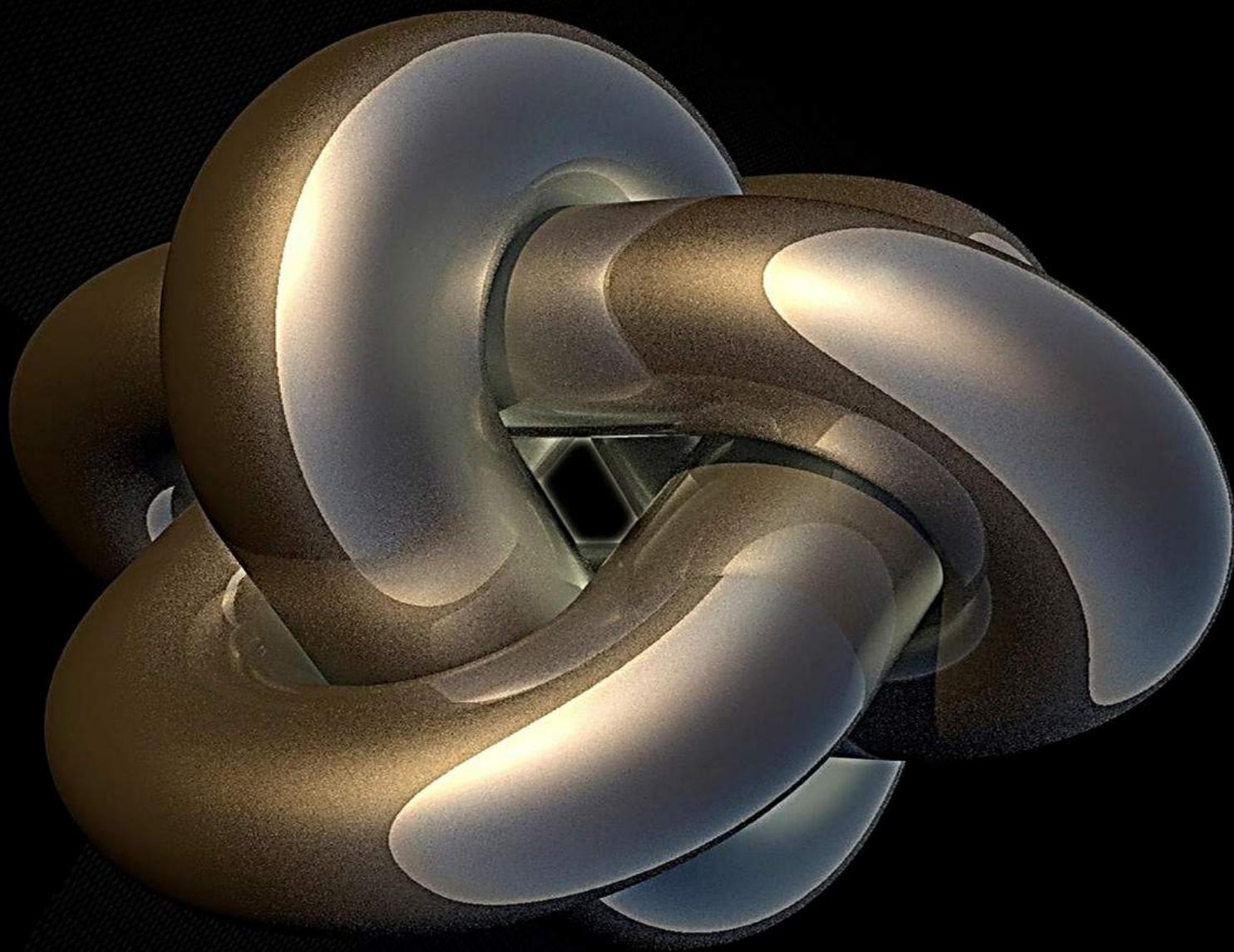


I Encuentro sobre Tecnologías, Finanzas e Inclusión

Informe panorámico



Diseñando la sociedad FinTech en Argentina

Buenos Aires, 25 octubre 2017

Contenidos

Prólogo

¿Otro evento FinTech? ¡Pero si ya hay muchos!	1
---	---

Las claves de la jornada

Mesa 1 - Blockchain y bitcoin en el mundo real: desvelando el misterio	3
--	---

Mesa 2 - Relaciones entre la Banca y las FinTech: ¿De la competencia a la colaboración?	9
---	---

Mesa 3 - Nuevos medios de pago impulsados por el Banco Central: regulación, innovación, seguridad y experiencia del usuario	15
---	----

Mesa 4 - ¿Está preparada la sociedad para una economía FinTech? Oportunidades y riesgos para las personas	22
---	----

Mesa 5 - Crowdfunding, la gran esperanza: ¿una alternativa para el desafío de la financiación?	28
--	----

Mesa 6 - Degustación FinTech: ejemplos de innovación. Empresas y proyectos para todo tipo de necesidades	33
--	----

Panel de expertos	37
-------------------	----

Organizadores	41
---------------	----

ALCANCE Y USO DEL INFORME. Addkeen Group ha elaborado este informe con un propósito exclusivamente divulgativo, dada la relevancia de los temas que se abordaron en el *I Encuentro sobre Tecnología, Finanzas e Inclusión*. Los contenidos de este *Informe panorámico* no deben entenderse en ningún caso como recomendaciones de inversión o consejos para la toma de decisiones económico-financieras. Se han reproducido, con la mayor fidelidad posible, los datos y puntos de vista aportados por los especialistas, en un contexto en el que se expresaron opiniones diversas. Para una percepción más completa de los temas expuestos, se sugiere consultar los videos en la página del evento, <http://www.fintech.addkeen.net>.

¿OTRO EVENTO FINTECH? ¡PERO SI YA HAY MUCHOS!

Después de un año de encuentros mensuales con emprendedores y gerentes de MIPYME, decidimos dedicar el primer aniversario de la [red NETeventos](#) a uno de los temas que más atención mediática acapara en los últimos tiempos: las políticas públicas de digitalización de la economía argentina, que han impulsado y se han visto acompañadas de numerosas novedades tecnológicas aplicadas a las finanzas. En una palabra, la llamada **revolución FinTech**.

“¡Va a estar difícil!”, nos decían. “El calendario está lleno de eventos nacionales e internacionales sobre FinTech: Digital Bank, Finnosummit, FinTech Conference, Money2020... ¡y muchos más! ¡No se puede competir contra eso!”.

Por supuesto, tenían razón. Salvo que nosotros no queremos (¡ni podemos!) “competir” con esos eventos. En Addkeen Group tenemos el objetivo de reducir la brecha entre los ciudadanos y el sistema financiero, mediante proyectos que mejoran las capacidades financieras y aportan recursos para la toma de decisiones económicas. Pero, si esto ya resulta complicado en un contexto “tradicional”, ¿cómo abordarlo con garantías en un escenario de digitalización acelerada?

Para conseguirlo, necesitamos construir puentes que nos permitan **transitar con garantías desde una economía poco bancarizada y con alto grado de informalidad a una sociedad estructurada en torno a la omnipresencia de las nuevas tecnologías**.

Tanto a nivel regional como mundial, abundan los espacios de encuentro para los principales actores de la revolución FinTech. En ellos se habla de las nuevas oportunidades, las asombrosas posibilidades de inclusión y expansión, los casos de éxito... Sin embargo, la mayor parte de la sociedad permanece al margen de esos circuitos, jugando un rol meramente pasivo en el cambio social: sin una comprensión clara de lo que está ocurriendo, muchos ciudadanos asisten, entre perplejos y abrumados, al lanzamiento constante de nuevas herramientas y regulaciones, a la aparición de nuevos actores financieros y, en definitiva, a una renovación radical del mundo que conocen.

Con la mejor de las intenciones, solemos ver a los ciudadanos como un colectivo amplísimo, heterogéneo y casi inalcanzable que tiene que ser informado, financieramente incluido, digitalizado, segmentado, estudiado, capacitado... ¡Demasiados participios! Las necesidades de las personas se presuponen, se intuyen, se investigan o incluso se crean, en función de las agendas de quienes impulsan el avance económico y financiero. Pero si queremos una sociedad más sana, equitativa y próspera, necesitamos ampliar los espacios de debate y el número de participantes. Todos tenemos el derecho y la responsabilidad de asumir un papel activo en la configuración de nuestra sociedad hipertecnológica.

Cuando hablamos de esos grandes grupos de población que permanecen ajenos, recelosos o indiferentes a estos temas, es un error suponer que se trata solo de personas sin recursos, financieramente excluidas o de bajo nivel cultural. Nada más lejos de la realidad. Es fácil hallar empresarios y profesionales de éxito que todavía aseguran, convencidos, que “eso de las FinTech no tiene nada que ver con mi actividad”. Imaginemos hasta qué punto **el avance de las FinTech puede quedar desequilibrado por la falta de conexión entre una oferta cada vez más floreciente y una (potencial) demanda que no se da por aludida**.

En resumen, con esta iniciativa queremos ampliar los espacios de diálogo entre los pioneros, líderes y visionarios que están impulsando la revolución FinTech en Argentina, y las personas y empresas a las que se pide que renuncien a unos hábitos basados, con frecuencia, en condicionantes culturales fuertemente arraigados.



En este contexto se celebra en la Universidad de Buenos Aires, el 25 de octubre de 2017, el **I Encuentro sobre Tecnologías, Finanzas e Inclusión**, bajo el título "Diseñando la sociedad FinTech en Argentina". Aspiramos a convertir esta experiencia en una cita anual que nos permita a todos seguir el ritmo de la imparable, fascinante y desafiante revolución FinTech.

Tal vez esta propuesta aún no despierte el interés masivo de ese público generalista al que va dirigida, pero al menos contamos con dos grandes ventajas:

La primera, y más importante, la generosidad y excelente disposición de los expertos participantes. En unas fechas complicadas (con las agendas, efectivamente, cargadas de eventos), profesionales de primera línea encontraron el momento para acompañarnos y compartir sus experiencias sobre las innovaciones en marcha, de las que todos ellos son líderes incuestionables.

La segunda ventaja es que todas las intervenciones fueron grabadas, lo que nos permite continuar disfrutando el invaluable conjunto de aportes, propuestas y perspectivas que brindaron los especialistas.

En este *Informe panorámico* se pueden ver las claves y los principales mensajes que se generaron en cada una de las mesas temáticas. Sin embargo, invitamos a los lectores a apreciar mejor los conocimientos, la pasión y los casos prácticos que compartieron los expertos mediante los videos de la jornada, en www.fintech.addkeen.net.

Te damos la bienvenida a un rol más participativo en la sociedad FinTech.

Cristina Carrillo Rivero
Consultora en Inclusión y Educación Financiera
Socia Directora de **Addkeen Group**





BLOCKCHAIN Y BITCOIN EN EL MUNDO REAL: DESVELANDO EL MISTERIO



Gonzalo Blousson
CEO de Signatura

Andrés Pablo Fleischer
Gerente de Operaciones de Ripio

Diego González
Director General de PuntoCero



Blockchain y bitcoin. Términos de moda que ya forman parte de nuestra realidad, pero que muy pocos comprenden de verdad. ¿Cuáles son sus aplicaciones, posibilidades y riesgos?

Orígenes y propósito

Gonzalo Blousson explica que bitcoin es el primer caso de uso de la tecnología blockchain y el más conocido, aunque blockchain tiene incontables aplicaciones, más allá de las criptomonedas.

Buenos Aires es la cuarta ciudad del mundo por el volumen de la comunidad generada en torno al bitcoin, después de Nueva York, San Francisco y Londres. Según Gonzalo, este interés es comprensible, considerando las históricas malas experiencias de los argentinos con el sistema financiero. Después de todo, lo que perseguían los “misteriosos” inventores de bitcoin era crear una moneda descentralizada, no controlada por los Estados ni por los bancos.

Sin embargo, este objetivo planteaba una importante dificultad: en el mundo digital, todo se puede copiar. Aunque no seamos conscientes de ello, dependemos de terceros para proteger nuestra información, e implícitamente confiamos en que esos terceros garantizarán la integridad de los datos. El gran desafío que tuvo que resolver el inventor de bitcoin es cómo llevar un registro de transferencia de valor sin tener que depender de terceros.



Lo que resuelve la tecnología blockchain es la posibilidad de llevar un registro; en el caso de bitcoin, en concreto, un registro contable que puede llevar las transferencias de valor de un punto a otro sin tener que confiar en terceros. “Esto permite que todos los participantes de la red podamos tener una copia de ese registro contable, y la certeza absoluta de que esa copia es la misma que está en todos los demás servidores: si alguien altera tecnológicamente un solo registro de esa copia, todos nos damos cuenta”.

“La integridad de esa copia está asegurada por un gran poder computacional que hace que sea una red imposible de *hackear*, hasta el punto de que, hoy día, la recompensa por *hackear* la red Bitcoin es de 100.000 millones de dólares: el que lo logre, podrá llevarse todos los bitcoins que existen”.

¿Por qué fluctúa tanto el bitcoin?

El moderador, **Diego González**, pregunta por las espectaculares fluctuaciones que está registrando el bitcoin en los últimos meses (con un aumento anual de la cotización de más de un 800%) y su relación con el máximo de 21 millones de bitcoins que pueden llegar a generarse.

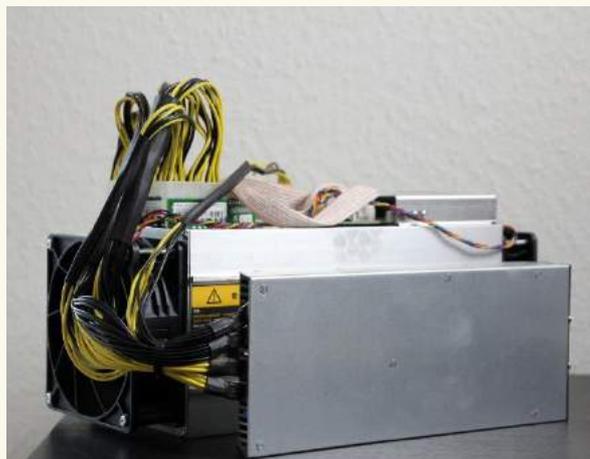
Gonzalo explica que hay dos cosas que dan valor al bitcoin. La primera, los casos de uso: la posibilidad de registrar la transmisión de valor en una base de datos distribuida e imposible de alterar.



La segunda fuente de valor es la escasez, que está basada en la propia naturaleza del protocolo. El creador del bitcoin identificó dos problemas para la creación de un registro distribuido: la distribución inicial de la nueva moneda y la necesidad de incentivar a los que ponen sus servidores al servicio de la seguridad de la red (lo que se denomina “minar” bitcoins). El problema es que, al principio, nadie tenía bitcoins para transferir, por lo que no se generaban comisiones, y la minería requería importantes inversiones en servidores.

La forma de subsidiar esas inversiones fue pagar 50 bitcoins cada vez que se escribía una hoja del libro contable (añadiendo un bloque a la cadena), como recompensa por poner la infraestructura al servicio de la red. Sin embargo, a largo plazo este pago terminaría generando un proceso inflacionario. Por otra parte, el previsible aumento de las transacciones permitiría recibir ingresos por otra vía, la de las comisiones.

Por eso se estableció que ese pago se reduciría a la mitad cada cuatro años (*halving*). En 2012, la recompensa se redujo a 25 bitcoins. Hoy están recibiendo 12,5 bitcoins. De esta forma no se llega nunca al límite de 22 millones de bitcoins y se logra un doble objetivo: hacer que sean escasos y subsidiar a los que invierten, pero reduciendo progresivamente el monto de ese subsidio. Se espera que, cuando se llegue a los 21 millones, los que ponen la infraestructura puedan vivir exclusivamente de las comisiones.



¿Qué otros usos tiene la tecnología blockchain?

Gonzalo destaca que, en un mundo tan digital, todavía tenemos una gran dependencia del papel. La razón es que, hasta la aparición de la tecnología blockchain, el mundo digital no era cien por ciento confiable. No existía la certeza digital: por eso las empresas gastan millones en auditorías, en procesos de seguridad informática... **Blockchain es la tecnología que nos da certeza digital por primera vez en la historia.**

Esta certeza se basa en cinco características principales: garantía de la autoría, fecha cierta, inmutabilidad, transparencia e independencia de terceros.

Hay países e incluso provincias en la Argentina que ya lo están utilizando en los servicios públicos (por ejemplo, en Córdoba se protegen así las declaraciones juradas de los funcionarios). Hay universidades que están empezando a emitir sus diplomas sobre la blockchain. Puede decirse que la tecnología blockchain permite contrarrestar o evitar los fallos humanos, ya sean involuntarios o deliberados: cuando alguien registra algo, no hay manera de cambiarlo.



El bitcoin, ¿una alternativa de inversión?

Andrés Fleischer comenta que todavía sigue escuchando la frase “A mí me gusta blockchain, no me gusta tanto bitcoin”, que le parece sorprendente porque “bitcoin y blockchain son exactamente lo mismo. Aunque es cierto que hoy hay otras criptomonedas y otros usos del blockchain, el uso de bitcoin como sistema monetario sigue siendo uno de los más importantes”.

Andrés explica que **bitcoin es, al mismo tiempo, un sistema de pagos muy eficiente y la unidad monetaria que circula en ese sistema de pagos**, lo que no es habitual. Por ejemplo, PayPal o las tarjetas de crédito son sistemas de pago eficientes, pero carecen de unidad monetaria.

También opina que bitcoin representa un refugio de valor para los argentinos, expuestos a una moneda tan inflacionaria como el peso, lo que probablemente explica su impulso en nuestro país. Desde su experiencia en Ripio, el bróker con mayor cantidad de usuarios en Argentina (más de 150.000 clientes) y una de las pocas plataformas que permite comprar bitcoins con pesos argentinos, Andrés considera que el bitcoin permite a los ahorristas abrirse a una economía digital mundial, sin olvidar los riesgos inherentes a cualquier inversión.

Pero las posibilidades van aún más allá: el bitcoin puede utilizarse como medio de pago eficiente entre profesionales y empresas. Por ejemplo, Andrés comenta cómo el equipo de Ripio en Venezuela cobra en bitcoins y los transforma en dinero en los sitios de compraventa de bitcoins, pese al colapso generalizado del sistema financiero en el país.



Gonzalo puntualiza que explicar las posibilidades de bitcoin no implica dar consejos financieros sobre algo con una cotización tan volátil. Se trata de un mercado muy pequeño, en el que cualquier movimiento de un jugador fuerte puede mover significativamente el valor. “El valor de bitcoin no está solo en la cotización, sino en sus casos de uso. Gracias a empresas como Ripio en Argentina, o como otras que hay en todo el mundo, hoy bitcoin tiene una liquidez que te permite transferir efectivo entre países sin fronteras, de moneda local a moneda local, en segundos, a costo cero”.

Sobre la legalidad del bitcoin, Gonzalo afirma que no existe ninguna duda: “Según la Constitución argentina, todo lo que no está prohibido está permitido. Hoy se considera un bien tangible y se declara dentro de los bienes personales”.



Blockchain e inclusión financiera

Diego aporta datos concretos sobre el potencial inclusivo de la blockchain y las criptomonedas: los lugares en los que más se buscan en Google estos temas no siempre son los más desarrollados, sino también países como Nigeria y Ghana. Pueden considerarse, por tanto, una herramienta interesante para integrar a los más de 4.000 millones de personas que están hoy día fuera del sistema financiero.

Gonzalo brinda un interesante punto de vista sobre la utilidad de las criptomonedas como herramientas de inclusión: “Tener una moneda digital significa tener una moneda que se puede programar. Esto, sumado a la certeza digital sobre la información, implica que el día de la mañana podremos dotar de identidad digital a las personas que están en la base de la pirámide. De este modo pueden ir acumulando reputación, por fuera de los modelos tradicionales del sistema financiero. La reputación financiera tradicional es rígida, estática, depende de si tienes trabajo y pagas deudas. Esto deja desbancarizado al 60% de los argentinos”.

“Las personas en la base de la pirámide pueden construir una reputación, pero no tienen herramientas para ello. Por ejemplo, hay personas en villas de emergencia a las que el almacenero del barrio les fía, porque sabe que es confiables, que estarían avaladas por la ONG del barrio, que hacen cursos en el Gobierno de la Ciudad, capacitándose para progresar, y que podrían estar construyendo una reputación digital con toda esa información. Cuando tengamos esas identidades digitales podríamos tener sistemas que presten automáticamente dinero, sistemas basados en la reputación de sus identidades digitales, que les permitan además ir construyendo reputación “tradicional”, empezando con pequeños créditos y subiéndolos a medida que se pagan. Esto sí sería inclusión financiera en serio”.

Para Gonzalo, “inclusión financiera no es ir a prestarle a la base de la pirámide a tasas del 50%, diciendo que si no prestas a esas tasas los costos operativos no te cierran. **Inclusión financiera es usar tecnologías como la blockchain para reducir o eliminar los costos operativos, porque todo podría estar programado en el dinero mismo. Esto permitiría llevar tasas decentes a gente que realmente necesita el crédito para comprarse su máquina de coser e iniciar una microempresa**”.





Preguntas del público

Respondiendo a una pregunta sobre Bitcoin Gold, una variación (*fork* o bifurcación) del código bitcoin, **Andrés** señaló que personalmente es partidario de que las personas puedan hacer valer sus bitcoins también en la red de Bitcoin Gold, aunque no todas las empresas parecen estar en esa línea.

Otro asistente se interesó por los casos de uso de blockchain en bancos. **Gonzalo** aclara que el interés es indudable: nueve bancos argentinos invierten en su empresa, Signatura. Algunos bancos del país están experimentando con el bitcoin, por ejemplo, para dar a las pymes soluciones de transferencia internacional sin tener que asumir los costos de los SWIFT. También hay sistemas de emisión de activos digitales que no necesitan depósitos centralizados de valores; por ejemplo, en Sudáfrica los responsables del organismo equivalente a la Caja de Valores argentina asumieron que la blockchain haría desaparecer los depósitos centralizados de valores y crearon Fractal, una compañía para avanzar en esta dirección.

El interés de los bancos también se aprecia en que BBVA es uno de los principales dueños de Coinbase, uno de los bancos de bitcoin y proveedor de liquidez más grande del mundo. Santander invierte en la moneda alternativa Ripple, JP Morgan desarrolló su propia blockchain con la plataforma Quorum... Todo esto es una clara muestra de que hoy los bancos están interesados en la blockchain. Y no sólo los bancos: Lucas Llach, vicepresidente del BCRA, dio a entender que el organismo está interesado en la posibilidad de emitir un peso digital sobre una blockchain.

En resumen, hay muchas industrias, sobre todo las que hacen intermediación, que van a ver transformado su negocio: algunas se adaptarán y se sumarán a los cambios. Otras quedarán obsoletas y desaparecerán.





RELACIONES ENTRE LA BANCA Y LAS FINTECH: ¿DE LA COMPETENCIA A LA COLABORACIÓN?



Hernán Corral
Product Manager
de MercadoPago

Máximo Díez
Director de Marketing
de Wanap

Javier Buitrago
Gerente de Dinero Móvil de
Nación Servicios

Clementina Giraldo
Ejecutiva principal – Dirección de
Desarrollo Productivo y Financiero de CAF



Clementina Giraldo pone en contexto el tema de la mesa: según Finnovista, tras el boom de los dos últimos años existen unas 1.000 empresas FinTech en América Latina, lo que está generando una importante reconfiguración en la oferta de servicios financieros y un escenario de creciente colaboración entre la Banca y las FinTech.

El protagonismo de Argentina en esta revolución financiera viene de la mano de empresas de gran tamaño y alto impacto como MercadoLibre y sus filiales MercadoPago y MercadoCrédito. También vemos cómo surgen nuevas propuestas y nuevos bancos totalmente digitales. En todos los casos se pone un especial foco en los ciudadanos, en su condición de usuarios de los servicios financieros.

La billetera PIM, apuesta inclusiva de Banco Nación

Javier Buitrago detalla el último y ambicioso proyecto de su organización, la billetera móvil PIM. Diseñada para servir como herramienta de inclusión financiera, PIM es el resultado de la colaboración entre numerosos profesionales e instituciones.

Los datos avalan la oportunidad y la necesidad de avanzar por el camino de la inclusión financiera: el 74 % las transacciones se realizan en efectivo y solamente el 23 % de los adultos usan tarjeta de crédito. El 30% de los argentinos viven por debajo de la línea de la pobreza.

Herramientas como PIM son un paso importante, pero hace falta mucho más para luchar contra estas realidades; Javier destaca **la necesidad de liderazgos institucionales fuertes que permitan un esfuerzo conjunto**.

Por lo que se refiere al funcionamiento de la billetera, PIM permite que el 100% de los argentinos pueda operar a través del celular. No importa el fabricante, la tecnología o el sistema operativo: funciona en todos los celulares, en cualquier lugar del país. Para darse de alta, basta con **marcar la secuencia *456#**.



PIM está concebida para interconectar todo el sistema financiero. Por ejemplo, la amplia red de pagos en efectivo que existe en el país (RapiPago, PagoFácil, etc.) permite que las personas no bancarizadas puedan recargar la billetera en sus centros. Para los que sí disponen de cuenta, los acuerdos con Red Link y Banelco hacen posible recargarla en el *home banking* de cualquier banco asociado. La billetera también facilita la comunicación entre personas bancarizadas y no bancarizadas, gracias al acuerdo con Punto Efectivo de Red Link, que permite la extracción sin tarjeta.



En octubre de 2017, la billetera PIM ya suma más de 300.000 usuarios y más de 25.000 comercios asociados, entre ellos la cadena Carrefour. PIM aspira a convertirse en una solución integral, que incluye la app PIM y la posibilidad de acceder desde páginas web.

La billetera PIM despertó un considerable interés en el público. Un participante preguntó cómo afronta PIM el tema de la informalidad, y si prevé controles sobre lavado de dinero o actividades ilícitas. Javier recordó que todo pago electrónico tiene total trazabilidad, y que PIM utiliza los mismos criterios de control que cualquier otro medio de pago electrónico. En resumen, existe una total transparencia.



MercadoLibre, una oportunidad para las pymes

Hernán Corral destaca que MercadoLibre tiene el objetivo de democratizar el comercio. Desde que comenzó a funcionar, en 1999, aspira a que cualquier persona pueda comprar y vender sin importar el producto, la ubicación geográfica o el tamaño de la empresa.

Hernán cuestionó con datos “la idea de que MercadoLibre solo sirve para vender el celular usado. Detrás de MercadoLibre hay numerosas empresas que venden y que generan trabajo genuino. Con presencia en 19 países, además de las 5.000 personas que trabajan directamente en la empresa hay unas 200.000, en toda Latinoamérica, que tienen como ingreso principal las ventas que realizan en MercadoLibre”.

Esto es posible gracias a la tecnología, con la que se creó un sistema fácil de usar para los que venden y para los que compran. Volviendo al término ya empleado, se armó un **ecosistema de comercio electrónico**, que reúne a compradores y vendedores. Después se añadió un paso más y surgió **MercadoPago**, para gestionar los cobros y pagos, que está funcionando en 8 países. El tercer paso en el desarrollo fue facilitar la logística de los envíos.



Y ahora este ecosistema se amplía aún más, con la posibilidad de dar créditos a través de **MercadoCrédito**. Muchas de las empresas que venden en MercadoLibre tienen dificultades para llegar al sistema financiero tradicional. “Los bancos no tienen mucho cariño por las pymes, ni tampoco las pymes quieren mucho a los bancos”.

Hernán explica que **MercadoLibre cuenta con una posición privilegiada para facilitar crédito: tienen información de la actividad y las ventas de la empresa, más allá de lo que transmite un balance**. MercadoLibre sabe quién vende, cuánto y con qué frecuencia vende, la calidad de sus productos, cómo lo califican sus compradores...

Toda esa información permite armar un perfil crediticio. En este momento, se han entregado créditos por valor de más de 500 millones de dólares, a vendedores de toda Latinoamérica. El seguimiento muestra que los vendedores invierten ese dinero en mejoras que, a su vez, los ayudan a vender más. Mercado Crédito está funcionando en Argentina, México y Brasil para los vendedores; en Argentina también se ha empezado a financiar a compradores.

En Argentina, el promedio de crédito está en los 100.000 pesos, pero se han dado créditos desde los dos o tres millones de pesos hasta otros de solo 20.000 mil pesos, con muy bajos ratios de incobrabilidad. Se pueden tomar créditos a un plazo de hasta 12 meses, pero el promedio está entre 6 y 7 meses.





Wanap, el primer banco digital de Argentina

Clementina destaca la rápida evolución del ecosistema de pagos en Argentina en los últimos años; técnicamente, casi no sería necesario el uso de efectivo. En el ámbito internacional, un proceso análogo al de MercadoLibre es el de Alibaba, el gigante chino de comercio electrónico que impulsó la digitalización económica pasando de las compras y ventas a Alipay, el equivalente a MercadoPago. Hoy día, en China las empresas FinTech tienen tantos usuarios como la banca y abundan las billeteras digitales, tipo PIM, que se utilizan en millones de negocios y comercios. Esto mejora la calidad de vida de los ciudadanos y modifica los desafíos en materia de seguridad: el riesgo ya no son los atracos que atentan contra la seguridad personal, sino las amenazas a la ciberseguridad (lo que, a su vez, plantea oportunidades para otro tipo de empresas).

Máximo Díez comparte el proyecto de Wanap, aclarando que a todos los efectos es un banco y no una FinTech, pese a su operativa totalmente digital. Su nacimiento ha sido posible gracias a la mayor apertura normativa del BCRA. Wanap aboga por un cambio de enfoque: mientras la banca tradicional se basa en la creación de productos para insertarlos en determinados segmentos, hoy los bancos deben identificar lo que realmente necesita el usuario y adaptarse a esa necesidad.



Wanap brinda los productos principales de un banco (caja de ahorros, tarjetas de crédito y débito, préstamos aprobados...), pero aspira a avanzar en la vía de la inclusión financiera. Esta no se entiende sólo como una mayor permeabilidad a la hora de abrir una caja de ahorros o de dar una tarjeta: hay un tema más de fondo, que pasa por educar a las personas y brindarles las herramientas que necesitan para autogestionarse. Todavía hay mucha gente que no sabe cómo funciona un plazo fijo o lo que significa la Tasa Nominal Anual.

Por otra parte, Wanap, que inicia sus actividades a principios de 2018, funciona en un contexto de recursos nativos digitales pensados desde el lado de la usabilidad tecnológica, de forma que resulte muy simple para el usuario.

Como banco digital, en principio no está previsto que tenga sucursales, más allá de alguna eventual presencia comercial. Toda la operativa se va a realizar a través del celular. Uno de los grandes diferenciales será la apertura de cuenta, que se realizará sin necesidad de firmar papeles o acudir a una sucursal. El proceso se inicia descargando la aplicación de Wanap, escaneando el DNI y realizando una prueba de vida, como una *selfie*, un video que valida la identidad de la persona con la foto del documento. Después se pasa a la contratación de los productos. Obviamente, se firma un contrato, con una firma digital (holográfica) aprobada por el BCRA. En unos siete u ocho minutos, ya es posible tener una cuenta en el Banco. Por defecto, se obtendrá la caja de ahorros y una tarjeta de débito, con la opción de tener tarjeta de crédito y un préstamo aprobado, adjudicado según un *scoring* que se realiza en paralelo, cuando el usuario da de alta su cuenta.

Una cuestión importante son los horarios. Se podrá operar las 24 horas, 7 días a la semana, los 365 días del año. Hoy día los bancos abren de 10 a 15, en el mismo horario en que las personas trabajan, por lo que la gente tiene que acomodar su vida al banco. La idea es regalarle tiempo a la gente; por ejemplo, que puedan aprovechar los desplazamientos para hacer sus operaciones bancarias.

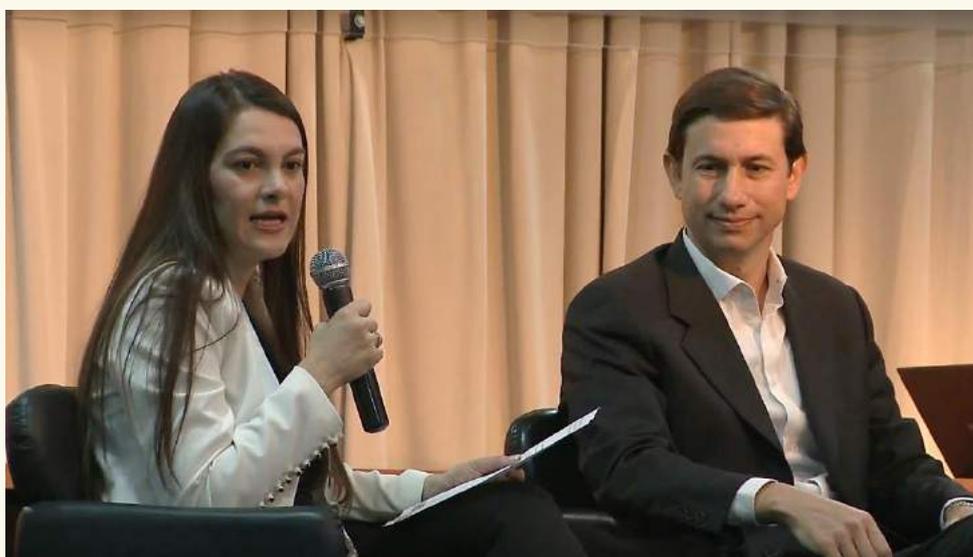
Máximo aclara que Wanap se van a enfocar en un primer momento en banca personal. Eventualmente, se prevé desarrollar también banca de empresas, con productos innovadores para las pymes.



Cooperación entre Banca y FinTech: Nadie lo puede hacer todo solo

Clementina comenta que el esfuerzo conjunto es indispensable para crear un ecosistema en el que se generen oportunidades para todos; las alianzas que permiten el uso prácticamente universal de la billetera PIM son un buen ejemplo. Eventos como el de hoy resultan útiles para conocer lo que hacen otras organizaciones e identificar posibles vías de colaboración, en beneficio de todos los ciudadanos.

Javier reitera que, en el actual contexto, la necesidad de alianzas y colaboraciones es incuestionable. La gran velocidad de los cambios tecnológicos y la continua aparición de nuevas herramientas hace que incluso las organizaciones más disruptivas tengan que esforzarse para mantenerse al día. En el caso de PIM, no tenía sentido desarrollar una red de agentes propia, existiendo ya amplias redes de pago en el país. Por tanto, la discusión de fondo no puede ser la conveniencia de colaborar, sino el valor que se quiere aportar a la sociedad, y cómo impactar con la mayor rapidez posible en la vida de los 44 millones de argentinos.



En la misma línea, **Hernán** explica que MercadoLibre hace varios años que abrió su plataforma para que otras empresas, de distintos rubros, puedan brindar servicios que aumentan el valor para los usuarios, y que requieren desarrollos que ninguna empresa puede realizar por sí sola. En este momento, más de 100 empresas atienden las necesidades de los vendedores de MercadoLibre en cuanto a facturación, manejo de inventarios, e incluso de créditos. Esto hace que MercadoLibre pueda brindar un producto más versátil, más usable y más diferenciado del resto.

Máximo comentó que Wanap también están en conversaciones con diferentes aliados que facilitarán las operaciones de los usuarios, mediante herramientas como billeteras móviles o incluso plataformas de inversiones, como Ibillionaire. En lugar de realizar desarrollos propios, es mucho más práctico utilizar o generar acuerdos con plataformas y herramientas ya existentes, que pueden dar más valor al servicio de Wanap. Lo importante es tener flexibilidad para incorporar la retroalimentación sobre la utilidad de esas herramientas, tomando decisiones rápidas en caso contrario.



Desarrollos FinTech y financiación de las pymes

Ante la pregunta de **Clementina** sobre la posible contribución de las fintech al problema de financiamiento de las pymes, **Hernán** considera que hay grandes oportunidades en este ámbito. Hoy los bancos entregan crédito a las pymes igual que en 1970: no están aprovechando la revolución tecnológica, que nos permite disponer de gran cantidad de datos para saber si una persona puede ser o no sujeto de crédito. **El desafío está en ver cómo se utiliza esa información disponible: actualmente, hay más datos que capacidad de procesarlos. El que tenga la mejor capacidad de procesamiento tendrá la oportunidad de dar créditos, basándose en información más reveladora que el balance.** Esto es aún más importante en las economías latinoamericanas, por los altos niveles de informalidad.



¿Cómo impulsar el uso generalizado de los nuevos instrumentos?

Javier considera que la discusión de fondo está en los incentivos. Por ejemplo, muchos comercios venden en MercadoLibre, lo que implica hacerlo de manera formal y pagando impuestos; sin embargo, el incentivo de poder vender en la plataforma y llegar a nuevos clientes es muy superior a los costos, y a los vendedores les compensa. El desafío es dejar claras las ventajas que brindan al comercio los pagos electrónicos: evitar los problemas de manejo de efectivo, los robos, etc. Hay que transmitir al público y a los comercios el valor que esto genera.

Hernán vincula la progresiva fidelización del público con más y mejores funcionalidades. Uno de los proyectos de MercadoPago para el futuro, por ejemplo, es la vinculación de su billetera a una tarjeta MasterCard, de forma que los fondos obtenidos con las ventas en MercadoLibre quedan inmediatamente disponibles en la tarjeta, que se utiliza de la forma habitual. **Hernán** señaló que, igual que democratizó el comercio, MercadoLibre aspira a democratizar el dinero, acabando con el uso de efectivo.

El público también planteó una cuestión interesante relacionada con las retenciones del SIRCREB y con el impuesto al crédito y débito. **Hernán** indica que la normativa cambió a mediados de 2017, eliminando el impuesto a los débitos/créditos de las transacciones electrónicas. Es necesario avanzar en esta línea, eliminando todos los impuestos que incentivan y favorecen el uso de efectivo.





NUEVOS MEDIOS DE PAGO IMPULSADOS POR EL BCRA: REGULACIÓN, INNOVACIÓN, SEGURIDAD Y EXPERIENCIA DEL USUARIO



Javier Pederzoli
Gerencia de Sistemas
de Pago del BCRA

Jorge Larravide
Gerente Comercial
de Red Link

Marcelo Fondacaro
Director Comercial de VeriTran

Graciela Barros
Revista Banca y Seguros,
Café Financiero



En los últimos años, Argentina está experimentando un rápido desarrollo de nuevos medios de pago digitales, tanto para operaciones comerciales como personales. Con el impulso institucional y regulatorio del Banco Central, estas novedades están adquiriendo protagonismo en la oferta operativa de bancos, fintech y grandes empresas comerciales. Sin embargo, aún se aprecian resistencias en una sociedad con gran parte de la población excluida del sistema financiero, y que todavía valora la privacidad y la informalidad asociadas al uso de efectivo.

Modera la mesa **Graciela Barros**, del programa *Café Financiero* y la revista *Banca y Seguros*, que destaca la complementariedad de un grupo de expertos en el que están representados el ente regulador (BCRA), los proveedores de seguridad (VeriTran) y las plataformas que canalizan las transacciones (Red Link).

Objetivos e impulso del Banco Central

Javier Pederzoli destaca el esfuerzo realizado por el BCRA en los últimos 18 meses para impulsar nuevos instrumentos y medios de pago, manteniendo al mismo tiempo los **altos estándares de seguridad del sistema**.

Uno de los hitos fue el lanzamiento, en 2016, del **Pago Electrónico Inmediato (PEI)**, que brinda la posibilidad de tener una billetera electrónica en el celular. Las entidades financieras han puesto estas billeteras en el mercado a través de la Red Link y la Red Banelco, cumpliendo con los requisitos técnicos, operativos y de seguridad exigidos por el BCRA. El Pago Electrónico Inmediato no es más que una transferencia electrónica que se realiza en línea, de forma inmediata, entre personas o entre persona y comercio.



Javier explica que el Banco Central persigue aumentar el número de personas bancarizadas e incluidas en el sistema financiero, al tiempo que se lucha contra el uso del efectivo. Las billeteras PEI permiten que todo el que tenga un celular pueda utilizar desde ahí sus cuentas bancarias. Muchas personas no tienen cuenta, pero sí celular; la billetera puede ser un incentivo para acercarse al banco y conseguir una cuenta.

Otra novedad es el **DEBIN (Débito Inmediato)**, habilitado desde septiembre de 2017, que se podrá realizar tanto en pesos como en dólares.

Es esencial **determinar cuándo y qué regular**, porque el aumento de la bancarización y los nuevos medios de pago deben convivir con un buen control de los riesgos sistémicos. Por otra parte, la confianza y la buena experiencia que tenga el usuario son claves para que el sistema resulte sostenible a largo plazo.

¿Qué es VALEpei?

Jorge Larravide representa a Red Link, uno de los grandes actores del sistema financiero argentino. Explica que el Pago Electrónico Inmediato (PEI) tiene tres variantes: una en modalidad de billetera virtual, una variante para compras presenciales y otra para utilizar en el comercio electrónico.

La billetera está representada por VALEpei, un producto interoperable, multibanco (puede asociarse a cuentas de cualquier banco argentino, sin importar la red) y con todas las características de seguridad del *home banking* o el *mobile banking*. En VALEpei hay que destacar la instantaneidad (el envío y la recepción del dinero se producen de forma inmediata) y la gratuidad. Es importante tener en cuenta que con VALEpei también se puede enviar dinero a personas que no tienen cuenta bancaria, incluso antes de que el receptor disponga de la aplicación en su celular.



Jorge acompaña su presentación con un video que muestra la **facilidad de uso de VALEpei en situaciones cotidianas** y muy reconocibles para todos: comidas entre amigos, regalos de cumpleaños; incluso se utiliza en edificios con pocos departamentos para el pago de expensas. Para usar la aplicación solo hay que descargarla de la tienda, escanear el DNI y vincular por única vez las tarjetas de débito.

Para Jorge, lo mejor de VALEpei es que combina el concepto de transferencia electrónica, con el que estamos muy familiarizados desde 2011, con una interfaz de usuario muy sencilla: basta con seleccionar un contacto de nuestra agenda en el celular, indicar el importe y enviar.

A finales de 2017, VALEpei cuenta con unos 50.000 usuarios activos. Muchos de ellos realizan entre 3 y 5 operaciones diarias, con unos montos promedio de 1.200 pesos.

El desafío es realizar una buena comunicación para que lo conozcan cada vez más personas, de todos los segmentos y en distintos lugares del país. Como anécdota, en una presentación realizada en el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de Buenos Aires pudo comprobar que los asistentes (vinculados a los negocios y al mundo financiero) tampoco conocían la herramienta.

Graciela plantea si se trata "solo" de un problema de comunicación o si la sociedad no está preparada, y pregunta a Jorge cuándo se llegará a esa masa crítica que convierta herramientas como la VALEpei en algo de uso común.

Para **Jorge**, conviene recordar que los servicios que brinda Red Link, a través de bancos, fintech y otro tipo de empresas, están alcanzando en este momento a 26 millones de argentinos. Compara la situación actual con las dudas que existían hace unos años, cuando se instrumentó el cobro de las pensiones, las jubilaciones y los planes sociales mediante cuenta bancaria, algo que hoy está perfectamente aceptado y extendido.



Sin embargo, es cierto que puede pasar algún tiempo hasta que se llegue a esa masa crítica. Es interesante observar la curva de fidelización en el uso de los canales: la persona que usa solo el cajero automático es el que menos operaciones hace, pero en cuanto pasa al *home banking* o a una aplicación móvil, normalmente utiliza todo el ecosistema a su disposición.



Seguridad y experiencia del usuario

Marcelo Fondacaro, de VeriTran, comenta el carácter transversal de su compañía: no compete con los bancos, no es una fintech y no es un banco digital; VeriTran colabora con los bancos o las redes para desarrollar toda la tecnología que tiene que ver con pagos y banca digital. Nacida hace 12 años en Argentina, hoy tiene presencia en casi todos los países de Latinoamérica, con operaciones también en EEUU y en Europa. Más de 35 bancos usan su tecnología, sobre la que se han procesado más de 4.000 millones de transacciones en todo el mundo.

Marcelo señala que la seguridad y la experiencia de usuario son claves en el mundo de los pagos digitales. Medio en broma, podría decirse que **si fuera por la gente de seguridad no habría transacciones, y si fuera por la gente de negocios no habría seguridad. Es necesario que las regulaciones y las organizaciones busquen el equilibrio entre la seguridad y la buena experiencia de usuario que esperan los clientes.**

Hoy día, vemos que las plataformas que tienen más éxito son muy fáciles de utilizar (Waze, Uber...). Los pagos digitales también deben serlo. Si la seguridad se traduce en una mayor dificultad para el cliente, este dejará de intentarlo. El 95% de las aplicaciones que se descargan de las tiendas se descartan después de un solo uso; sólo el 5% de las aplicaciones se reutilizan, aquellas en las que la gente encuentra valor.

La transacción más costosa, tanto para el banco como para el usuario, es “olvidé la clave”. Como la regulación tiene que proteger el dinero de la gente y el sistema financiero, se establecen muchas trabas en la gestión de las claves (cómo deben ser, cada cuánto tiempo deben cambiarse, etc.). Si multiplicamos esto por todas las instancias virtuales en las que se requieren claves (bancos, líneas aéreas, plataformas de comercio electrónico), lo más fácil para el usuario es llamar a los Centros de Atención para blanquearla cada vez que la olvida. Ese proceso es carísimo para los bancos y para el usuario, y ocurre a personas de todas las edades (¡sí, también a los millenials!). El objetivo es encontrar soluciones universales, seguras y fáciles de usar.



Por otra parte, es un error dejar que la tecnología defina el negocio. Es la política quien debe establecer el espacio del negocio, como está haciendo el BCRA con los medios de pago. Después entran los actores, ya sean la red de las entidades financieras o los bancos (digitales o bancos tradicionales que empiezan a ubicarse dentro de ese espacio) y cada uno define su modelo de negocio.

A partir de ahí es cuando se tiene que buscar la tecnología más apta para poder soportar ese modelo de negocio. Hacerlo al contrario (establecer un modelo de negocio a partir de la tecnología) puede dar muchos problemas, porque en muchos casos la tecnología restringe las opciones.



PagoRUT, el mayor caso de éxito en la región

Tras mostrar el video de la billetera PagoRUT, del Banco Estado de Chile, **Marcelo** explica lo que aportó al sistema la tecnología de VeriTran. La cuenta RUT era una cuenta universal gratuita que se abría acudiendo a una sucursal con el documento de identidad. Tras los desarrollos tecnológicos, la cuenta puede abrirse y utilizarse a través de dispositivos móviles.

Su característica principal es que es **universal**. Para VeriTran, universalidad significa ser independiente de terceros, no tener que realizar acuerdos con nadie (por ejemplo, operadores telefónicos) para desarrollar la billetera. La universalidad también implica que se puede usar en cualquier dispositivo: PagoRUT funciona en todo tipo de dispositivos, desde el Nokia 1100 hasta *smartphones* de cualquier marca.

De forma deliberada, se buscó que el sistema funcionara **sin necesidad de Internet**. El motivo es que, en Chile, el 80% de las personas tienen celulares de prepago, con mayores costos de conexión a Internet que los de contrato. Con PagoRUT se puede enviar dinero en modo avión, aunque no haya saldo en la cuenta del celular.

A diferencia de Chile, hay países en Latinoamérica con altos índices de analfabetismo, por lo que se desarrolló una **interfaz fácil y amigable**: en lugar de botones de "Pagar" o "Cobrar", hay una mano que pone dinero y otra que lo recibe.

Con más de un millón y medio de usuarios reales, obtenidos en un tiempo récord, PagoRUT es el proyecto más grande de inclusión y pagos de la región. Tal vez no parece mucho, pero en Chile hay 18 millones de habitantes, de los cuales 10 millones están bancarizados. Esto significa que el 15% de la población bancarizada utiliza esta tecnología. Y no son solo pagos de persona a persona. El sistema ha tenido tanto éxito que muchos profesionales y negocios pequeños empezaron a anunciar que aceptaban PagoRUT.

La tecnología no consiguió todo esto por sí sola. Detrás hay años de trabajo sobre un modelo de cuenta universal, sin costo de mantenimiento y transacciones. Después la tecnología ayudó a potenciarlo y hacerlo crecer con rapidez.





Hacia un ecosistema de pagos 100% integrado

Graciela pregunta qué hace falta en Argentina para desarrollar un verdadero ecosistema colaborativo entre bancos, FinTech y el ente regulador.

Javier explica que el Banco Central está impulsando una **mesa de innovación en la que participan los bancos y las empresas fintech vinculadas a la industria financiera**, con tres grupos de trabajo. Uno de ellos investiga la "banca abierta" que se está desarrollando en Europa y Asia. Otro grupo estudia **cómo impulsar nuevos medios de pago, buscando sobre todo la interoperabilidad**; es decir, que cualquier persona pueda usar esos medios de pago en cualquier banco y en cualquier comercio, sin limitaciones y sin dobles cargos.

Hoy, por ejemplo, hay empresas que tienen convenios con determinadas estaciones de servicio para utilizar los códigos QR (Axion con MercadoPago, YPF con TodoPago). En este sentido, los códigos QR no son interoperables, sólo sirven entre un comercio y el que tenga una determinada billetera. Cuando el BCRA regule este tipo de pagos buscará incentivar la interoperabilidad, para que todos puedan pagar con códigos QR en cualquier comercio, independientemente de si están bancarizados o del banco en que tengan la cuenta.

Conviene aclarar que hasta ahora se ha venido trabajando con herramientas bancarias: el Pago Electrónico Inmediato, el DEBIN... **Sin embargo, el BCRA reconoce que hay jugadores no bancarios que de alguna manera participan en la industria de pagos. El Banco Central debe ser un catalizador para estas cuestiones, sin poner más barreras que las razonables para mantener bajo el riesgo sistémico.**

Estamos avanzando hacia la posibilidad de una billetera totalmente integrada, en la que los usuarios tengan cuatro o cinco medios de pago. En cada momento podrán elegir y pagar con el que mayores incentivos ofrezca ese día o en ese comercio.





Pagos electrónicos para montos elevados

¿Qué ocurre cuando se necesita transferir grandes cantidades para transacciones como, por ejemplo, comprar un auto o una vivienda?

Jorge comenta la reciente normativa que permite transferencias inmediatas por montos elevados, con un procedimiento previo para garantizar la seguridad.

Javier desarrolla el tema, explicando que el cliente debe avisar al banco por anticipado de que va a realizar una transferencia por encima de su límite habitual. El banco habilitará la operación en el horario de 9 a 18 del día indicado, sin límite de monto, tomando los recaudos para no incumplir con la compensación y liquidación que deben realizar diariamente las entidades.

Marcelo aclara que en otros países tampoco hay límites a las transferencias, y que el problema clave es evitar la suplantación de identidad. Lo primero que hay que resolver en los canales electrónicos es asegurarse de que el usuario es quien dice ser; el BCRA ha regulado el tema con sistemas biométricos de validación de fotos. El segundo paso es evitar el desvío de transacciones; VeriTran lo evita con un *short token* que firma la transacción con sus datos (cuenta destino, monto). Con ambos pasos, la seguridad es absoluta.



¿Es segura la banca móvil?

Graciela se interesa por la seguridad de los medios de pago vinculados al celular, planteando un caso muy habitual: ¿Qué ocurre con la información y el dinero si perdemos o nos roban el teléfono?

Jorge indica que no habría ningún problema, porque tanto el celular como las aplicaciones tienen sus respectivas claves de acceso; como cualquier otro medio de pago, se puede bloquear.

Marcelo agrega que toda la industria sabe que la banca por Internet es más vulnerable que el *mobile banking* (banca por celular), aunque los usuarios, más familiarizados con el *home banking*, puedan tener la impresión contraria. Es una cuestión de tiempo, maduración, conocimiento y educación.

Perder la tarjeta de crédito o débito causa más problemas que perder el celular. Por una parte, porque el robo del celular suele tener el propósito de blanquearlo y venderlo. Además, es complicado superar las barreras que establecen las claves del celular y las de la aplicación (biométricas, alfanuméricas, etc.). Los clientes de VeriTran, con más de 4.000 millones de transacciones, lo tienen resuelto: la CONDUSEF de México ha comprobado que los bancos que usan esta tecnología tienen fraude cero en el canal móvil y en la banca digital (en cambio, sí sufren fraudes en la clonación de tarjetas, desvíos de transacciones, fraudes por Internet...).

“Si está bien utilizada e implementada, la tecnología móvil es extremadamente confiable. Otra cuestión es que se deje la seguridad en manos de terceros, como el operador telefónico; en ese caso, cualquiera que vea pasar un SMS puede clonar la transacción. Sin duda, hay fraudes, pero solo cuando el proceso está mal hecho”



¿ESTÁ PREPARADA LA SOCIEDAD PARA UNA ECONOMÍA FINTECH? OPORTUNIDADES Y RIESGOS PARA LAS PERSONAS



Marcela Marincioni
Marca y Comunicación de Findo

Ignacio Carballo
Docente e investigador UCA y UBA

Cristina Carrillo
Directora Addkeen Group



Esther Gitonga
Capital Markets Authority
Kenya (video)



Partiendo de la pregunta que da nombre a la mesa, **Cristina Carrillo** comenta que el regulador y las empresas están claramente preparados, pero ¿se puede decir lo mismo de los ciudadanos? No todas las sociedades, ni todos los grupos de población dentro de una misma sociedad, están igualmente receptivos a los cambios que impulsa la revolución FinTech. Por ejemplo, en la mesa anterior se veía como la billetera PagoRUT de Chile logró interesar en muy poco tiempo a un millón y medio de usuarios (en un país con 18 millones de habitantes), mientras VALEpei cuenta con 50.000 usuarios en Argentina.

¿Qué hace que una sociedad asuma con más rapidez que otras este tipo de innovaciones? Conviene recordar que estos cambios van más allá de lo tecnológico, porque modifican por completo la manera en que nos relacionamos y tomamos nuestras decisiones económicas.

M-PESA, mucho más que dinero móvil

Uno de los casos más exitosos y estudiados del mundo es el servicio de pagos electrónicos M-PESA, originado en Kenia. Para iniciar el debate en esta mesa se proyecta una entrevista grabada con **Esther Gitonga**, responsable de Educación del Inversor y Sensibilización Pública de la *Capital Markets Authority* de Kenia. **Esther** destaca que Kenia es hoy día un centro tecnológico y de innovación, pese a los estereotipos que existen sobre el país.



M-PESA nace en 2007, como plataforma basada en la telefonía móvil para transferencias de dinero y servicios financieros. En la última década ha tenido un crecimiento explosivo y ha renovado el panorama social y financiero del país. Además, ha superado con creces las funcionalidades de pago, sumando un amplio abanico de soluciones financieras dirigidas a una variada gama de necesidades de los clientes. Actualmente M-PESA funciona en 10 países, con 29,5 millones de usuarios activos, y procesa unas 549 transacciones por segundo.

Entre las aplicaciones derivadas del sistema están **M-Shwari** (servicio de banca digital que permite abrir y operar una cuenta de ahorros a través del celular), **Hakikisha** (una mejora de MPESA que permite confirmar el nombre de la persona a la que se le envían los fondos, antes de completar la transacción), **M-Ledger** (para acceder a los resúmenes y estados de cuenta), **Mbao** (plan de pensiones para la jubilación de personas con empleos formales o informales), **M-TIBA** (servicio para el celular que permite ahorrar y realizar pagos para tratamientos médicos) y **M-AKIBA** (bono a tres años con cupón fijo, de “oferta especial limitada”, para financiar infraestructuras, que supone una inversión asequible para todos los grupos demográficos).

Orígenes y logros de M-PESA

Sobre el origen de M-PESA, proyecto altamente inclusivo cuyo desarrollo inicial fue impulsado por una compañía de telefonía móvil, **Esther** aclara que la idea original surgió de investigadores y fue financiada por el Departamento para el Desarrollo Internacional del Reino Unido, el DFID (la ayuda al exterior del gobierno británico). Al comprobar el elevado tiempo de uso de los celulares por parte de los kenianos, este organismo contactó con Vodafone que, al mismo tiempo, estaba investigando cómo apoyar las microfinanzas a través de la plataforma móvil de su filial Safaricom (evitando los arriesgados y lentos pagos en efectivo de las cuotas).

Una década después de su lanzamiento, MPESA ha transformado las interacciones económicas en Kenia y la configuración de los sectores bancario y de telecomunicaciones, extendiendo la inclusión financiera y facilitando la creación de miles de pequeños negocios.



La integración de M-PESA en el sistema financiero

Aunque fue creado por un operador telefónico, el sector financiero ha sido clave para el desarrollo de M-PESA, lo que hoy día permite brindar servicios bancarios, de seguros y de inversiones a través del sistema.

A la pregunta de si hoy hay más cuentas de dinero móvil o cuentas bancarias, Esther explica que, precisamente, el crecimiento de las primeras ha impulsado el aumento de las cuentas bancarias. Por ejemplo, M-Shwari es un proyecto conjunto de Safaricom y el Commercial Bank of Africa, con ocho millones de cuentas activas. Lo digital es el motor clave de la dinámica que rodea al creciente número de cuentas bancarias.

Sin embargo, sí descendieron en la última década las cuentas bancarias tradicionales, en las que es necesario ir al banco. Los kenianos usan sus celulares para todo: hacer llamadas, enviar dinero, pagar facturas, comprar bienes y servicios, gestionar sus préstamos... El 43% de la población utiliza productos financieros móviles como M-PESA, frente a un 24% que opera en los bancos.

Seguridad y formación de los usuarios

Preguntamos a Esther si, más allá del éxito de M-PESA, se han identificado riesgos o inconvenientes potenciales, así como necesidades desde la perspectiva de la educación financiera y/o la protección de los consumidores. Esther confirma que, con la integración de M-PESA con el sistema financiero, los reguladores se esfuerzan por asegurar la transparencia del servicio. La protección de los usuarios contra los posibles tipos de fraudes se aborda a través de campañas educativas y mediante la introducción de mejoras, como Hakikisha, que permite confirmar el nombre del receptor de los fondos antes de completar la transacción. “Los reguladores tratamos de hacer más fáciles las instrucciones y, en definitiva, de crear un entorno seguro para que los clientes usen el sistema en su beneficio. También los proveedores (Safaricom y el sector financiero) colaboran para lograr controles óptimos y mejorar las características de seguridad de M-PESA”.

Esther concluye afirmando que el mundo FinTech está aquí para quedarse.

Sin embargo, es necesario tener una mirada clara de los pros y los contras y encontrar el modo de que la tecnología resulte amigable para todos los usuarios.





¿Se puede “importar” a Argentina la experiencia de Kenia?

Tras la intervención de Esther, **Marcela Marincioni**, de Findo, aporta una perspectiva privilegiada, ya que ha trabajado en países como Kenia o Tanzania. En su experiencia, existen algunos aspectos comunes entre estas sociedades del este de África y la nuestra. Pese a las insoslayables distancias geográficas, es posible identificar similitudes a nivel conceptual. Sin embargo, aunque es positivo mirar al exterior, Marcela avisa que **hay que ser cuidadosos cuando miramos otros modelos; en lugar de extrapolar, es necesario contextualizar y realizar las adaptaciones necesarias**. Las tecnologías son abiertas y globales, pero los usuarios actúan desde lo propio y lo cultural, más allá de algunos códigos compartidos. No tener en cuenta esas fronteras invisibles puede hacer que un proyecto se derrumbe.

En línea con lo que había planteado Esther, Marcela invita a deshacerse de algunos estereotipos sobre Kenia y Tanzania. Se trata de sociedades muy pujantes, que han situado a Nairobi como un *hub* tecnológico de referencia en la región.

Aunque M-PESA fue el proyecto pionero, Safaricom no es la única compañía de telecomunicaciones que trabajó para armar el exitoso ecosistema de pagos móviles en Kenia. Marcela comenta su experiencia en Tigo-PESA (*pesa* significa “dinero” en swahili), realizando un trabajo de campo que brindó aportes significativos sobre los comportamientos y las preferencias de los consumidores.

¿Qué tienen en común Argentina, Kenia y Tanzania? En primer lugar, los tres son países emergentes, con porcentajes de crecimiento anual superiores a los de mercados más desarrollados. También coinciden las elevadas previsiones de crecimiento de la población y del consumo, frente al estancamiento en los países desarrollados. Otra característica social compartida es la informalidad laboral. A esto hay que sumarle una alta penetración de la telefonía celular, buena cobertura territorial de redes y baja bancarización.



Retos de la inclusión para las empresas fintech

En Argentina, el 61% de la población no tiene acceso al crédito: son 23 millones de personas. En la búsqueda de soluciones, en FINDO consideran que los principales riesgos vienen por el lado de las tasas y la falta de educación de las personas. **“Las empresas fintech tenemos que ser conscientes de nuestra responsabilidad porque, de lo contrario, el impacto en el tejido social puede ser contrario a lo esperado”**.

En ese sentido, no es suficiente con digitalizar el mismo modelo de los bancos y llevarlo a los sectores sociales más vulnerables. Hay que pensar en un *scoring* alternativo, más inclusivo, que nos permita aprovechar la información disponible sobre esos segmentos que hoy están totalmente excluidos del sistema financiero, con el fin de evaluar los riesgos con más precisión.

Para el desarrollo de ese *scoring*, Findo está en contacto con Tala, el brazo de *mobile financial services* de una marca muy conocida en África. En Findo consideran que el crédito es un puntapié para empezar a girar la rueda de la inclusión, y que conviene trabajar en colaboración con los bancos que, por su parte, necesitan lograr más capilaridad.



Riesgos y oportunidades de la inclusión financiera digital

Para Marcela, el gran desafío para el desembarco de las empresas *fintech* en Argentina es generar el lenguaje e identificar los incentivos para lograr un cambio de hábitos. La parte más vulnerable de la sociedad ya realiza transacciones, envía y recibe dinero, etc., y lo hace a través de circuitos que conoce y en los que confía, aunque desde fuera no parezcan eficientes. ¿Cuáles son esos beneficios percibidos que pueden impulsar a las personas a cambiar sus comportamientos, como ocurrió en Kenia? Este objetivo requiere un esfuerzo en educación financiera y otros recursos.

Marcela cierra con un mensaje clave: si bien los costos operativos de las empresas fintech son más bajos, hay que resistir la tentación de seguir apuntando exclusivamente al aumento de márgenes, como ocurre en los sistemas financieros tradicionales. De otro modo, será imposible ganarse la confianza de los grupos de población a los que se quiere beneficiar.

¿Qué es realmente la inclusión financiera?

Ignacio Carballo plantea que la principal oportunidad que brinda una economía FinTech es la fomentar el desarrollo económico a través de la inclusión financiera. Sin embargo, no siempre queda claro de qué modo la inclusión financiera puede lograr ese propósito.



Aunque los Objetivos de Desarrollo Sostenible de

Naciones Unidas aportan algo de luz, la dificultad reside en que la inclusión financiera es un concepto polisémico, multidimensional, en el que parece caber todo: PIM es inclusión financiera, Rapipago es inclusión financiera, POS-móvil es inclusión financiera, las FinTech son inclusión financiera, la apertura de cuentas bancarias a menores de edad, ProCrear Joven, etc.

Una definición integral de inclusión financiera sería la de un **sistema con acceso a servicios de calidad en términos de ahorro, crédito, seguros y transferencias, con una población capacitada para usar esos servicios de manera responsable**. Son muchas las bondades que se atribuyen a la inclusión financiera: fomentar la actividad económica, reducir los costos bancarios, incrementar la formalidad y la recaudación tributaria, mejorar el impacto de las políticas monetarias y reducir la pobreza.

En un contexto en el que la inclusión financiera se está vinculando estrechamente al desarrollo de las nuevas tecnologías, Ignacio destaca el concepto de RegTech: las mismas tecnologías que están aplicando las FinTech las van a empezar a aplicar los bancos para regularse a sí mismos, y las entidades públicas para regular al sector financiero en general.



Riesgos y oportunidades de la inclusión financiera digital

Tras brindar una categorización de las FinTech, **Ignacio** recuerda que la inclusión financiera, como toda política, es tridimensional: comprende el marco regulatorio, el de la oferta y el de la demanda. Los dos primeros se han comentado en otras mesas, pero ¿de qué manera la innovación y las tecnologías generan oportunidades y desafíos por el lado de la demanda?

La apuesta argentina por la inclusión financiera digital se basa en dos factores: la alta penetración de la telefonía móvil y un acceso a Internet que está entre los más altos de la región. Sobre esta base se han desarrollado cinco grandes medidas que se han comentado a lo largo de la jornada: POS Móvil, botón de pagos, billetera electrónica, DEBIN y alias CBU.

Sin embargo, hay motivos para la cautela. **En 2016, el G20 publicó los ocho principios para una inclusión financiera digital y alertó sobre los riesgos de una digitalización acelerada en las sociedades.** Estos riesgos son diversos y se localizan en distintos ámbitos, pero Ignacio destaca el de las capacidades financieras de la población.

La digitalización permite tomar decisiones financieras inmediatas, lo que exige un cierto nivel de capacidad financiera. Según los datos del Informe PISA presentados en mayo de 2017, los tres países latinoamericanos que participan en los test ocupan los últimos lugares en cuanto a capacidades financieras de los adolescentes. En agosto de 2017, CAF publicó una encuesta sobre capacidades financieras en la región, que sitúa a Argentina en los últimos lugares. Esto brinda algunos indicios sobre los posibles riesgos asociados a la revolución FinTech.

Uno de ellos reside en suponer que la exclusión financiera se debe solamente a la falta de oferta (ese espacio no ocupado por los bancos, en el que las fintech están identificando oportunidades). Sin embargo, hay distintos motivos por los cuales las personas están fuera del sistema financiero: la autoexclusión, la exclusión psicológica o un mal historial crediticio.

La parte positiva es que las nuevas tecnologías no sólo plantean riesgos, sino también soluciones. **En la región hay ejemplos muy interesantes y prometedores de aplicaciones dirigidas a la mejora de las capacidades financieras;** además de las funcionalidades educativas, incluyen georreferenciación de las personas y análisis de *big data* para identificar qué aspectos necesitan reforzarse, lo que permite diseñar programas de alfabetización financiera a medida. **Por ejemplo, Educhef, Din Din Quiz, Guardianes del Ahorro o Lista 3.0.** Son de distintos países y apuntan a diferentes grupos de edad, pero todos ellos son muy recomendables.

Como cierre, **Cristina** comenta que en esta mesa se apostó por hacer un poco de “abogados del diablo”; aunque todos compartimos las grandes expectativas generadas por la revolución FinTech, es un error suponer que digitalización e inclusión financiera son sinónimos: necesitamos ser conscientes de que hay un largo camino entre uno y otro objetivo.





CROWDFUNDING, LA GRAN ESPERANZA: ¿OTRA ALTERNATIVA PARA EL DESAFÍO DE LA FINANCIACIÓN?



Diego Nunes
Estudio Nunes & Asociados

Brian Blisniuk
Autor de Crowdfunding 360°

Nicolás Rombiola
Socio de Ikiwi México



El mundo FinTech brinda oportunidades para actores muy diferentes: empresas tecnológicas, consumidores, bancos... **Nicolás Rombiola** abre la mesa destacando que el crowdfunding es una alternativa fintech dirigida específicamente al ecosistema emprendedor.

Concepto y tipos de crowdfunding

Brian Blisniuk brinda una gráfica y sencilla explicación del crowdfunding: es como una colecta, en la que cada uno pone en la caja el dinero que quiere. Pero en este caso no se trata de una donación, sino que se obtiene algo a cambio; ese "algo" depende del tipo de crowdfunding.

El más básico es aquel crowdfunding en que la persona que aporta dinero recibe a cambio un producto o servicio, que puede existir o no. ¿Qué significa esto? Que cualquiera puede subir un proyecto a una plataforma de crowdfunding sin tener ningún desarrollo físico. Para pedir dinero al Banco o para solicitar un subsidio hay que presentar una gran cantidad de documentos. En cambio, **para recurrir al crowdfunding basta con tener una idea y una conexión a Internet.**

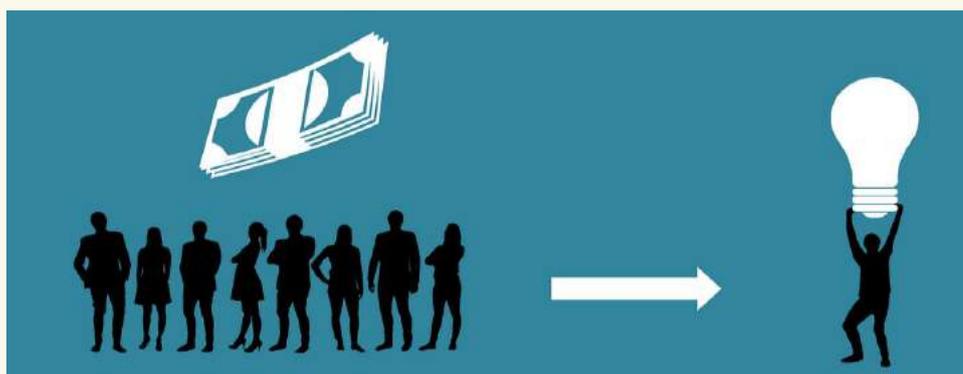


Esta posibilidad es tan interesante que no la usan solo pequeños emprendimientos. Negocios con facturaciones de cien o doscientos millones de dólares anuales hacen campañas de crowdfunding como una alternativa de marketing sencilla y poco costosa. Por ejemplo, **una empresa que quiera lanzar un nuevo producto puede obtener los fondos para desarrollarlo realizando preventas a través del crowdfunding.** Con el dinero recaudado fabrican el producto y al inversor le llega seis meses después.

Otra versión más "dura" del crowdfunding es el **crowdinvesting**, un tipo de inversión colectiva. A cambio del dinero aportado se obtiene deuda o acciones de la empresa. Por ejemplo, se puede pensar en un edificio de oficinas dividido en 100.000 partes, con lo que es posible acceder a inversiones inmobiliarias desde montos pequeños.

¿Qué tipo de proyectos tienen más posibilidades de financiarse con éxito a través del crowdfunding? **Brian** opina que el crowdfunding es tan accesible que genera mucha desconfianza, a la que en ocasiones se suma una gran falta de profesionalidad por parte del emprendedor. En principio, **cualquier negocio o idea puede hacer una campaña de crowdfunding, siempre y cuando sea profesional.**

Hasta ahora, el crowdfunding representa muy poco dinero en Argentina (un millón de dólares, frente a los 7.200 millones que se mueven en el mundo), y todo se dirige al segmento de bienes y servicios. El motivo es que no hay proyectos bien planteados como para hacer una buena campaña y recaudar montos que marquen la diferencia. Es fácil recaudar tres mil, cinco mil pesos, pero con esas cifras no es posible desarrollar proyectos de impacto.





El crowdfunding como alternativa de financiación

Diego Nunes apunta al hecho de que los emprendedores son un colectivo en permanente necesidad de financiación. La financiación tradicional brinda pocas opciones para proyectos novedosos o de impacto social, porque no suelen tener la trayectoria o la proyección que requieren los bancos. Estos empiezan por pedir un plan de negocios, que no todos los emprendedores están en condiciones de aportar, y después aplican una tasa de interés que es imposible pagar.

Otras alternativas de financiación "tradicionales" tampoco son mucho más accesibles. La emisión de deuda o acciones sólo sirve para empresas que ya existen, no para emprendimientos. El descuento sistemático de cheques en una financiera puede convertirse en un camino directo a la quiebra. Según el objeto del emprendimiento se puede acceder a rondas de inversiones con *venture capitalists*, que más parecen *vulture capitalists* porque suelen exigir un control total del emprendimiento. En este panorama, el crowdfunding se presenta como una gran herramienta.



Diego destaca una importante ventaja del crowdfunding basado en preventas, algo que no puede obtenerse con la financiación bancaria tradicional: el producto va a estar validado antes de llegar al mercado. Sin haber empezado a invertir en la producción, la propia campaña de crowdfunding ya brinda información sobre las personas que pueden estar interesadas en el producto o servicio. Según la respuesta obtenida, el emprendedor puede redirigir la estrategia comercial antes de empezar a producir. Un buen ejemplo del crowdfunding de preventas es Tesla Motors, que está prevendiendo sus nuevos modelos económicos de autos eléctricos: los vendieron incluso antes de tener las máquinas para fabricarlos. Cualquier producto que sea novedoso o innovador puede aprovechar el crowdfunding.

La regulación del crowdfunding en Argentina

En cuanto al régimen legal de esta figura, **Diego** destaca que, para la ley, el crowdfunding es siempre financiamiento colectivo y queda bajo el control de la Comisión Nacional de Valores. La situación plantea numerosos desafíos para el regulador, ya que se trata de una actividad que tiene poco que ver con la supervisión tradicional de los mercados de capitales. Por ese motivo, el único crowdfunding que se contempla, de momento, es el que se realiza a cambio de acciones.

La cuestión es si esto excluye la posibilidad de realizar un crowdfunding de bienes y servicios. **Diego** reitera la afirmación que se hizo en la mesa sobre blockchain: según la Constitución argentina, todo lo que no está expresamente prohibido está permitido. La diferencia es que **los proyectos de crowdfunding no incluidos en la regulación serán legales, pero no podrán beneficiarse de la normativa de apoyo al capital emprendedor.**

Un aspecto relevante de la normativa es que **atribuye a las plataformas de crowdfunding responsabilidad solidaria, junto al emprendedor, por posibles manejos fraudulentos de los fondos y los proyectos.** En todo caso, la regulación del crowdfunding está en fase de consulta pública, por lo que aún no se conocen los detalles finales de la reglamentación.



Debates en torno al crowdfunding

Nicolás pregunta a **Brian** cómo están recibiendo las plataformas de crowdfunding los desarrollos regulatorios. Para **Brian**, la regulación es interesante como primer paso, ya que antes era directamente ilegal, pero considera que hay aspectos discutibles, que derivan del temor a algo que no se conoce bien. Por ejemplo, la responsabilidad solidaria de las plataformas. Por otra parte, encuentra positivo que no haya una regulación específica para el crowdfunding de bienes y servicios, ya que puede realizarse sin problemas a través de la figura de la donación con cargo.

Diego, sin embargo, encuentra problemática la falta de regulación del crowdfunding de bienes y servicios, porque deja indefenso al inversor si el emprendedor incumple lo proyectado: no existe un régimen legal que permita exigir con facilidad el cumplimiento.

Para **Brian**, ese mayor riesgo para los inversores supone una mayor facilidad para el emprendedor, que no sufre las consecuencias si el negocio no prospera.

Diego considera que eso puede plantear problemas en un país como Argentina, donde los inversores acumulan experiencias complicadas (la salida del uno a uno, el corralito) y no es probable que estén dispuestos a asumir ciertos esquemas de inversión. Más allá de este supuesto específico, para **Diego** el crowdfunding tiene buenas perspectivas porque no carga con la mala fama de los bancos. Si se regula bien, puede ser una gran herramienta de reactivación económica.





El crowdfunding y la protección de la idea

Nicolás transmite una pregunta del público en relación con las patentes: si una persona sube su idea a una plataforma de crowdfunding para financiarse, ¿qué protección existe? ¿Le pueden robar la idea?

Diego explica que la plataforma brinda la ventaja de la notoriedad. Al presentar una idea en una plataforma, es notorio que se publicó antes que la patente ajena. Sin embargo, la patente es un documento público, con el peso que ello implica. El tema probablemente terminaría en juicio y con arreglos económicos, pero sería un problema si la otra persona pudiera demostrar que realizó su patente después de un proceso inventivo.

A invitación de Diego, interviene **Gabriela Yoshihara**, abogada especialista en marcas presente en el evento, que matiza el aspecto terminológico: no se trata de patentes, sino de "derechos de autor". Subir un proyecto a la plataforma crea la presunción de que el que lo hizo es el autor de esa idea, procedimiento o proyecto. Antes de subir los proyectos es recomendable proteger el derecho de autor en el Ministerio de Justicia, al menos como depósito de obra inédita (otra cuestión a considerar sería la protección de la marca).



Brian comenta el caso de un proyecto con gran éxito de marketing en la plataforma Kickstarter; un fabricante de China lo copió y logró vender por valor de tres millones de dólares en solo 10 días. Para Brian, no hay que tener miedo de ser copiado, sino de ser desconocido.

¿Son crowdfunding las ICO?

Desde el público se plantea una pregunta sobre las ICO, *Initial Coin Offering*, que financian *startups* de criptomonedas de forma tokenizada, con monedas digitales. ¿Se pueden considerar crowdfunding?

Brian explica que estas empresas prevenden criptomonedas para conseguir la financiación que necesitan para desarrollarlas. Considera que entra dentro del concepto de crowdfunding en el que se ofrecen intangibles, y que se va a ver cada vez con más frecuencia. Se habla tanto del tema que muchas personas invierten sin entender lo que es, lo que plantea el riesgo de una burbuja; de nuevo, un problema de educación financiera.

Nicolás cierra la mesa recomendando **Crowdfunding 360°**, de Brian Blisniuk; próximamente disponible, es el primer libro sobre el tema en español y con una mirada latinoamericana.





DEGUSTACIÓN FINTECH: INNOVACIÓN Y PROYECTOS PARA TODO TIPO DE NECESIDADES



Diego Varela
Socio Fundador Findo

Rafael Soto
CEO de Ualá

Hernán Corral
Product Manager
de MercadoPago



Hernán Corral inicia esta mesa resaltando la novedad de los proyectos que van a presentarse, un ejemplo del dinamismo y de los distintos espacios de actuación que están abordando las fintech en Argentina.

Ualá, la primera app con tarjeta

Ualá es una de las innovaciones más mediáticas de los últimos tiempos, y cuenta con el respaldo de fuertes inversores internacionales. Su CEO, **Rafael Soto**, atribuye el rápido crecimiento del ecosistema FinTech a las numerosas necesidades de la población, poco atendidas por una industria financiera que avanza despacio y muestra dificultades para innovar y renovarse.

Ualá tiene el objetivo de extender lo más posible el uso de las tarjetas. En Argentina, las personas tienen más celulares que en cualquier otro país de América Latina, pero menos tarjetas. Sólo la mitad de los argentinos mayores de 14 años tienen cuenta bancaria; eso significa que el restante 50% no tiene forma de acceder a una tarjeta. A los riesgos asociados al manejo de efectivo se suman las dificultades para comprar por Internet, viajar, etc.



Para dar soluciones a esas personas, **Ualá ofrece una app muy práctica y fácil de usar, vinculada a una tarjeta prepaga MasterCard.** A diferencia de los bancos (que, además de tener estructuras de decisión complejas y poco flexibles, están sujetos a las normas del BCRA sobre desarrollo de apps y home banking), Ualá no tiene limitaciones para avanzar en la constante mejora tecnológica de la aplicación.

El funcionamiento es muy simple: se descarga la app y se completa un registro; con una *selfie* se valida la identidad del usuario (contra las informaciones disponibles en bases de datos) y después se le envía al domicilio una tarjeta MasterCard gratuita. Esta puede utilizarse en cualquier lugar que acepte este medio de pago. También permite transferir dinero fácilmente a otros usuarios de Ualá. En el futuro se añadirán nuevas funcionalidades: pago de servicios, recarga de celulares, remesas, etc. Y otra cuestión importante: la

tarjeta facilita un mayor control de los gastos, porque el usuario recibe avisos inmediatos de sus consumos, organizados en gráficos según el tipo de compra.

La tarjeta puede cargarse en un PagoFácil o a través de una cuenta bancaria, y está previsto sumar nuevas opciones de recarga. Ualá permite ahorrar tiempo y dinero: no hay comisiones de emisión, renovación ni mantenimiento. Tampoco hay comisiones por transferencias o por compras en el exterior. Lo único que se cobra son las extracciones de efectivo, a precio de costo (en este momento, cinco pesos a partir de la tercera extracción por mes en Argentina, y tres dólares por extracciones en el exterior).

En el futuro se prevé incorporar también funcionalidades de crédito; en este y otros temas, Ualá basa su modelo de negocio en escuchar constantemente a los usuarios. El chat de la aplicación funciona de 9 de la mañana a 9 de la noche, y los fines de semana se responde por Facebook, Twitter... La empresa analiza todo lo que se recibe, lo que determinará la evolución de la oferta en el futuro.



Rafael explica que armar el producto ha sido complejo, tanto por el desarrollo de la app como por el esfuerzo de integración con los diferentes proveedores que se requieren para que la aplicación funcione y esté bien conectada con el mundo físico.

Con la misma filosofía, Ualá desea poner el producto a disposición del ecosistema FinTech en Argentina; se trata de un producto valioso que puede servir como apoyo operativo a un gran número de organizaciones, especialmente a las que trabajan con personas no bancarizadas: **Ualá se está ofreciendo al mercado como una alternativa para todas las empresas que necesitan una forma fácil, inmediata y gratuita de entregar fondos al usuario.**

Rafael considera que la única forma de que el movimiento FinTech sea viable es mediante la cooperación. Para servir como alternativa a los bancos, que ofrecen todo tipo de productos en una suerte de supermercado financiero, es necesario unir esfuerzos. **Las fintech suelen ser empresas pequeñas que se enfocan en un producto o servicio, pero los usuarios demandan soluciones financieras integradas. La oportunidad y el desafío es trabajar de forma conjunta.**

Findo: Soluciones para ampliar el acceso al crédito

Pasando de las funcionalidades transaccionales de Ualá a la concesión de créditos, Hernán da paso a **Diego Varela**, socio fundador de Findo.

La actividad de Findo se inicia en 2016, a partir de un dato que muestra la baja tasa de inclusión financiera de Argentina: el porcentaje de crédito doméstico sobre el PBI. La media de los países de la OCDE supera el 80%; el resto de la región (salvo Chile y Brasil, que se aproximan a esa cifra) converge en torno al 45%, y en Argentina solo representa el 14%. Por las características del mercado argentino, debería ser al menos tres veces más. Sin embargo, sólo el 8% de la población obtiene préstamos de un banco. Las cadenas de venta minorista, tipo Falabella o Garbarino, financian casi lo mismo que todas las entidades bancarias. ¿Por qué ocurre esto?

Para Diego, **una de las principales trabas se relaciona con la evaluación crediticia.** Es complicado realizarla con las personas que no tienen historia financiera (por falta de acceso previo al crédito), y los bancos no disponen de ninguna información alternativa.

Otra dificultad viene dada por la regulación, que lleva el costo por unidad de crédito a unos 2.000 o 3.000 pesos. Para montos elevados no hay problema en trasladar ese costo a la tasa, pero en préstamos en torno a los 9.000 pesos, para personas de menos recursos, la sobretasa resulta excesiva. Por tanto, es necesario recurrir a una tecnología que abarate esos costos.



Tampoco hay que olvidar las barreras físicas y culturales. No sólo hay que considerar la distancia a la que está la sucursal, sino lo que implica para muchas personas entrar en una sucursal y comunicarse con el banco.



Una evaluación crediticia más inclusiva

Findo está enfocado en desarrollar un modelo de *scoring* alternativo para evaluar la información complementaria en los segmentos sin historial crediticio. Se utiliza la georreferencia para ver movimientos y desplazamientos que se puedan vincular a una buena posibilidad de pago. También se usa información censal del INDEC. El sistema se basa en algoritmos complejos realizados por especialistas en *big data*.

La distribución de sucursales y ATM bancarios en Argentina muestra una fuerte correlación con el nivel socioeconómico, excepto en el sur del país, con baja densidad poblacional. Por tanto, hay una clara oportunidad digital para llegar con costos bajos a las poblaciones de menos recursos y a las que tienen poca disponibilidad de servicios.

Los servicios de Findo son un complemento dentro del ecosistema bancario y emprendedor. A través de una aplicación, el algoritmo de comportamiento crediticio no reemplaza a Gnosis o Veraz, sino que los enriquece. En Argentina se han concretado varias alianzas con bancos regionales y hay conversaciones con otros de ámbito nacional.



Findo actúa en Corrientes con su propia marca, en un *sandbox* en el que se prueba el modelo tecnológico y de *scoring*. En solo un año, Findo ya tiene una cartera de 20 millones (con créditos entre 6.000 y 9.000 pesos), la mayor parte en Salta y Jujuy. Se observa una tasa de recompra altísima, lo cual dice mucho de la facilidad del proceso y de la vinculación que se establece con el cliente. En 2018 se va a abrir una oficina en Paraguay, donde no tienen nada similar a Gnosis o Veraz y resulta urgente contar con un modelo de *scoring*. La gran ventaja del sistema es que los datos que se analizan no se ven afectados por particularidades locales.



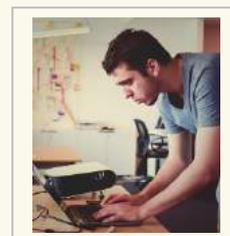
Hernán cierra la mesa mencionando la dureza de los datos comentados, ese 14% de crédito doméstico sobre el PBI, que sitúa a Argentina por detrás de Tanzania. Considera que ahora hay una clara oportunidad, porque puede haber muchos ganadores: los negocios de pagos, créditos, etc., no son de una sola persona o empresa. Para mantener el impulso es esencial la innovación, con el fin de superar la brecha entre lo que la gente quiere/necesita y lo que los bancos están ofreciendo en estos momentos.

PANEL DE EXPERTOS



Graciela Barros. Licenciada en Administración, con Posgrado en Planeamiento Estratégico. Forma parte de la comunidad global de Sistema B como Multiplicadora B. Integra un equipo de consultoría que fomenta las buenas prácticas y la sostenibilidad en las empresas, y organiza congresos y encuentros de networking en temas de su especialidad. Entre otros medios, colabora con el programa Café Financiero y la revista Banca y Seguros.

Brian Blisniuk. Combina el espíritu emprendedor con una gran vocación divulgativa, especialmente en el ámbito de la financiación de pymes a través del crowdfunding. Autor del libro *Crowdfunding 360°*, cuenta con experiencia en el desarrollo de proyectos y plataformas de crowdfunding.



Gonzalo Blousson. Con amplia experiencia ejecutiva en el sector bancario, es uno de los primeros emprendedores digitales de Argentina. Entre otros proyectos, es cofundador de [Signatura](#), empresa especializada en desarrollo de soluciones avanzadas para procesos de firma y notariado digital, basados en la tecnología blockchain. Signatura fue la *startup* ganadora de la competencia BBVA Open Talent en Argentina, en septiembre de 2017.

Javier Buitrago. Acredita una amplia experiencia en el sector del comercio y los pagos digitales, en empresas como Falabella, Despegar, PointPay y PayU. Actualmente es Gerente de Dinero Móvil de Nación Servicios (empresa del Grupo Nación especializada en brindar soluciones tecnológicas y comerciales para medios de pago) y Director de Medios de Pago de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE). Es Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Católica de Córdoba y tiene un Executive Master in Business Administration por la IAE Business School.



Ignacio Carballo. Ignacio E. Carballo es especialista en Inclusión Financiera. Licenciado en Economía por la Universidad de Buenos Aires con título cum-laude y magíster por la Universidad Autónoma de Madrid del International Master in Microfinance and Financial Inclusion con diploma de honor mediante beca otorgada por la Fundación Carolina. Posee certificados de Analista en Microfinanzas por la Pontificia Universidad Católica Argentina (UCA) y UNED de España y de Experto en Microfinanzas (CEMF) por la Frankfurt School of Finance & Management, Alemania. Es profesor de grado en la Universidad Católica Argentina (UCA), en la Universidad de Buenos Aires (UBA) y del curso de Posgrado en Inclusión Financiera, Microfinanzas y Desarrollo de la UCA. Es a su vez doctorando en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) y colaborador en el Centro de Estudios de la Estructura Económica (CENES) de la UBA.



Gustavo Carlino. Contador público con 35 años de experiencia en auditoría y contabilidades, es socio de Moore Stephens - Suárez y Menéndez, que lleva más de 50 años brindando asesoramiento contable, tributario y de gestión a las empresas argentinas. Gustavo es director del departamento de consultoría y está especializado en instituciones financieras, empresas con insolvencia y procesos de quiebra.

Cristina Carrillo. Cuenta con más de 25 años de experiencia en el sector financiero, primero en PriceWaterhouse y después en la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) de España. Entre 2002 y 2011 se desempeñó como subdirectora de Educación Financiera y del Inversor en la CNMV y como coordinadora técnica del Plan Nacional de Educación Financiera CNMV - Banco de España. En 2011 se traslada a Argentina y funda Addkeen Group, firma especializada en inclusión financiera y desarrollo sostenible. Es conferencista y autora del libro de divulgación económica *Peter Pan no se quiere jubilar*. Es licenciada en Administración de Empresas y en Derecho por el ICADE (Madrid).



Hernán Corral. Es licenciado en Administración y Económicas por la Universidad de Buenos Aires y tiene un MBA por la Universidad Torcuato di Tella. Desde 2007 ha desempeñado diversas posiciones en MercadoPago, la empresa de MercadoLibre encargada de brindar soluciones para las transacciones digitales.

Máximo Díez. Con más de diez años de experiencia en el ámbito de la comunicación digital, Máximo es Director de Marketing y Comunicación de Wanap, primer banco 100% digital de Argentina. Cuenta con amplia experiencia emprendedora y de gestión de proyectos en diferentes empresas relacionadas con la creatividad y la comunicación digital.



Andrés Pablo Fleischer. Jefe de Operaciones para Latinoamérica de **Ripio** y responsable de operaciones de **Ripio Credit Network**. Ripio es la plataforma de compraventa de bitcoins con más usuarios de Argentina, agrupa a un colectivo de emprendedores que busca avanzar en la inclusión financiera y democratizar la economía digital en América Latina. Andrés cuenta con más de cinco años de experiencia en proyectos relacionados con blockchain y bitcoin.

Marcelo Fondacaro. Director Comercial de **VeriTran**, empresa especializada en soluciones de seguridad para la banca digital y los pagos móviles. Es licenciado en Sistemas y Administración de Empresas por la Universidad Argentina John F. Kennedy. Cuenta con más de 20 años de experiencia en proyectos de tecnología y negocios, en toda la región latinoamericana. Marcelo es un conferencista habitual en eventos sobre pagos móviles y banca digital.





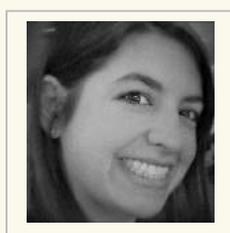
Clementina Giraldo. Ingeniera civil por la Escuela de Ingeniería de Antioquía, está comprometida con el desarrollo de la industria FinTech en Latinoamérica. Lideró el diseño e implementación de la política de emprendimiento de Colombia de 2008 a 2012, desde el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo de Colombia. Tiene experiencia en administración de fondos de innovación y desarrollo empresarial, y fue parte del equipo que lideró la creación de INnpulsa Colombia. Actualmente es ejecutiva principal de desarrollo productivo y financiero desde la oficina en Argentina de CAF. Es mentora de los programas de aceleración AgTech y FinTech de NXTP Labs.

Esther Gitonga. Esther Gitonga is responsable de Educación del Inversor y Sensibilización Pública de la *Capital Markets Authority* de Kenia. Acredita una amplia experiencia en el sector financiero, tanto en instituciones públicas y privadas como en el tercer sector. Es licenciada en Administración y Dirección de Empresas y tiene un Master en Dirección Estratégica de la Jomo Kenyatta University of Agriculture and Technology, además de cursos de postgrado en Recursos Humanos (Kenya Institute of Management), Relaciones Públicas y Servicio al Cliente (Nairobi Institute of Business Studies) e Inversiones.



Diego González. Fundador y director general de [PuntoCero](#), un multimedios independiente que integra un portal de noticias junto a una plataforma de radio online. Diego es comunicador visual y social, emprendedor y asesor en comunicaciones. Colabora como conductor en CRAC, un concepto multimedia enfocado en conectar a la comunidad emprendedora. Es Técnico en Comunicación Visual y Diseño Gráfico, y Licenciado en Comunicación Social por la UCES.

Jorge Larravide. Gerente comercial en Red Link, obtuvo el Premio Mercurio 2013 a la excelencia en Marketing en la categoría de Servicios Financieros (otorgado por la Asociación Argentina de Marketing). Jorge es conferencista en congresos nacionales y regionales sobre marketing, web banking y medios de pago, entre otros temas. Antes de incorporarse a Red Link en 2007 desempeñó puestos de responsabilidad en áreas comerciales de HSBC Bank Argentina y Banco Santander Río. Jorge es contador público y licenciado en Ciencias Económicas por la UBA, tiene un postgrado en Gestión de Marketing (UBA) y una Diplomatura en Gestión Gerencial por el Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA).



Maia López. Gerente de Addkeen Group. Su trayectoria comprende casi una década en puestos de responsabilidad en empresas (como Responsable de Pagos Nacional de Tesorería en Mapfre Argentina) y OSC, como Coordinadora General de la Asociación Civil Avanzar (microcréditos y capacitación). Coordinó el proyecto del FOMIN-BID y Avanzar Tecnologías para la Inclusión Financiera y Comercial en Villas de Emergencia. Maia es Diplomada en Microfinanzas por la UCA.



Marcela Marincioni. Directora de Marca y Comunicación de Findo Latam. Marcela es licenciada en Ciencias de la Comunicación Social (UBA) con posgrados en Management (Concordia University, Canadá) y Negocios Digitales (Universidad de San Andrés). Tiene 10 años de experiencia en desarrollo de negocios “mobile” en mercados emergentes de África y Latinoamérica con la empresa de telecomunicaciones Millicon. Integra el equipo emprendedor de Findo, startup de inclusión financiera.

Diego Nunes. Abogado en Estudio Nunes & Asociados. Licenciado en Derecho por la Universidad del Museo Social Argentino, con postgrado en Derecho Ambiental por la Universidad Austral. Además de su desempeño profesional, con atención a clientes nacionales e internacionales, Diego es presidente de CADMIRA Joven y asesor de FECOBA, y colabora en el desarrollo de proyectos con Al Marifat Education Consultants y Eco Innova SRL.



Javier Pederzoli. Modera el Grupo de Medios de Infraestructuras de Pago de la Mesa de Innovación del BCRA, que integran los bancos y las fintech de Argentina. Se desempeña en la Gerencia de Sistemas de Pago, trabajando en la reglamentación de los instrumentos y medios de pago (PEI, DEBIN, entre otros). Formó parte del equipo que implementó los estándares internacionales aplicables a infraestructuras del mercado financiero (el MEP - medio electrónico de pagos - las cámaras compensadoras y las redes de cajeros automáticos). Es licenciado en Administración de Empresas y Contador Público Nacional por la UBA, y Experto en Mercado de Capitales por Instituto Argentino de Mercado de Capitales.



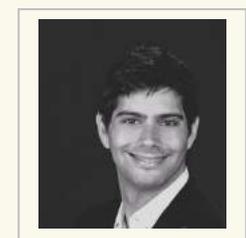
Nicolás Rombiola. Especialista en las áreas de Finanzas y Seguros, es cofundador y socio de [Ikiwi México](#), comparador de productos y servicios del sector FinTech, y de la recientemente creada [Ikiwi Colombia](#). También es Responsable SEO de FinancialRed, desde el año 2009. Nicolás es Contador Público Nacional y Actuario por la Universidad de Buenos Aires, donde también realizó la Maestría en Gestión Estratégica, Marketing Digital y Negocios por Internet.



Rafael Soto. CEO de [Ualá](#), la primera app que brinda la posibilidad de tener una tarjeta prepaga MasterCard, aún sin tener cuenta bancaria. Antes de unirse a Ualá, Rafael ocupó diversos puestos de responsabilidad en TGLT. Es licenciado en Económicas por la Universidad de San Andrés, MBA por la Harvard Business School y está acreditado como Chartered Financial Analyst (CFA Institute).



Diego Varela. Cuenta con una larga experiencia en distintas entidades como Banco Hipotecario, donde estuvo a cargo del área de Servicio al Cliente durante diez años antes de cofundar [Findo Latam](#) en 2016. Findo desarrolla soluciones digitales de finanzas inclusivas para ampliar el acceso al crédito. Diego es licenciado en Sociología por la Universidad de Buenos Aires, graduado en Gerenciamiento Bancario por la Universidad Torcuato di Tella y Master en Generación y Análisis de Información Estadística por la Universidad Nacional Tres de Febrero.



ORGANIZADORES



Addkeen Group

Firma organizadora y patrocinadora del evento

Nace en 2013 en Argentina, por el impulso de un equipo español-argentino con dilatada experiencia en entornos institucionales y corporativos.

La compañía desarrolla programas y estrategias para el refuerzo del tejido social y económico, con especial foco en la inclusión financiera y digital de personas y emprendedores.

Además de los proyectos implementados para entidades públicas y privadas, Addkeen promueve junto a Moore Stephens Argentina la red [NETeventos](#), espacio de reunión y capacitación para profesionales interesados en impulsar el ecosistema emprendedor y de negocios.

www.addkeen.net



Ikiwi México

Firma colaboradora

Empresa Fintech dedicada a la promoción financiera para personas que buscan préstamos, tarjetas de crédito y productos de inversión, en México y, desde finales de 2017, también en Colombia.

Ikiwi es un servicio de comparación que conecta a compañías financieras con personas que necesitan de un producto o servicio de financiación o inversión.

www.ikiwi.com.mx



Moore Stephens Argentina

Firma colaboradora

Moore Stephens Argentina Suárez & Menéndez inicia sus actividades en 1965. Desde entonces asesora a sus clientes en casi todos los sectores de la economía y en las áreas relacionadas con su gestión económica y financiera.

Desde 1994 es miembro de Moore Stephens Internacional Ltd., una red internacional con sede en Londres, fundada en 1907, que se ubica en la actualidad entre las 12 firmas más importantes del mundo.

<http://www.suarez-menendez.com/>