virtual (*app*), permite a millones de usuarios gestionar su dinero con una tarjeta MasterCard prepaga internacional.

A través de la digitalización e interconectividad, Ualá busca generar un producto moderno y a la medida de sus usuarios.

Características del negocio (1/3)

Ualá nace en octubre de 2017 con la misión de cambiar paradigmas, sin costos escondidos y sin sucursales. La oferta alude a una solución fácil, gratis y segura para manejar todas las finanzas desde una app y mediante el uso de una tarjeta. De esta manera, cada uno de sus usuarios puede analizar sus gastos, para mejorar su situación financiera. Ualá pretende ser mucho más que una app y una tarjeta prepaga. En su página web afirman: “Queremos que más argentino@s accedan al crédito y al ahorro”. El presente caso de estudio contribuye a la inclusión financiera, ya que en 3 años de existencia la compañía ha emitido más de 2.000.000 plásticos, según la información pública disponible⁹⁹.

¿Cómo opera la aplicación y cuál es su grado de avance tecnológico?

Ualá desarrolló su aplicación para que cualquier individuo pueda acceder gratuitamente a un medio de pago más conveniente que el efectivo y a administrar sus finanzas personales desde el celular. Mediante esta herramienta, se puede solicitar una tarjeta MasterCard con la que sus usuarios realizan compras en el país y en el exterior. Este producto permite a los clientes manejar y administrar de una manera muy sencilla sus pagos, cuentas y situación financiera. Entre las operaciones destacadas se encuentran: realizar compras, cargar y retirar dinero, realizar transferencias, pagar servicios sin ningún tipo de costo, realizar inversiones, consultar el análisis de gastos o solicitar un préstamo.

La compañía brinda, a través de su página web, información minuciosa acerca de cómo funcionan los productos, sus costos, cuáles son las diversas funcionalidades y las cuestiones atinentes a la seguridad, entre otros aspectos. De este modo, los potenciales consumidores financieros obtienen información detallada, lo que contribuye no sólo a la inclusión financiera sino también al proceso de educación.

Ualá creó una plataforma que brinda un servicio transaccional para todos. Mediante la creación de su propio software, tecnología P2P, retiros de cajero y cargas en vivo, se propuso tomar la estructura del servicio financiero tradicional y adaptarla al siglo XXI.

2.000.000

De tarjetas
emitidas

69%

De tarjetas
emitidas fuera
de CABA y GBA

+500.000

Cuentas
comitentes

\$0

Costo de
apertura y
mantenimiento

⁹⁹ La presente sección ha sido elaborada en función de la información provista por la compañía a través de entrevistas, la respuesta a la encuesta cursada por la Cámara Fintech e información pública disponible en el sitio web: <https://www.uala.com.ar/>

Características del negocio (2/3)

¿Cuáles son los requisitos/ beneficios a sus usuarios?

Ualá permitió la inclusión financiera de millones de personas que, hasta su inception, no poseían una tarjeta o no tenían acceso a realizar ciertas operaciones digitales. Los requisitos, a la hora de sumarse a la comunidad Ualá, son:

- *Contar con DNI argentino vigente.*
- *Ser mayor de 13 años.*

Los menores de entre 13 y 18 años pueden tener acceso a esta herramienta bajo la autorización de su padre/madre o tutor legal. La compañía trae a sus usuarios una propuesta para incluirlos dentro del mercado digital con el objetivo de facilitar y agilizar sus finanzas, así como también fomentar la educación para que todas las personas aprendan a administrar su dinero de manera eficiente.

¿Cómo funcionan los préstamos?

Lo interesante de esta propuesta es que el sistema analiza el perfil del usuario en conjunto con el grado de utilización de la plataforma en pos de poder ofrecerle los mejores montos y tasas en el mercado. Ualá cuenta con un simulador de préstamos que permite al solicitante tener mayor visibilidad y transparencia en este proceso. El monto del préstamo dependerá del historial crediticio y puede llegar hasta \$200.000. Las respuestas a las solicitudes demoran un máximo de 48 horas y su acreditación hasta 24 horas. Las cuotas de estos préstamos son fijas y el solicitante selecciona sus fechas de vencimiento.

¿Cómo invertir?

El fondo común de inversión de Ualá se encuentra a disposición de todos sus usuarios mayores de 18 años y precisa un mínimo de \$1 para comenzar a invertir. A partir de esto, se puede visualizar el seguimiento de los resultados diarios a medida que van transcurriendo los días. El dinero se encuentra disponible y su rescate es inmediato. Todos los costos de inversión (2% anual que cobra la Sociedad Gerente por la administración del SBS Ahorro Pesos FCI y 0,10% que cobra la Sociedad Depositaria) se descuentan del resultado de la inversión que refleje el FCI. Las suscripciones y los rescates no tienen costos asociados. El dinero se invierte en un Fondo Común de Inversión (FCI) llamado SBS Ahorro Pesos FCI de liquidez inmediata y en un horizonte de inversión de corto plazo.



Características del negocio (3/3)

¿Cuáles son los costos al operar?

En lo que respecta a la accesibilidad de las personas y al alcance que tiene esta innovadora herramienta, Ualá brinda en su sitio web información detallada acerca de los costos y tarifas de sus servicios, de modo tal que el consumidor financiero pueda disponer de la información suficiente para poder decidir acerca de la contratación de los productos. Según se informa en el sitio web, Ualá cobra \$0 por la descarga de la app y no presenta costo de apertura, uso, mantenimiento, costo de cierre, comisiones por consumo con tarjeta, transferencias entre usuarios, costo de envío ni costo de renovación.

¿Cómo es la diversificación de sus usuarios?

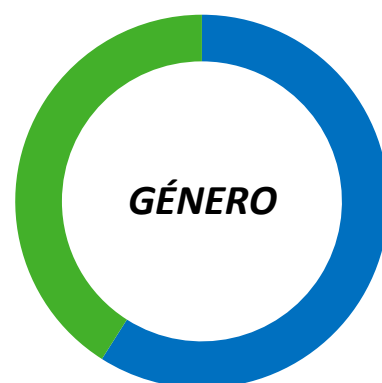
Para Ualá, cualquier persona debe poder tener acceso gratuito a un medio de pago que no sea el efectivo, y que le permita administrar y utilizar su dinero de manera digital. Según información provista por la compañía, Ualá logró atraer al 17% de los argentinos que tienen entre 16 y 24 años, quienes ya utilizan la app para administrar sus finanzas y operar por Internet. Ualá tiene presencia en todas las provincias argentinas, ya que el 69% de las emisiones de sus tarjetas se realizaron fuera de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (CABA) y Gran Buenos Aires (GBA). La compañía manifiesta tener como objetivo lograr una mayor inclusión financiera, haciendo llegar su producto a todos los sectores sin importar su género, edad o situación económica.

La inclusión de Ualá puertas adentro

Ualá manifiesta que los equipos más diversos contribuyen a los resultados financieros de la empresa. La empresa afirma contar con iniciativas de género. Pone como ejemplo la camada de la Ualá Jedi Academy, un grupo de 10 mujeres que fueron capacitadas intensivamente durante los primeros meses para incorporarse luego como desarrolladoras y analistas de QA en los equipos de tecnología. Actualmente, Ualá tiene 360 empleados y proyecta terminar el año con 600 colaboradores, en donde se contratarán a mujeres no sólo para los niveles de entrada sino también para entrenarlas y promoverlas hacia mejores puestos.

“La diversidad no va a suceder por accidente, pero la solución no tiene por qué ser tan compleja. Mientras el liderazgo esté comprometido a generar un ambiente laboral diverso (y gracias a nuestro CEO, lo está), es una cuestión de hacerlo visible y prioritario... y así poder escuchar cada vez más a las Adas de este mundo”, mencionó Maia Eliscovich Sigal, Gerente de Nuevos Negocios.

Distribución de sus usuarios por género y edad



41%
MUJERES

59%
HOMBRES

El 75% de los usuarios de Ualá son menores de 30 años, el 6% son extranjeros y el 41% de los usuarios son mujeres.

Fuente: Información provista por la compañía a través de entrevistas y la respuesta a la encuesta cursada por la Cámara Fintech.

Conclusión

Ualá viene demostrando un crecimiento sostenido dentro del ecosistema Fintech, permitiendo que cada vez más personas puedan acceder a operaciones en formato digital. Su principal oferta de servicios comprende una billetera digital, una APP, una tarjeta prepaga y préstamos, a la cual ha ido añadiendo nuevos servicios y funcionalidades que han permitido atender necesidades latentes de la sociedad argentina.

Con el objetivo de solucionar problemas de la vida cotidiana de las personas y brindar una solución eficiente en cuanto a costos, tiempos y beneficios, Ualá se consolida como una de las empresas líderes en la industria Fintech en Argentina. Ha logrado atraer a millones de personas que, hasta el momento, no podían administrar sus finanzas de forma digital, habiendo emitido más de dos millones de tarjetas prepagas.

En estos últimos años, mediante el avance tecnológico y la necesidad de transformar los procesos en algo más rápido, eficiente y beneficioso, Ualá ha tenido una positiva respuesta por parte de sus usuarios logrando su presencia en todas las provincias del país.

Por todos estos motivos, Ualá contribuye significativamente a la inclusión y educación financiera.



Mercado Fondo está dirigido a inversores con un bajo apetito por el riesgo, cuyo principal objetivo es la conservación del capital, manteniendo un alto nivel de liquidez en el corto plazo.

Es un claro ejemplo del potencial que ofrece la cooperación entre Fintechs, Big-Techs y bancos tradicionales.

Características del negocio (1/3)

Mercado Libre en conjunto con el Banco Industrial (BIND) y POINCENOT crearon, en 2018, una herramienta que permite a millones de personas invertir en un fondo común de inversión, manteniendo el dinero siempre disponible. Este producto llegó a 1.7 millones de inversores y representa más de dos tercios de las cuentas comitentes del país. Posee un monto promedio por usuario de 80 USD, que representa un indicador fundamental de su aporte a la inclusión financiera. El objetivo de Mercado Fondos es maximizar los excedentes alocados en las cuentas de Mercado Pago, sin perder la posibilidad de utilizar el dinero invertido.¹⁰⁰

¿Cómo opera?

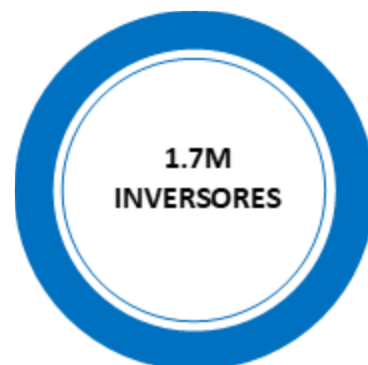
Mercado Fondo opera mediante la aplicación de Mercado Pago, una billetera digital accesible y fácil de usar¹⁰¹. Seleccionando la opción “Invertir”, el usuario puede comenzar a dar rendimiento a su saldo en cuenta. Mercado Fondo es un producto innovador, ya que permitió la inclusión de un público que en su mayoría no había tenido acceso a la inversión. El objetivo de Mercado Fondo es traer al mercado un Fondo Común de Inversión destinado a pequeños ahorristas, con una solución simple y 100% online. De esta manera, mediante el uso de la tecnología, se transforma un producto sofisticado en una opción accesible para cualquier persona.

¿Cuál es su grado de avance tecnológico?

Mercado Fondo ha desarrollado su plataforma en conjunto con el BIND (Agente de custodia) y POINCENOT (Desarrollador tecnológico). Estos socios facilitaron que el producto escale en gran medida hacia un servicio masivo e inclusivo.

El producto se apalanca en las innovaciones de dos Fintechs dentro de Poincenot. La primera de ellas, BTrader, consiste en una marca blanca que facilita la digitalización y eficiencia de los productos ofrecidos por un mercado bursátil. BTrader habilita un proceso de on-boarding digital y un front-end de homebanking. Track.E, la segunda Fintech del equipo, se enfoca en las soluciones de *compliance* y marco normativo, manejando grandes volúmenes de datos. Automatizan operaciones, como la regulación del lavado de dinero, *Know Your Customer* (KYC), legajos digitales, y levantan alertas a partir de los perfiles crediticios. Tales avances tecnológicos llevaron a lograr una destacada automatización de la plataforma, la cual opera en tiempo real y con mínima asistencia humana.

Indicadores



¹⁰⁰ La presente sección ha sido elaborada en función de la información provista por Mercado Libre, Poincenot y Banco Industrial a través de entrevistas, la respuesta a la encuesta cursada por la Cámara Fintech e información pública disponible en los sitios web: <https://inversiones.bind.com.ar/fondos/mercado-fondos/> <https://doit.poincenot.com/https://www.mercadopago.com.ar/asset-management/mercado-fondo-comun-de-inversion-online> <https://www.cnv.gov.ar/SitioWeb/FondosComunesInversion>

¹⁰¹ MercadoPago es un Proveedor de Servicios de Pago (PSP) registrado ante el BCRA que brinda servicios de procesamiento de pagos, y ofrece cuentas de pago (cuentas MercadoPago). Fuente: https://www.mercadopago.com.ar/ayuda/terminos-y-condiciones_299

Características del negocio (2/3)

En adición, Mercado Pago permite la interoperabilidad mediante el sistema de CVU. De esta manera, se pueden realizar transacciones de dinero desde y hacia cualquier banco. Esto permite lograr un sistema unificado en donde el inversor posee todas las herramientas a disposición y la capacidad de elegir cómo desea operar.

¿Cuáles son los requisitos/ beneficios a sus usuarios?

Los requisitos a la hora de operar en Mercado Fondo consisten en poseer una cuenta en Mercado Pago y responder unas simples preguntas, principalmente para conocer el perfil del inversor y dar cumplimiento al marco regulatorio de la CNV. De esta manera, se verifica el origen de los fondos para evitar situaciones de lavado de dinero.

El presente caso de estudio contribuye de modo significativo a la inclusión financiera ya que, a través de este producto, se permite el acceso a productos de inversión colectiva a más de un millón de personas.

Además del Fondo Común de Inversión creado por Mercado Pago, sus usuarios también pueden hacer uso de los beneficios que esta billetera digital les brinda. Entre estos beneficios se destacan:

- Operaciones con código QR.
- Pago de servicios.
- Recargas de celular.
- Cargas de transporte.
- Recargas DIRECTV.
- Transferencias de saldos.

Características del negocio (3/3)

¿Cuáles son los requisitos/ beneficios a sus usuarios?

La aplicación Mercado Pago incluye un sistema de puntos que, al operar frecuentemente, le permite al usuario obtener descuentos y beneficios en compras y pagos de servicios. Por último, es importante destacar que la app cuenta con una herramienta de análisis de gastos, permitiendo a sus usuarios adquirir mayores conocimientos de sus operaciones y poder administrar su dinero de manera eficiente.

¿Cómo invertir y cuáles son sus costos?

Mercado Fondos no cobra por invertir el dinero. Si bien Industrial Asset Management (la entidad que administra el fondo) cobra un honorario del 2% anual sobre el patrimonio del fondo y el Banco Industrial (el agente de custodia) cobra un 0,3% anual, para el usuario no existe ningún costo extra, ya que dichos honorarios son deducidos automáticamente del valor de la cuota parte del fondo. Los rendimientos y ganancias siempre se encuentran visibles dentro de la app de Mercado Pago y ya incluye el descuento de estos honorarios.

El titular de la cuenta puede invertir el total del dinero en cuenta disponible. Por otro lado, el mínimo para comenzar a generar rendimientos es de \$50: una suma muy accesible para aquellos que buscan invertir montos pequeños. Cada vez que se ingresa dinero a la cuenta, se tiene la opción de reinvertir automáticamente.

Automatización de la inversión

Mercado Fondo es un producto que ha logrado llegar a todo el país, aumentando el nivel de inclusión financiera y contribuyendo a la educación financiera. El funcionamiento ideal del servicio (disponible actualmente en ciertas regiones y montos bajos) consiste en permitir a los usuarios generar rendimientos automáticamente con el saldo de sus cuentas de pago.

Cuentas comitentes

Cuando las compañías lanzaron este producto, existían solo 400.000 cuentas comitentes en el país, conforme a la información proporcionada por la CNV y la Cámara de Fondos Comunes de Inversión. Hoy en día, la compañía logró triplicar esa cantidad, con una aceleración exponencial asociada al comienzo de las restricciones sanitarias por la pandemia del COVID-19. Ya hay en el país 6.5 millones de Claves Virtuales Uniformes (CVUs), número que habilita estos instrumentos de pago. Por otro lado, los comercios, emprendedores y PyMEs, mediante estas herramientas, tienen la posibilidad de transformar sus cobros y seguir operando en este contexto difícil. Por este motivo, resulta de gran importancia el proceso de inserción masiva que viene fomentando la compañía para contribuir a la inclusión financiera.



\$13B

Patrimonio administrado



BB
Moody's

Calificación de Riesgo

Conclusión

Mercado Pago, en paralelo con su Fondo Común de Inversión lanzado en 2018, ha logrado distribuir su producto por todo el país, incrementando la inclusión financiera. Hoy en día, con más de 1.7 millones de inversores, su fondo se consolida como un producto innovador de alcance masivo.

Un número significativo de las personas que no podían tener acceso a los medios de pago y cobro digitales, hoy lo pueden hacer mediante el simple uso de una aplicación.

“A través de la tecnología, logramos que un instrumento financiero sofisticado, como un Fondo Común de Inversión, se convierta en una opción accesible para que cualquier persona pueda hacer crecer su plata y obtener rendimientos”, comentó Paula Arregui, COO de Mercado Pago.

Es importante mencionar que el desarrollo de un producto a medida de las necesidades de las personas permitió generar una experiencia de usuario más amena.

El presente caso de estudio contribuye significativamente al proceso de inclusión financiera.



afluenta[®]
crédito humano

crédito humano

afluenta[®]

Afluenta es la primera red de finanzas colaborativa.
Permite que las personas inviertan en otras
personas, conectando créditos con inversiones.
Combina la innovación, tecnología y finanzas para
lograr ofrecer un servicio ágil y personalizado.

Características del Negocio (1/3)

Afluenta permite conectar, bajo un sistema de finanzas colaborativas, créditos con inversiones, optimizando tiempos y costos para brindar un producto a la medida del solicitante¹⁰². En estos últimos años, Afluenta se ha destacado por brindar una amplia variedad de servicios que conectan personas fomentando el negocio colaborativo y la inclusión social. Entre ellos se destacan créditos personales, créditos pymes, inversiones, consultas de perfil crediticio y simuladores online. Fundada en 2012, la compañía permite disminuir costos y tiempos entre la solicitud y el otorgamiento, marcando una tendencia hacia un mercado más ágil y transparente

¿Cómo opera la plataforma?

Dentro de la página web de Afluenta, el solicitante indica la cantidad de dinero que desea y el plazo en el que estaría dispuesto a pagarlo. En esta etapa, la compañía analiza, en cuestión de segundos, el perfil del solicitante (antecedentes y finanzas personales que permitirán devolver el dinero a futuro). En un segundo paso, los usuarios publican su solicitud en Afluenta por 10 días o hasta llegar a obtener el 100% del monto requerido. Los inversores, compiten para invertir su dinero a través de la modalidad de subasta indicando el monto con el que desean participar (desde \$50 hasta el 100% del monto total solicitado) y la tasa a la que estarían dispuestos a invertir. La compañía evalúa a cada inversor, especialmente el origen de los fondos, con el objetivo de respetar el marco regulatorio y garantizar el cumplimiento de sus obligaciones y el buen funcionamiento del negocio. Cuando el total del dinero ofertado por los inversores llega al 100% de las necesidades, las inversiones individuales se consolidan en un único crédito con sus obligaciones correspondientes. Cada 30 días el sistema debita automáticamente el pago de las cuotas y se devuelve el dinero a los inversores que participaron de la subasta respetando montos y tasas seleccionadas. En este momento, los inversores deciden si retirar el dinero o reinvertirlo, con la posibilidad de obtener mejores tasas.

¿Cuál es el grado de avance tecnológico que presenta la compañía?

Afluenta nace como una plataforma elaborada a la medida de las necesidades de las personas. De esta manera, se logró desarrollar una de las primeras plataformas en el mundo que incluye un mercado secundario incorporado desde la inception. Esto quiere decir, que la operación no finaliza en el pago de la transacción. Mediante este mercado, los créditos que se encuentran al día, se pueden intercambiar, brindándole de este modo, mayor liquidez a la inversión. Por otro lado, la incorporación de este tipo de tecnología permite ofrecer un producto innovador que puede llegar a transacciones más pequeñas, disminuyendo costos, acelerando el proceso de solicitud y eliminando intermediarios.

**1.622.096
MIEMBROS**

**21.715
PRESTAMOS**

**\$1.1B
OTORGADOS
EN CREDITOS**

**CREDITOS
HASTA
\$650.000**

¹⁰² La presente sección ha sido elaborada en función de la información provista por la compañía a través de entrevistas, la respuesta a la encuesta cursada por la Cámara Fintech e información pública disponible en el sitio web: <https://www.afluenta.com>

Características del Negocio (2/3)

La plataforma se consolida como un caso de éxito en la inclusión de millones de personas que no poseían acceso seguro y responsable al crédito o a la inversión. También es importante mencionar que cada solicitud se analiza bajo un sistema de algoritmos preestablecidos que permite garantizar un producto a la medida del solicitante.

¿Cuáles son los requisitos/ beneficios de un crédito personal?

A la hora de solicitar un préstamo se requiere: ser argentino o residente, poseer DNI, tener entre 18 y 73 años, poseer ingresos mensuales netos superiores a \$15.000, antigüedad laboral mínima de 6 meses (empleados) y 12 meses (monotributistas y autónomos), y buenos antecedentes de pago en los últimos 2 años.

El principal objetivo de la empresa se centra en reducir los costos de financiamiento evitando la intermediación, lo cual permite que los préstamos sean menos costosos y burocráticos. Manteniendo el mismo nivel de seguridad en la operatoria y mediante una experiencia 100% online, se puede solicitar un préstamo a cualquier hora y desde cualquier lugar. Además, la compañía, ofrece la posibilidad de cancelación total o parcial sin costo y, en caso de buen cumplimiento, mejores plazos y tasas. Cada uno de los préstamos de Afluenta se ajusta a los antecedentes y necesidades de sus clientes.

¿Qué beneficios diferenciales recibe el inversor?

La decisión acerca del tipo de préstamos en los que se invertirá es individual, basada en expectativas de rendimiento del capital a invertir y el tipo de riesgo que el inversor esté dispuesto a asumir. De esta manera, la decisión queda completamente del lado del inversor. Afluenta recolecta información sobre los préstamos otorgados y las inversiones recibidas y, a partir de ello, genera datos estadísticos públicos sobre las inversiones. Esto permite facilitar, a los inversores, el proceso de toma de decisiones. El 25% de sus inversores son clasificados por la empresa como conservadores, el 60% son moderados, 10% son agresivos y 5% son especulativos.

Afluenta ofrece al inversor la posibilidad de elegir entre distintos tipos de riesgo y cuentas ("Inversores 1.0", "Inversores Plus" o "Inversores Institucionales"). Además, permite proyectar los rendimientos esperados y poder intercambiar los créditos en un sistema secundario.

Una de las claves del negocio es la diversificación del capital invertido. Un crédito promedio de Afluenta alcanza los \$50 a \$60 mil y es fondeado por 270 inversores que aportan en promedio \$250 cada uno.

71,4%
Rendimiento
Anual Proyectado

13.520
Inversores

\$592M
Fondo
Administrado

\$600M
Intereses
Generados

Características del Negocio (3/3)

Afluenta permite que el dinero fluya más rápido, de manera segura entre las personas.

¿Cómo funcionan los créditos Pymes y que se logra con ellos?

Durante el mes de julio de 2020, Afluenta lanzó una nueva iniciativa para brindar mayores herramientas a las Pymes que se vieron afectadas por la pandemia del COVID-19 y que buscan un producto a la medida de sus posibilidades. A la hora de realizar la solicitud, los requisitos son: ser una persona jurídica, tener una antigüedad mínima de 2 años desde el inicio de sus operaciones, registrar una facturación anual de entre \$1.000.000 y \$22.500.000 y contar con al menos un empleado registrado. Al igual que los créditos personales, sus beneficios se centran principalmente en una reducción de costos y eficiencia en tiempos. Afluenta, permite brindar una solución accesible y colaborativa, para enfrentar los problemas actuales de las Pymes.

¿Cómo es la diversificación de sus usuarios?

Afluenta propone una vuelta a valores elementales y simples. La compañía considera que cuando la gente se agrupa en comunidades con intereses comunes, actúa con responsabilidad hacia los otros. Afluenta potencia este concepto poderoso de responsabilidad comunitaria y lo aplica a los créditos entre personas, resultando de esa manera, en tasas de interés beneficiosas para inversores y solicitantes.

En Afluenta los inversores y solicitantes de créditos, comparten la diferencia entre la tasa activa y pasiva. De esta manera, los inversores reciben un mejor crédito que en otros tipos de inversiones y los solicitantes pagan intereses menores.

Afluenta ha logrado atraer a millones de usuarios a su plataforma, lo cual demuestra el interés que ha despertado la propuesta de finanzas más humanas.



400.000 usuarios activos en los últimos 4 meses



47% mujeres en la nómina

Clasificación de las Pymes:



Pymes con excelente historial de pago de todas sus obligaciones financieras.



Pymes con muy buen cumplimiento de sus obligaciones financieras.



Pymes con buen cumplimiento de sus obligaciones financieras. Sin mora en últimos 24 meses.



Conclusión

Mediante la aplicación de nuevas tecnologías hacia un sistema de finanzas colaborativas, Afluenta desarrolló en América Latina un producto innovador e inclusivo, que le ha permitido consolidarse como uno de los principales jugadores dentro del ecosistema Fintech.

La compañía, aplicó un mecanismo que permitió transformar las condiciones de los créditos y rendimiento de las inversiones. Mediante este sistema, se ofrecen beneficios, facilidades y mejores soluciones a más de 1,6 millones de personas en la región.

Actualmente, Afluenta se encuentra operando en Argentina, México y Perú, con miras a expandirse a países como Colombia, Brasil, Chile y Uruguay. Esto le permite atraer y ayudar a un público que busca soluciones de manera simple, segura y transparente, potenciando el concepto de responsabilidad comunitaria e interés común. De esta manera, Afluenta viene demostrando su poder de eficiencia y valor en el mercado y su capacidad de adaptarse al entorno.

El verdadero valor agregado de la compañía se presenta en su desarrollo tecnológico, que le permite adaptarse a entornos cambiantes y a las diferentes necesidades de sus clientes.

Afluenta ha puesto principal énfasis en lo que respecta al acceso al crédito por parte de la población más desatendida por el sistema tradicional. De esta manera, se han entregado más de 21 mil créditos destinados a proyectos comerciales y de consumo.

Por todos estos motivos, Afluenta contribuye significativamente a la inclusión y educación financiera.

Agradecimientos

Este estudio fue llevado a cabo durante el año 2020 por Marcelo Bastante como autor y Valeria Chavez, Cristian Serricchio, Alfredo Pagano, Josefina Medero, Sebastián Erlich, Nicole Gersztein y Tomás Cardozo como colaboradores, todos ellos pertenecientes a Deloitte. El trabajo ha sido enriquecido con las sugerencias y la corrección lingüística, ortotipográfica y de estilo que llevo a cabo Virginia Acha.

Asimismo, expresamos nuestra gratitud a todos aquellos aliados, colaboradores y entidades líderes en el desarrollo de los ecosistemas de emprendimiento del país y la región que activamente brindaron su apoyo en la difusión de la encuesta, en particular Cámara Argentina de Fintech, BID Lab y Afluente.

Ecosistema y empresas participantes



