



UAI

Universidad Abierta Interamericana

Facultad de Ciencias Económicas

Sede Rosario - Campus Roca

Carrera: Contador Público

Julio 2023

Trabajo Final de Carrera

Falta de acceso a los servicios financieros: las Fintech vs el sistema financiero tradicional

Pos Pandemia Caso Ualá

Estudiante: Luciana Tramontin

TUTOR DE CONTENIDO: MARCELO POZZI
TUTOR METODOLÓGICO: MAGDALENA CARRANCIO

Índice de contenidos

Resumen	4
Agradecimientos.....	5
Introducción.....	6
Objetivos.....	8
1. Problemática	9
1.1 Escasez de conocimiento financiero en Argentina	9
1.2 Diferencia entre inclusión financiera y bancarización.....	10
1.3 Alta penetración del efectivo como medio de pago en Argentina	11
2. Conceptualización	13
2.1 ¿Qué son las Fintech?	13
2.2 El fenómeno que cambia la forma de usar el dinero.....	13
2.3 Las nueve verticales.....	15
2.4 Evolución del sector Fintech desde su creación	21
2.5 La revolución de las billeteras	21
3. Las Fintech y el sistema bancario tradicional.....	23
3.1 La relación de la Banca Tradicional y las Fintech.....	23
3.2 Inclusión financiera.....	24
3.3 Definición de la educación financiera.....	26
4. La tecnología democratiza el acceso al sistema financiero	27
4.1 Transferencias 3.0	27
4.1.1. El plan «Transferencias 3.0»:.....	28
4.1.2. Beneficios para usuarios.....	28
4.1.3. Principales ventajas para los comercios	29
5. Las Fintech en la actualidad	30
5.1. ¿Cómo está formado el universo Fintech hoy en la Argentina?	30
5.2. Los desafíos	31
6. Caso UALÁ	32
6.1 Historia de Ualá	32
6.1.1 Los antecedentes del sistema financiero argentino	33
6.1.2. El inicio de Ualá como una pequeña startup	33
6.2 La visión de Ualá	34
6.3 La misión de Ualá	34

6.4 Productos de Ualá	35
6.4.1. Cuenta de Ahorros.....	35
6.4.2. Tarjeta débito MasterCard para pagos sin comisiones.....	35
6.4.3. Compras con la tarjeta de débito de Ualá.....	36
6.4.4. Pagos con el código QR	36
6.4.5. Transferencias	36
6.4.6. Pagos internacionales	36
6.4.7. Créditos	37
6.4.8. Inversiones	38
6.4.9. Ualá bis.....	38
6.4.10. Pagos con Link de pago	38
6.4.11. Pagos con mPOS	39
6.4.12. Comunidad Ualá.....	39
6.5. ¿Ualá es confiable?	40
7. Aula Ualá.....	41
7.1 Contenido disponible en Aula Ualá	41
Conclusión.....	43
Bibliografía.....	45

Resumen

El presente trabajo es un Estudio de Caso cuali-cuantitativo que analiza la falta de acceso que tienen las personas a los sistemas financieros tradicionales, cuáles son sus causas y consecuencias.

La pandemia de COVID-19 y el aislamiento generaron un escenario de condiciones únicas para que miles de personas se volcaran al uso de medios electrónicos de pago y comenzaran a dar sus primeros pasos en distintas herramientas financieras digitales, rompiendo paradigmas culturales muy arraigados en torno al uso de dinero en efectivo.

El grado de informalidad en la economía argentina se presenta como una barrera de entrada al sistema financiero. En este sentido, se observan los cambios producidos en las Fintech a partir de la pandemia generada por el COVID 19. En particular se procura analizar el impacto de las diferentes acciones desarrolladas por Ualá en la inclusión financiera de las personas en Argentina, a través de la eliminación de distintas barreras que limitan tanto el acceso como el uso (oferta y demanda) de productos financieros.

Palabras clave: fintech, inclusión financiera, educación financiera, Ualá, Aula Ualá

Agradecimientos

A mi madre, por el apoyo incondicional y su cariño infinito.

A Yasmila, por sus valiosos comentarios y sugerencias en cada etapa del trabajo, pero por sobre todo, por la contención emocional.

A papá y a Lucas, por sus pocas pero justas palabras, por estar al pie del cañón.

A mis abuelas, por ser siempre una fuente inagotable de amor y motivación.

A Diego, por la compañía y el impulso a seguir.

Introducción

Las tecnologías financieras, conocidas hoy en día como Fintech, han venido a revolucionar las finanzas tradicionales tanto a usuarios particulares como a empresas durante la pandemia generada por el COVID-19. El fenómeno Fintech llegó para quedarse, ya que no se trata de una moda pasajera como pudimos suponer años atrás: estas empresas de origen digital constituyen un ecosistema que en su mayoría está integrado por compañías nuevas e innovadoras que llegaron para democratizar los servicios financieros.

Es difícil cuantificar la cantidad de empresas Fintech que tenemos en la actualidad porque la cifra crece constantemente. El informe realizado en abril del 2023 por la Alianza Fintech Iberoamérica detalla que existen, al menos, 1.635 empresas fundadas solo en territorio latinoamericano¹.

Esta atmósfera resulta entonces muy interesante para analizar cómo se comporta la sociedad frente a una oferta de tal magnitud. Pero, ¿en qué consiste exactamente el negocio de las Fintech y cuál es su propuesta? Estas empresas se dedican a intermediar en el mundo de las finanzas en múltiples aspectos, desde las transferencias de dinero y los préstamos, hasta el asesoramiento financiero y de inversiones.

Las Fintech son el futuro del sistema financiero a raíz de que se dieron las condiciones perfectas para su surgimiento y posterior estabilidad: el descrédito del sistema tradicional, la crisis financiera, el crecimiento de la tecnología, la especialización. Asimismo, todo esto se acentuó con la pandemia del COVID 19 que, de manera abrupta, obligó tanto a empresas como a particulares a servirse aún más de los soportes tecnológicos para la vida diaria.

En consecuencia, surge uno de los interrogantes investigados: ¿Cómo impactan las Fintech en el sistema financiero tradicional? Según datos de Global Findex (2017), el estudio más amplio en materia de inclusión financiera y que es desarrollado por el Banco Mundial, en el año 2017 aproximadamente la mitad de la población adulta mundial no tenía acceso a los servicios financieros prestados por instituciones financieras reguladas.

¹ Albuquerque, Antonio. (2023). *Estudio revela cantidad de Fintech nacidas en Latinoamérica: ¿qué países aportan más al listado?* <https://dfsud.com/america/estudio-revela-cantidad-de-fintech-nacidas-en-latinoamerica-que-paises>

A su vez, el informe resaltaba que dos tercios de dichos excluidos contaban con un teléfono móvil con acceso a internet.

Frente a este panorama de escaso acceso a los productos financieros, pero de intenso uso de dispositivos móviles surge Ualá, una compañía de tecnología que ofrece un ecosistema de soluciones financieras para mejorar la vida de las personas en Latinoamérica. El emprendedor argentino Pierpaolo Barbieri creó y lanzó Ualá en Argentina en octubre de 2017 con el objetivo de impulsar la inclusión financiera en América Latina. Posteriormente, en 2020 desembarcó en México y en 2022 en Colombia.

Como el sistema financiero tradicional se enfoca en mejorar sus productos y servicios para sus clientes más exigentes y, a menudo más rentables, excede las necesidades de algunos segmentos y descuida las de otros. Es por esto que Ualá y otras empresas del espacio Fintech están comenzando a ser más relevantes, ofreciendo productos que facilitan el acceso al sistema financiero para aquellos segmentos desatendidos.

En consonancia con su misión, Ualá lanzó en febrero de 2022 una plataforma gratuita de educación financiera denominada *Aula Ualá*, que ha sido lanzada en los tres países donde opera la compañía. Esta persigue un único propósito: ayudar a las personas a aprender sobre finanzas de forma digital y gratuita, sean o no usuarios de Ualá.

Objetivos

- Describir la relación entre las Fintech y el sistema bancario tradicional argentino.
- Indagar sobre la normativa existente aplicable a las financieras tecnológicas.
- Analizar el impacto de distintas acciones desarrolladas por Ualá en la inclusión financiera de las personas en Argentina.
- Describir cómo la nueva normalidad en la era pos pandemia impacta en el desenvolvimiento de Ualá.
- Referir sobre la percepción de los usuarios, y potenciales usuarios, respecto al uso y desarrollo de las Fintech.

1. Problemática

1.1 Escasez de conocimiento financiero en Argentina

Según un informe realizado por el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) y el Banco Central de la República Argentina en 2017², la Argentina se ubica entre los países con menor conocimiento y actitud financiera a nivel mundial: ocupa el puesto 37 de 39 economías.

En consonancia, la última Encuesta Nacional de Gasto de los Hogares arrojó que en nuestro país el 69% de la población solo utilizaba efectivo como medio de pago, ascendiendo hasta el 86% para la población de menores ingresos (INDEC, 2020).

Sin embargo, en Argentina, el porcentaje de población adulta con acceso a cuentas bancarias es muy elevado y en línea con el de los países de altos ingresos. Según el Informe de Inclusión Financiera del Banco Central de la República Argentina (BCRA, 2022), la cobertura de cuentas bancarias y/o de pago alcanzó a casi la totalidad de la población adulta (99,3%) a finales de 2022.

Un estudio realizado por la consultora Trendsity sobre inclusión y educación financiera en América Latina³ revela que desde la irrupción de la pandemia en marzo de 2020 uno de cuatro usuarios comenzó a comprar con medios digitales de pago y uno de cada tres comerciantes empezó a aceptarlos. No es un dato menor que ese desarrollo a nivel regional fue impulsado principalmente por los niveles socioeconómicos medios y bajos y por los jóvenes menores de 24 años. La Argentina obtuvo una calificación superior al promedio (34% y 31%) liderando en términos de conocimientos financieros junto con Chile. Asimismo, la Argentina aparece como el país con mayor cantidad de cuentas bancarias: un 99% de los adultos las posee.

No obstante, eso no es un indicador de uso de herramientas financieras: gran parte de ellos solo las utilizan para extraer efectivo una vez al mes. Tampoco es señal de buen nivel de conocimientos financieros. Estos datos demuestran que el acceso a productos bancarios no alcanza por sí solos para lograr efectivamente la inclusión financiera, sino que es necesario que sean acompañados por políticas y/o programas que promuevan su utilización. El informe de Trendsity destaca que si bien las apps y otras herramientas

² Iglesias, M. y Mejía, D. (2018). *Encuesta de medición de capacidades financieras en Argentina: año 2017*. Banco Central de la República Argentina.

³ Meañes, Fernando. (2021). *Educación financiera: la Argentina está mejor que otros países de la región pero su brecha de género es mayor*. Trendsity.

trajeron “un efecto positivo en la inclusión”, todavía queda mucho por delante si se considera que 7 de cada 10 personas bancarizadas aún carecen de conocimientos financieros básicos.

Una herramienta clave en este camino de la inclusión financiera es promover los conocimientos financieros en todas las personas, fundamentalmente en los grupos vulnerables: personas de menores ingresos, personas con pocos años de estudios, adultos mayores, trabajadores del sector informal, jóvenes, excluidos por género, emprendedores, pymes, migrantes y refugiados, entre otros.

1.2 Diferencia entre inclusión financiera y bancarización

Mientras que la bancarización implica solamente acceder y poseer una cuenta bancaria (en Argentina sería una Cuenta Corriente o Caja de Ahorro), la inclusión financiera es un concepto más amplio y multidimensional. Para analizar inclusión financiera debe analizarse la bancarización, pero también el acceso a distintos productos financieros (además de cuentas bancarias) y el nivel de utilización.

Por todo esto, es posible afirmar que:

A) Una persona puede estar incluida financieramente sin la necesidad de tener una cuenta bancaria. A diciembre de 2021, casi el 4% de la población adulta argentina poseía únicamente una cuenta de pago (PSP) y ninguna cuenta bancaria. Resulta necesario aclarar que un proveedor de servicios de pago (PSP) no es una entidad financiera, sino que es una persona jurídica regulada por el BCRA. En este sentido, el impacto del sector Fintech es cada día más importante y trascendental en la forma en que una persona puede vincularse con el sistema financiero.

B) Una persona puede tener una cuenta bancaria, pero no estar incluida financieramente porque no la utiliza. Mariano Biocca, director ejecutivo de la Cámara Argentina Fintech, analizó el presente del sector y brindó algunas cifras al respecto:

“En Argentina hay aproximadamente 130 millones de cuentas, de las cuales 100 millones son CBU y 30 millones son CVU. Lo interesante es que, de esas, sólo el 10% está activa y de ese 10%, la mitad son virtuales. El 50% de todo el volumen que se transacciona va desde o hacia una CVU”⁴

⁴ Biocca, Mariano. (2022). *El crecimiento no va a parar*. Cámara Argentina de Fintech.

La inactividad de decenas de millones de cuentas bancarias puede provenir de tres motivos:

- Una persona puede tener muchas cuentas bancarias abiertas en un mismo banco, por ejemplo cajas de ahorro en dólares o cuentas corrientes, pero no las utiliza porque para sus gastos cotidianos le alcanza con una caja de ahorro en pesos.
- Una persona puede tener muchas cuentas bancarias abiertas en distintos bancos, pero utilizar solamente uno como banco de cabecera.
- El tercero se debe a un fenómeno muy extendido en la Argentina: la sub-bancarización. En ese universo se incluye a millones de personas que poseen una cuenta bancaria para cobrar cada mes un salario, una jubilación o un plan social, pero no por eso están bancarizadas. Se trata de personas que, por lo general, retiran sus fondos de esa cuenta a principios del mes y se mueven exclusivamente en efectivo.

1.3 Alta penetración del efectivo como medio de pago en Argentina

En un país con altos niveles de informalidad y evasión, uno de los obstáculos es el uso del efectivo. En Argentina es el medio de pago con mayor penetración. Así lo informa el último dato oficial disponible: la Encuesta Nacional de Gasto de los Hogares, que fue publicada en 2018 y actualizada en 2020 (INDEC, 2020). La misma arrojó que el 69% de la población solo utilizaba efectivo como medio de pago, ascendiendo hasta el 86% para la población de menores ingresos.

No obstante, un estudio publicado en junio de este año (2023) por la firma MasterCard sobre la inclusión financiera⁵, realiza grandes aportes para esta investigación. Según el relevamiento realizado en dicho estudio, si bien la mayoría de los encuestados tuvo acceso a productos financieros básicos entre 2020 y 2023, el 21% todavía está excluido. Aunque el uso de efectivo para los gastos de todos los días disminuyó en favor de los métodos de pago digitales, los consumidores viven en una era en la que el efectivo convive con los métodos de pagos digitales. El 25% de los consultados respondió que,

⁵ MasterCard y Américas Market Intelligence. (2023). https://www.mastercard.com/news/media/wrjmp2fv/report_esp_ami_mastercard_financial_inclusion_post_covid_es.pdf?cmp=2025.q2.lac.latam.fis.dir-res.prod.na.spa-regional-press-release.56798.oweb.txt.others.es

antes del COVID-19, usaban efectivo para cubrir más del 75% de sus gastos mensuales; en 2023 este número bajó a 15%.

2. Conceptualización

2.1 ¿Qué son las Fintech?

Las Fintech son empresas que utilizan la tecnología para ofrecer productos y servicios financieros de manera innovadora⁶. Estas compañías aprovechan los avances tecnológicos, como aplicaciones móviles, plataformas en línea y algoritmos, para ofrecer servicios financieros más eficientes, accesibles y personalizados. Algunos ejemplos de servicios Fintech incluyen pagos móviles, préstamos en línea, asesoramiento financiero automatizado, crowdfunding y criptomonedas.

En el año 2017, el término Fintech recién comenzaba a estar en el vocabulario de los argentinos: es una conjunción en inglés que deriva de las palabras finanzas y tecnología (Financial and Technology). Incluso, hasta octubre de ese año ni siquiera existía la Cámara Argentina de Fintech, creada a finales de ese mes por 13 miembros fundadores. Desde ese momento, la industria avanzó a pasos agigantados.

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

2.2 El fenómeno que cambia la forma de usar el dinero

Las Fintech cambiaron la forma de usar el dinero y las finanzas personales⁷. Prueba de este fenómeno son los números. Desde 2017, el sector creció a un ritmo promedio del

⁶ Maestre, Raúl Jaime. (2022). *Qué es Fintech y por qué es el futuro de las finanzas*. IEBS. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-fintech-finanzas/>

⁷ Reinhold, Melisa. (2022). *Revolución Fintech: el fenómeno que cambió la forma de usar el dinero y las finanzas personales*. La Nación.

45% anual; en 2021 finalizó con casi 20.000 empleos directos. Para dimensionar, el sistema financiero emplea a 102.000 personas, según información del Banco Central.

La pandemia del COVID-19 aceleró aún más la tendencia en tiempos donde la digitalización cobró una relevancia nunca antes vista. Los códigos QR para pagar con billeteras virtuales pasaron a estar en la mayoría de los comercios; invertir en criptomonedas dejó de tener una concepción lejana y hasta acceder a un crédito personal se volvió más sencillo. En 2022, el ecosistema Fintech estaba compuesto por unas 330 compañías, de las cuales el 10% nació en el año 2021.

Mariano Biocca, coordinador general de la Cámara Argentina Fintech, realizó una radiografía del sector en el país y en la región, con números que grafican su crecimiento y una mirada sobre cómo estas firmas facilitan la inclusión financiera para muchas personas. Al analizar el impacto de la pandemia en el sector, Biocca sostuvo:

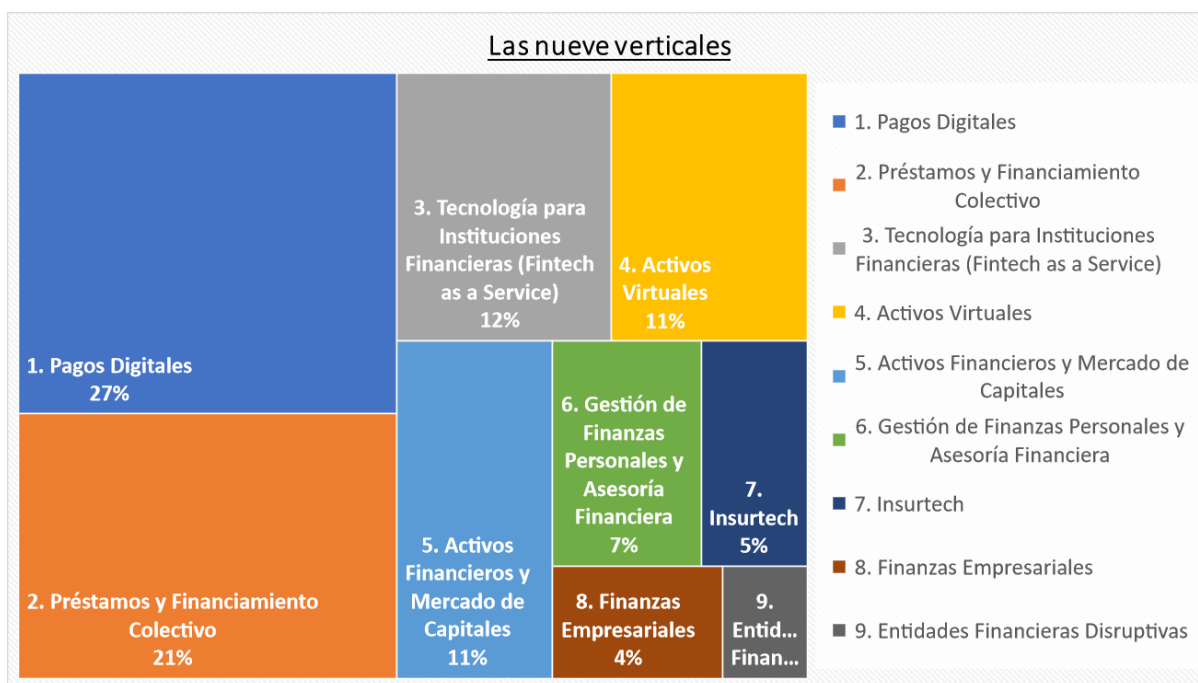
“Es interesante porque, así como para la economía en conjunto la pandemia representó un golpe muy fuerte, el sector Fintech de alguna manera siguió creciendo. Y no porque se crearon soluciones para la pandemia, sino que ya existían y la pandemia provocó una necesidad de acceder a esas soluciones. En billeteras y links de pagos, se vio una adopción masiva y se vio una aceleración en el crecimiento de esas empresas. El mayor crecimiento fue el de las industrias de pago, seguidas por empresas de crédito”.

*“El sector Fintech es muy diverso en sus tipos de empresas, hay algunas que hacen pagos, otras dan crédito, otras inversiones, otras cripto. La tecnología es la plataforma y sobre ella conviven los servicios financieros”.*⁸

⁸ Biocca, Mariano. (2021). *El sector siguió creciendo en la pandemia*. Ámbito.
<https://www.ambito.com/ambito-biz/ambito-biz/mariano-biocca-el-sector-siguio-creciendo-la-pandemia-n5307486>

2.3 Las nueve verticales

Según la Cámara Argentina de Fintech, las firmas del sector se pueden agrupar en nueve verticales, de acuerdo con la actividad que desarrollen: pagos digitales, que representan el 27% del total; créditos (21%) proveedores tecnológicos (12%); servicios Fintech B2B, es decir, entre empresas (11%); blockchain y criptoactivos (11%); inversiones (7%); insurtech o seguros (5%); financiamiento colectivo (4%); y seguridad informática (2%).



Elaboración propia. Fuente: Cámara Argentina de Fintech.

Cada una de los nueve verticales Fintech permitieron que los usuarios tomaran el control de sus propias finanzas a través de un teléfono celular: pagar un servicio público, acceder a un crédito, invertir por primera vez. Y, por sobre todas las cosas, empezar a construir un historial crediticio, paso fundamental en un proceso genuino de inclusión financiera.

El gráfico anterior visibiliza cómo está compuesta la industria Fintech: se verá que las verticales de pagos y créditos son las protagonistas y que a estas les siguen la gestión financiera empresarial, insurtech y Fintech as a service.

Pagos digitales

La industria de pagos digitales es una de las más desarrolladas dentro del ecosistema Fintech. Se busca una mejora en la experiencia del usuario, a un menor costo y en una menor cantidad de tiempo invertido. Del mismo modo, tener mayor concentración de productos dentro de un mismo sistema para agilizar la mayoría, si no todas, las necesidades de pago y transferencias diarias.

Los pagos en billeteras digitales tomaron protagonismo durante el último año⁹, como consecuencia del aislamiento y los cuidados en torno al Covid-19. Las medidas de aislamiento social obligatorio preventivo para prevenir el contagio del coronavirus COVID-19 en todo el mundo generó el aceleramiento exponencial de procesos relacionados al mundo financiero y tecnológico.

De este modo, el «encierro» impulsó en gran medida el crecimiento de diversos medios de pago digitales, un aspecto que terminó por imponerse como una tendencia que llegó para quedarse.

La utilización de plataformas digitales, billeteras virtuales y otras herramientas online para la realización de todo tipo de trámites alcanzó el 59,3%, y cerraron el 2020 con un alza de 23,1% respecto a la cifra registrada el año anterior, según un informe elaborado por la compañía de servicios financieros virtuales Moni.

Préstamos y financiamiento colectivo

También conocido como “crowdfunding” o micromecenazgo, es un mecanismo de financiamiento alternativo y mancomunado de proyectos. Desarrollado a través de plataformas virtuales, el crowdfunding conecta a personas que tienen un proyecto con personas que quieran financiarlo. Usualmente se presenta como un medio de “venta anticipada” de algún producto del que no se puede costear su producción inicial. Estas plataformas se caracterizan por su bajo costo y por la posibilidad de alcanzar a grandes multitudes de inversores independientes¹⁰.

Fintech as a Service

La transformación digital tiene una forma de cambiar no solo la tecnología, sino toda la forma en la que se realiza los negocios hoy en día. Es así como las empresas están

⁹ Cámara Argentina de Fintech. (2021). *Pagos digitales en la Argentina: el 60% de las operaciones ya se realizan bajo esta modalidad*. <https://camarafintech.org/pagos-digitales-en-la-argentina-el-60-de-las-operaciones-ya-se-realizan-bajo-esta-modalidad/>

¹⁰ Somos nosotras. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/somos_nosotras_fintech.pdf

apuntando en adoptar modelos tecnológicos de software que cambian la forma de operar las industrias, desde sus funciones principales y mejorar la rentabilidad.

El reciente aumento de la popularidad de los pagos digitales, los préstamos digitales, los seguros, la gestión patrimonial o el asesoramiento automático ha aumentado aún más la necesidad de una banca respaldada por tecnología. Es así como se conoce un nuevo modelo de Fintech llamado *as a Service*, el cual permite a las empresas financieras en poder optimizar sus procesos de extremo a extremo, asegurando la ejecución integral del servicio comercial.

En este modelo las Fintech colocan a disposición las conexiones para cualquier tipo de banco y el cual se conecta para utilizar los servicios. Siendo un modelo de atención que pone al alcance de los consumidores herramientas digitales financieras creadas por los propios bancos o en conjunto con empresas Fintech, organizaciones que encuentran en la innovación tecnológica su principal bastión.

Además, los bancos cuentan con una licencia que permite operar todo tipo de servicios financieros regulados (cuentas, créditos, seguros, arrendamientos e inversiones en bolsa). Asimismo, los bancos abren sus API's (interfaces que permiten conectarse a sus sistemas) a fintechs y startups, lo que habilita para ofrecer sus servicios o apalancarse de la infraestructura tecnológica que los hace posibles.

El resultado de todo ello son experiencias digitales financieras de vanguardia que buscan ofrecer servicios personalizados, de fácil uso y con una excelente experiencia de usuario¹¹.

El financiamiento en esta categoría creció 25 veces y el número de empresas se disparó de 69 a 244 este año. Uno de los principales motivos es que todas las empresas quieren ofrecer servicios financieros para capitalizar, monetizar y fidelizar a sus clientes, tanto consumidores como comercios. Es un motor clave detrás de Open Banking, BaaS, BaaS y Finanzas Embebidas.

Activos virtuales

Las “criptomonedas” son un tipo de moneda digital que utilizan la tecnología blockchain (cadena de bloques) para resguardar sus saldos. En la cadena blockchain se genera un registro único e inmutable, como si fuera un libro contable, pero mucho más

¹¹ Fintech Latinoamérica. (2021). <https://fintechlatinoamerica.com/fintech-as-a-service-que-es-caracteristicas-y-beneficios/>

seguro porque no se pueden borrar los datos. Las criptomonedas pueden tener funciones similares a las del dinero aunque su aceptación todavía es limitada. Al no ser reconocidas como monedas de curso legal hoy en día se utilizan más como inversión que como medio de pago.

Activos financieros y mercado de capitales

Un activo es algo que tiene valor o puede generar ingresos. Un activo financiero es un documento o título emitido por una empresa, o banco, o institución privada o pública, cuyo comprador o propietario espera que le produzca un rendimiento. Así como para el comprador el título representa un activo porque es un derecho a cobrar alguna suma, para el emisor es un pasivo que representa una obligación de carácter económico con quien adquiere el activo y espera recibir una renta o un retorno por la inversión realizada¹².

En el Mercado de Capitales¹³, los instrumentos básicos de negociación son los bonos y las acciones, cuyo finalidad es financiación a mediano y largo plazo, no obstante, también pueden efectuarse operaciones a plazos inferiores al año, como el descuento de cheques con pago diferido, las cauciones, las opciones, otros derivados. En la Argentina, estas operatorias se llevan a cabo a través de los agentes de bolsa en el sistema bursátil y los agentes extrabursátiles en el mercado abierto electrónico. Principalmente, los instrumentos financieros que se negocian en este mercado son: Títulos públicos emitidos por la Nación, Provincias, Municipios o Entidades autárquicas; Títulos privados como obligaciones negociables, títulos de deuda y certificados de participación en fideicomisos financieros; Acciones; Compra y Venta en firme a futuros sobre títulos y acciones; Opciones financieras. Es dable, un mayor desarrollo de otros instrumentos financieros en el Mercado de Capitales, como el de las cédulas hipotecarias y otros también relacionados con actividades productivas específicas.

La función básica del sistema financiero y de los mercados de capitales es la de conectar a los ahorristas con excedentes de capital, con aquellos que necesitan fondos para realizar sus inversiones. Esta asignación de recursos implica un correcto funcionamiento del sistema de precios —tasas de interés—. En la medida que los mercados tengan mayor eficiencia, los precios incorporan la información económica

¹² ¿Qué son activos financieros y para qué se utilizan? <https://www.expansion.com/economia-para-todos/economia/que-son-activos-financieros-y-para-que-se-utilizan.html>
<https://www.expansion.com/economia-para-todos/economia/que-son-activos-financieros-y-para-que-se-utilizan.html>

¹³ Tapia, Gustavo. *Mercado de capitales y sistemas financieros*. Thomson Reuters Checkpoint.

financiera relevante y los riesgos asociados que implican expectativas inciertas sobre el futuro. Un mercado eficiente, debe transmitir los rendimientos y los riesgos aceptables sobre la base de los rendimientos esperados y también debe contemplar los riesgos que no se desean asumir. En los momentos más álgidos de una crisis económica, se produce situación de distorsión, donde el riesgo se dispara, desaparece la liquidez, no existen precios representativos y resulta difícil realizar transacciones en los mercados financieros y de capital. Esto puede significar situaciones de pánico financiero en la que se manifiestan fugas de depósitos, caída de la actividad económica, fuga de capitales, altas tasas de inflación, movimientos abruptos en las tasas cambiarias, corridas bancarias, como lo muestran las crisis económicas financieras más trascendentes a lo largo de la historia.

Gestión de finanzas personales y asesoría financiera

El destino económico de una persona está ampliamente relacionado con la manera en cómo maneja sus finanzas personales. Las finanzas personales son la administración de dinero que una persona hace para manejar su propia economía individual de forma eficiente. Consta de todas las acciones para ahorrar y gastar razonablemente el dinero que posee, considerando aquellos eventos que podrían ocurrir y afectar de manera negativa los recursos monetarios del individuo.

Las finanzas individuales contemplan también los bienes que tiene una persona bajo su poder, como fondos de ahorro, seguros, créditos y cualquier tipo de inversión monetaria en general. Con lo cual, la forma de gestionar todo el dinero que se posee, independientemente de cómo esté materializado, forma parte de la economía individual de cada persona.

Pablo García Estévez, profesor de finanzas en CUNEF Universidad, describe la asesoría financiera como un "servicio de información, que recomienda y ofrece posibilidades, nunca obliga". Para realizar esta labor es necesaria mucha información bidireccional: por un lado, sobre las necesidades, posibles riesgos y perfil del cliente; por el otro, sobre productos en el mercado que se puedan ajustar a cada caso concreto. En el fondo, el asesor financiero es como un intermediario que pone en contacto oferta con demandas personales.

Insurtech

El término Insurtech es la combinación de dos palabras en inglés: *insurance*, que significa seguros, y *technology*, tecnología. Esta corriente ha nacido con el objetivo de adaptar las compañías de seguros tradicionales a los avances tecnológicos con los que contamos en la actualidad¹⁴. Ofrecen productos mucho más personalizados para dar respuesta a nuevas demandas de los consumidores.

Las insurtechs están cambiando el modelo de negocio de las aseguradoras, mejorando la experiencia del cliente, tanto en los productos como en el servicio. Implementan tecnologías emergentes como IA, IoT y blockchain, para aumentar la eficiencia y mejorar la cobertura de sus servicios.

Se esfuerzan por ofrecer seguros pensados para cada usuario haciendo al sector más atractivo al mercado debido a que se interesan por conocer y mejorar la experiencia del cliente. En este proceso la colaboración entre aseguradoras y *partners* ha sido crucial para su evolución.

Finanzas empresariales

Las finanzas empresariales, también llamadas finanzas corporativas, son el campo de acción de toma de decisiones respecto al valor del dinero dentro de una empresa. Se encarga de todas las decisiones de inversión, el control de los estados financieros, los planes a largo plazo, los presupuestos, la búsqueda de financiamiento, el control de riesgos, el análisis del mercado, las influencias de las tasas de interés y todas las matemáticas financieras que analizan los valores presentes de la institución y crean un plan de valor futuro.

Su objetivo principal es adquirir recursos económicos para la empresa y hacer uso de los mismos de la mejor manera posible, con la finalidad de disminuir el riesgo de la toma de ciertas decisiones financieras y lograr el desarrollo óptimo de la empresa.

Entidades financieras disruptivas

La transformación digital es indispensable hoy en día para el desarrollo de las entidades financieras en todo el mundo. La realidad de la economía actual demanda la generación constante de productos financieros disruptivos.

¹⁴ Insurtech Plus. (2022). *Insurtech vs. Fintech. Qué son, diferencias y ventajas*. https://insurtech.plus/insurtech-vs-fintech/#%C2%BFQue_es_una_Insurtech

Las empresas que no se adaptan a las posibilidades que ofrece la digitalización de sus negocios, son las que quedarán rezagadas en el competitivo mercado y tenderán a perder clientes progresivamente. Por ello es indispensable que las organizaciones inviertan recursos, desde su plan de desarrollo institucional, hasta la metodología de innovación para marcar un diferencial.

2.4 Evolución del sector Fintech desde su creación

Las billeteras digitales fueron uno de los verticales que cobraron mayor impulso. Según el informe de Global Payments Report, elaborado por FIS, la Argentina es el país latinoamericano que más adoptó este medio de pago, con un 12,4%, seguido por Perú (10%). Para 2025, se espera que las billeteras virtuales ganen terreno y representen el 23% de las transacciones totales de un local comercial, incluso más que el dinero en efectivo (21,7%).

Parafraseando a Mariana Franza, chief operating officer (COO) de Ualá, la economía del conocimiento tiene un alto potencial en la región, tanto en el presente como en el futuro. Entre el talento argentino y un mercado que genera un “vínculo virtuoso”, las empresas de la industria pueden atraer inversiones del extranjero y grandes capitales. “El país puede ser líder y tener la capacidad de pensar, crear y comercializar soluciones locales exportables que pueden ser útiles al resto del mundo” (Mariana Franza, 2020). Sin ir más lejos, en agosto de 2021, Ualá cerró una ronda de inversión serie D por US\$350 millones, que le permitió expandir sus equipos en la Argentina y México, y desembarcar en Colombia.

2.5 La revolución de las billeteras

Los pagos en billeteras digitales tomaron protagonismo durante el 2020, como consecuencia del aislamiento y los cuidados en torno al COVID-19. La utilización de plataformas digitales, billeteras virtuales y otras herramientas online para la realización de todo tipo de trámites alcanzó el 59,3%, y cerraron el 2020 con un alza de 23,1%

respecto a la cifra registrada el año anterior, según un informe elaborado por la compañía de servicios financieros virtuales Moni¹⁵.

En 2020 se generó una gran disrupción en la manera de comprar. En tiempos en los que la gente rehuía del dinero en efectivo para evitar los contagios de coronavirus, explotó la adopción de las billeteras virtuales y el pago a través de códigos QR. De acuerdo con un estudio que realizó UALA durante 2021 en cinco países de la región, uno de cada tres vendedores que usa herramientas de cobro digital las implementó durante el año de la pandemia.

Según Nicolás Andriano, head of product de la billetera digital TAP, el principal objetivo que tiene el ecosistema es que los servicios financieros lleguen a personas que los bancos tradicionales “no pueden o no están interesados en cubrir”. Sin embargo, en un país con altos niveles de informalidad y evasión, uno de los obstáculos es el uso del efectivo.

Desde el BCRA hubo “buenos proyectos” para incentivar la inclusión en el sistema financiero. Un ejemplo de ello fue Transferencias 3.0, iniciativa que llevó a cabo junto a las billeteras digitales, para que todos los códigos QR sean interoperables. Es decir, sin importar quién provea ese código, se puede pagar con cualquier billetera. Para la Cámara Fintech, esto permitió acelerar la adopción y potenciar el dinamismo del sector.

Otro ejemplo de cómo cambió la forma de invertir son las plataformas digitales, que permiten acceder a acciones, bonos y otras inversiones tradicionales. Así, sin costos de apertura o mantenimiento de cuenta, los pequeños ahorristas pueden operar en el mercado de valores.

Según Paula Premrou, CEO de Portfolio Personal Inversiones (PPI), esto democratizó el acceso a las inversiones financieras. *“No es solo mostrar productos, sino enseñar desde el origen; desde la raíz de por qué son importantes las finanzas personales para el desarrollo de la economía”*.

¹⁵ Cámara Argentina de Fintech. (2021). *Pagos digitales en la Argentina: el 60% de las operaciones ya se realizan bajo esta modalidad*. <https://camarafintech.org/pagos-digitales-en-la-argentina-el-60-de-las-operaciones-ya-se-realizan-bajo-esta-modalidad/>

3. Las Fintech y el sistema bancario tradicional

3.1 La relación de la Banca Tradicional y las Fintech

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

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

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

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

Miguel Ángel Pesce sostiene que uno de los cambios positivos de estas empresas es que lograron “que la gente no solo tenga cuentas virtuales sino que también hagan uso de esos instrumentos extensivos y que paulatinamente vayamos abandonando el uso del dinero en efectivo”. Al respecto, recordó que las estadísticas señalan que los argentinos

tienen en su poder más de US\$ 200.000 millones en billetes atesorados, lo cual indica que “no hay problema de ahorro en la Argentina sino de su transformación en inversión”¹⁶.

En contrapartida, “los bancos tuvieron que adecuarse a todos los cambios que dispuso el Banco Central por la pandemia y, además, adaptar sus sistemas digitales tratando de utilizar las Fintech dentro de su ecosistema. Primero encararon los impactos normativos y luego se enfocaron en modernizar sus canales digitales”, explica Daniel Marconi, director comercial de Mercado Financiero de Practia Global.

Los bancos tienen que repensar el modelo de atención, cómo serán las sucursales o los puntos de atención, qué queda en el canal digital y qué no puede dejar el físico, que en el futuro van camino a ser la boca para resolver exclusivamente asesoramientos complejos o los lugares donde se intercambian grandes sumas de dinero.

El desafío de ahora es cómo los bancos se integran al ecosistema Fintech, pensando en que los primeros tienen una arquitectura “pesada”, tanto desde lo normativo como de los grandes volúmenes de información que manejan. En este sentido, las Fintech tienen estructuras más ágiles, en la nube, y con menos volúmenes de información de lo que tiene un banco.

Por otro lado, en 2020 los bancos y las Fintech dejaron de mirarse como competidores y comenzaron a verse como mundos complementarios. Los bancos se dieron cuenta de que no iban a generar con la misma flexibilidad o velocidad las soluciones que generan las Fintech, y que estas tampoco tienen todos los productos que tiene un banco.

3.2 Inclusión financiera

La definición de inclusión financiera es un concepto relativamente actual que ha evolucionado a lo largo de los años y que, aún hoy, se encuentra en constante construcción y debate.

Las primeras definiciones ponían énfasis en una mirada unidimensional, con foco meramente en el acceso a servicios financieros formales (Carbó et al., 2005; Leyshon & Thrift, 1995). Con el tiempo, las definiciones comenzaron a tomar una mirada

¹⁶ Pesce, Miguel Ángel. (2021). “Las Fintech vinieron a poner una dinámica que no tenían los bancos”. Télam digital. <https://www.telam.com.ar/notas/202108/567008-pesce-las-fintech-vinieron-a-poner-una-dinamica-que-no-tenian-los-bancos.html>

multidimensional, tanto de acceso, uso, costo, calidad y bienestar (Allen et al., 2016; Beck & De la Torre, 2007; Demirgüç-Kunt et al., 2017; Demirgüç-Kunt & Klapper, 2013).

A continuación, se destacan algunas definiciones realizadas por distintas instituciones relevantes:

Para el Banco Mundial¹⁷, la inclusión financiera significa, para personas físicas y empresas, tener acceso a productos financieros útiles y asequibles que satisfagan sus necesidades —transacciones, pagos, ahorros, crédito y seguro— prestados de manera responsable y sostenible.

La Alianza Global para la Inclusión Financiera del G20 y el Grupo Consultivo de Ayuda a la Población más Pobre¹⁸ (CGAP, por sus siglas en inglés) definen a la inclusión financiera como un estado en el que todos los adultos en edad de trabajar tengan acceso efectivo a los siguientes servicios financieros prestados por instituciones formales: crédito, ahorro (definido en términos generales para incluir cuentas de transacciones), pago, seguros e inversiones (GPFI & CGAP, 2011). Y se puntualiza en que el acceso efectivo implica la prestación de servicios conveniente y responsable, a un costo asequible para el cliente y sostenible para el proveedor, con el resultado de que los clientes económicamente excluidos utilicen los servicios financieros formales en lugar de las opciones informales existentes.

La Alianza para la Inclusión Financiera, por su parte, afirma que la inclusión financiera es un concepto multifacético que debe definirse a partir de cuatro dimensiones: acceso, uso, calidad y bienestar. Por orden de complejidad, consideran al “acceso” como las capacidades para poder usar los servicios financieros formales disponibles. La “calidad” como la relevancia del servicio o producto financiero dentro de las necesidades del estilo de vida de los consumidores. El “uso” pone énfasis en la permanencia y profundidad de la utilización de servicios y productos financieros. Por último, el “bienestar”, el resultado más difícil de medir, es entendido como el impacto positivo que un dispositivo o servicio financiero ha tenido en la vida de los consumidores (AFI, 2010).

¹⁷ Banco Mundial. (2022). <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialinclusion/overview#1>

¹⁸ Cámara Argentina de Fintech. (2021). *Qué son las «billeteras virtuales» y por qué son favoritas de los argentinos: la usan más de la mitad*. <https://camarafintech.org/que-son-las-billeteras-virtuales-y-por-que-son-favoritas-de-los-argentinos-la-usan-mas-de-la-mitad/>

3.3 Definición de la educación financiera

La definición de educación financiera que utilizaremos en este trabajo de investigación fue desarrollada por la OCDE en 2005 y respaldada por los líderes del G20 en 2012:

“Educación financiera es el proceso mediante el cual los consumidores/inversores financieros mejoran su comprensión de los productos, conceptos y riesgos y, mediante información, instrucción y/o asesoramiento objetivo, desarrollar las habilidades y la confianza para ser más conscientes de los riesgos y oportunidades financieras, para tomar decisiones informadas, saber dónde acudir en busca de ayuda y tomar otras medidas eficaces para mejorar su bienestar financiero” (OCDE, 2005).

La educación financiera se puede describir a través de varias etapas dependiendo de la situación financiera, económica, individual o del hogar, y contextos sociales. Puede comenzar con nociones muy básicas, como el conocimiento de las características y el uso de productos financieros disponibles, progresando a otros más avanzados, que se ocupan del conocimiento de conceptos financieros y del desarrollo de habilidades y actitudes para el manejo de las finanzas personales en el corto y largo plazo.

4. La tecnología democratiza el acceso al sistema financiero

En los últimos años el uso de la tecnología fue evolucionando en distintas industrias y los diferentes sectores tuvieron que adaptarse. En el caso de las finanzas, la industria Fintech tiene un fuerte crecimiento no solo en Argentina, sino también a nivel mundial.

En una entrevista el BCR News dialogó con Ignacio Plaza, presidente de la Cámara Argentina de Fintech, quien aseguró que: “Los dispositivos móviles al alcance de casi todas las personas, con tecnología moderna y que pueden identificarnos de forma segura, permiten transferir valor, y que todos los servicios financieros, bancos, compañías de seguro, estén en nuestras manos” y esto representa “una oportunidad muy grande para sumar mucha gente que estaba fuera del sistema financiero”.¹⁹

En este contexto, muchos emprendedores aprovecharon esa oportunidad y formaron empresas y emprendimientos, un fenómeno mundial. En nuestro país, la Cámara Argentina de Fintech que se fundó a mediados de 2017, hoy agrupa más de 200 empresas.

Para el presidente de la Cámara Fintech, en relación al futuro de la banca indicó que “seguramente los bancos tradicionales se reconvertirán y tendrán sus versiones digitales”. La diferencia es que los bancos hacen intermediación financiera, la plata que ellos prestan no es de su propio capital, es la plata de los depositantes. En el caso de las Fintech es distinto. Al principio usan capital propio y después buscan mecanismos de fondeo, no del público.

4.1 Transferencias 3.0

El 7 de diciembre de 2020 comenzó a funcionar Transferencias 3.0²⁰, la propuesta del Banco Central (BCRA) para salir a masificar el uso de pagos digitales.

Esta normativa permitió que un mismo código QR pueda ser leído por cualquier billetera digital o aplicación de pago, de forma de masificar el uso de dinero electrónico y, al mismo tiempo, reducir los costos y desincentivar al efectivo.

¹⁹ Plaza, Ignacio. (2020). *La tecnología democratiza el acceso al sistema financiero*. Cámara Argentina de Fintech. <https://camarafintech.org/ignacio-plaza-la-tecnologia-democratiza-el-acceso-al-sistema-financiero/>

²⁰ BBVA. (2021) *Qué son las transferencias 3.0 y cómo facilitan los pagos a comerciantes y usuarios de 'apps'*. <https://www.bbva.com/es/ar/innovacion/que-son-las-transferencias-3-0-y-como-facilitan-los-pagos-a-comerciantes-y-usuarios-de-apps/>

4.1.1. El plan «Transferencias 3.0»:

- Interoperable: se crea la Interfaz Estandarizada de Pagos (IEP) con una arquitectura abierta que permite interoperar a todas las cuentas (bancarias y de billeteras virtuales).
- Inmediato: los comercios reciben la acreditación en forma automática y con carácter irrevocable.
- Económico: termina con los gastos ocultos del manejo de efectivo para los comercios (transporte, almacenamiento, seguridad).
- Competitivo: abre la competencia para la provisión del servicio a comercios minoristas y barriales. Las comisiones a los comercios tienen un tope de 8 por 1000.
- Flexible: permite operar tarjetas, QR, DNI, solicitudes de pago, biometría (por ejemplo, huella digital).

Básicamente, se promueve la interoperabilidad entre billeteras y bancos de modo que la gente pueda ir a pagar a un comercio utilizando el QR de otra empresa y pagar con la billetera que tenga.

4.1.2. Beneficios para usuarios

Pagar con transferencia desde el celular a través de una aplicación bancaria o billetera electrónica con lector de código QR es simple, seguro y también práctico, porque evita el uso de efectivo. Otro dato importante es que es gratuito, ya que las personas que compran no pagan ninguna comisión.

Para hacer este tipo de pago no es necesario descargar ninguna aplicación extra. Es suficiente con tener instalada en el celular una sola billetera electrónica con lector de código QR. La billetera puede ser de una entidad bancaria o de un proveedor de servicios de pago.

Además, no es necesario tener una cuenta bancaria y una tarjeta asociada a la ‘App’ para hacer estas operaciones. Por un lado, las entidades financieras pueden abrir cajas de ahorro por medios digitales sin tener una tarjeta de débito asociada, aunque deben emitirla si la persona usuaria la requiere. Por otro lado, los proveedores de servicios de pago ofrecen billeteras virtuales sin necesidad de emitir una tarjeta de débito.

4.1.3. Principales ventajas para los comercios

Las transferencias 3.0 promueven una serie de ventajas también para los comerciantes. Este tipo de pago es de acreditación inmediata, irrevocable y tiene un menor costo. Además, con su uso se amplía el abanico de opciones de cobro y se reduce el uso de efectivo en el local. Esto redundará en menores gastos, mayor seguridad y mejora la conciliación de los pagos.

La utilización de código QR para las transferencias resulta más económico que otros sistemas porque tiene un tope de comisión de 8 por 1000 que pagan los comercios. Además, permite eliminar los gastos ocultos que implican el manejo de efectivo; entre ellos, el transporte y el almacenamiento.

5. Las Fintech en la actualidad

El último año podría decirse que empezó el proceso de maduración de la industria de las Fintech²¹, aunque para otros también fue el primer ejercicio en el que las empresas tuvieron que ajustarse, en operaciones y en el tamaño de sus estructuras (incluyendo el despido de colaboradores). Lo cierto es que hasta 2022 el sector crecía de modo exponencial y llamaba la atención de los grandes inversores, pero ahora parece haber encontrado su primera meseta que obliga a las compañías a redefinir estrategias.

“La industria sigue en alza en América Latina y en el mundo, aunque no a la misma velocidad, porque el contexto inflacionario global tiene su impacto. El sector seguirá creciendo porque la gente mantuvo sus hábitos digitales, no volvió al efectivo. El usuario entendió la conveniencia y la ventaja de ser incluido financieramente”, explica Mariana Franza, COO de Ualá. De hecho, según el BCRA, el 54% de las transferencias ya se hacen por un CVU y los envíos de dinero entre billeteras virtuales crecieron un 200% en el último año.

5.1. ¿Cómo está formado el universo Fintech hoy en la Argentina?

Existen en el país alrededor de 330 a 350 empresas, número que se mantiene estable desde el último año. “Si realizamos un análisis más funcional, 2022 marcó la consolidación en la adopción de soluciones Fintech por parte de los usuarios. Según el Informe de Pagos Minoristas del BCRA, los pagos a través de celulares crecieron más del 100% en el último año, alcanzando casi los 163 millones de transacciones. De cada 10 transferencias que se llevan a cabo, 6 son desde un teléfono y el 54% pasa por billeteras digitales. Hoy el 50% del dinero que se transacciona va desde o hacia una cuenta virtual”, detalla Plaza.

Además, según el índice de la empresa COELSA, en Argentina ya existen más de 34 millones de CVU. A su vez, el vertical de inversión, en los últimos cuatro años, creció de 400.000 cuentas de inversión a casi 10 millones. “Estas cifras muestran el aporte que las Fintech trajeron en los últimos cinco años y cómo permitieron el acceso al sistema de millones de personas que estaban excluidas. Hasta que llegó esta industria, alrededor del 50% de la población argentina estaba subatendida o con escasos servicios financieros de

²¹ Cámara Argentina de Fintech. (2023). *Mundo Fintech: ¿Llegó el momento de la madurez?*
<https://camarafintech.org/mundo-fintech-llego-el-momento-de-la-madurez/>

calidad. Hoy, prácticamente toda la sociedad está atravesada por al menos una solución Fintech”, indica Plaza.

5.2. Los desafíos

El crecimiento del sector presentó nuevos desafíos. Para Visa, uno de los más grandes está vinculado a la seguridad. “El fraude sigue siendo uno de los mayores retos que enfrenta el sector de pagos, ya que los estafadores utilizan información de identificación personal de formas aún más agresivas. Una de las amenazas más recientes para los consumidores es la aparición de las identidades sintéticas, en las que los estafadores crean una nueva ‘persona’ a partir de fragmentos de componentes de identificaciones. Con estas amenazas cerniéndose sobre la industria, encontrar maneras de generar seguridad y confianza seguirá siendo fundamental”.

“Tanto bancos como Fintech hoy tienen que poner especial atención en la seguridad, con mecanismos confiables que no dificulten la experiencia del usuario. Ahí tiene que concentrarse el horizonte tecnológico de los bancos y entidades financieras, en especial si quieren mantenerse cerca de las nuevas generaciones”, coincide Marcelo Fondacaro, CCO de Veritrán.

Para 2023 “se espera que el ambiente colaborativo que existe ya entre las Fintech y otras entidades como bancos o empresas siga fluyendo en pos de mejorar los servicios de cara al usuario y al cliente. En este sentido, el sector Fintech está en constante movimiento y abierto a nuevos negocios y sinergias para que cada vez más personas puedan formar parte de este universo”, afirma Julián Sanclemente, CEO de Alpréstamo.

Otro de los puntos que asegura que la industria siga estando entre las más prometedoras es la inclusión financiera. “Es un círculo virtuoso que beneficia a todo el ecosistema: para las Fintech trae un incremento de su base de consumidores y para los clientes implica recibir propuestas de valor que de otro modo no tendrían a su disposición”, dice Ezequiel Weisstaub, cofundador y CEO de Credicuotas. Y agrega: “Dado el contexto macro argentino, la inclusión financiera cada vez más es una necesidad de las familias para no perder frente al sistema. Observamos el aumento de la cuotificación de todos los gastos, incluso de los corrientes: siempre que exista la opción de cuotificar, dado el contexto inflacionario, el consumidor va a optar por hacerlo. El desafío está en acercar nuestras soluciones a perfiles que sin las Fintech no cuentan con estas alternativas”.

6. Caso UALÁ

El emprendedor argentino Pierpaolo Barbieri creó y lanzó Ualá en octubre de 2017 con el objetivo de impulsar la inclusión financiera en América Latina.

“A partir de 2015 con un par de los miembros del equipo empezamos a pensar cómo revolucionar el sistema financiero argentino, nos daba realmente vergüenza que más del 50% del país nunca había tenido acceso al sistema financiero formal y queríamos cambiar eso”²².

6.1 Historia de Ualá

Los inicios de la compañía:

Desde 2015, con un par de amigos, Barbieri empieza a pensar en cómo revolucionar el sistema financiero argentino, ofreciendo productos a precios más razonables. Barbieri y sus amigos sentían un poco de vergüenza ante el hecho de que en Argentina más del 50% de las personas no tenían cuentas bancarias.

Marcelo Morales, quien hoy es el Director de Producto y uno de los líderes fundadores, mostró su escepticismo en la etapa inicial. No veía factible competir con el sistema financiero tradicional, ya que la idea era algo que no se había probado hasta el momento. Sin embargo, tras la insistencia de Barbieri, decide sumarse al proyecto y empieza a pensar proactivamente sobre las posibilidades del mismo.

Los creadores de Ualá habían comenzado a hablar con muchas personas del sistema financiero tradicional para ver si su idea era posible. Ante la reticencia y las dudas de muchos miembros de la banca tradicional de que su idea de negocio era imposible, se vuelven más resueltos. Es entonces cuando deciden iniciar el proyecto por cuenta propia, sin apoyo de los bancos.

²² Barbieri, Pierpaolo. (2023) <https://www.youtube.com/watch?v=a-9lchkdffY>



Pierpaolo Barbieri, Fundador y CEO de Ualá

6.1.1 Los antecedentes del sistema financiero argentino

Andrea Arrébola, Directora Comercial de Ualá indica que durante años el sistema financiero argentino no había evolucionado. “Siempre era lo mismo, con los mismos, pensar en armar un modelo de Fintech o medio de pago era bastante difícil”.

En un video de YouTube de 2020, Andrés Rodríguez Lederman, Director de Operaciones de Ualá, indicó que crear Ualá era ir en contra del status quo. Esto significa una revolución en contra de lo que grandes instituciones bancarias habían hecho durante cientos de años. “Parecía una idea loca en ese momento, pero por alguna razón nosotros creíamos que lo podíamos hacer”.

6.1.2. El inicio de Ualá como una pequeña startup

Antes de que Ualá se lanzara de manera oficial, la compañía trabajó cerca de un año y medio en el desarrollo de los productos. Tuvieron que construir paso a paso la infraestructura tecnológica que les permitiera hacer todo lo que el equipo de trabajo quería hacer.

Los inicios de la compañía fueron muy sencillos. Antes del lanzamiento de operaciones y de productos, todos se reunieron de manera informal en un Starbucks. Allí recibieron un computador de parte de los fundadores para trabajar desde casa.

Los primeros grandes socios de la compañía fueron MasterCard y Global Processing. Estas entidades les permitieron realizar los primeros pagos y ofrecer los primeros servicios transaccionales mediante cada tarjeta.

En medio de mucha incertidumbre, en 2017 Ualá lanzó la tarjeta débito MasterCard, así como una cuenta digital de ahorros de bajo monto en Argentina. Aunque esperaban unas cuantas adquisiciones de tarjetas, miles de clientes se inscribieron en el primer día para recibir el producto. Allí nació una historia de éxito realmente sorprendente.

Hoy Ualá cuenta con millones de usuarios en toda América Latina. Estos usuarios confían en sus productos financieros y Ualá espera honrar esa confianza y continuar expandiéndose a otras naciones en los próximos años.

6.2 La visión de Ualá

Pierpaolo Barbieri señala que su deseo es que las personas empiecen a usar servicios financieros digitales de una manera mucho más rápida y más democrática al mismo tiempo que más fácil.

El mensaje de Pierpaolo Barbieri a sus clientes es el siguiente:

“Queremos que manejes todo tu dinero desde una App: fácil, gratis y segura.

Queremos que compres lo que quieras, donde quieras.

Deseamos que puedas enviar plata a quien quieras, cuando quieras”.

La compañía también tiene la visión de que más personas accedan al crédito y a servicios de ahorro. Ualá también promete brindar los mejores servicios de soporte tanto en chat como en los diversos canales digitales.

6.3 La misión de Ualá

Ualá afirma de manera tajante: “Nos motiva nuestro fin social de inclusión financiera”. La gran pregunta aquí es ¿qué significa esto? Inclusión financiera es que todas las personas puedan acceder a los servicios de la banca de una manera ágil, segura y eficiente. Tradicionalmente son pocas las personas que han podido acceder a los servicios de la banca convencional en América Latina. Las causas de este fenómeno son la informalidad laboral y los altos requisitos que los bancos ponen a los usuarios para acceder a sus servicios.

6.4 Productos de Ualá

6.4.1. Cuenta de Ahorros

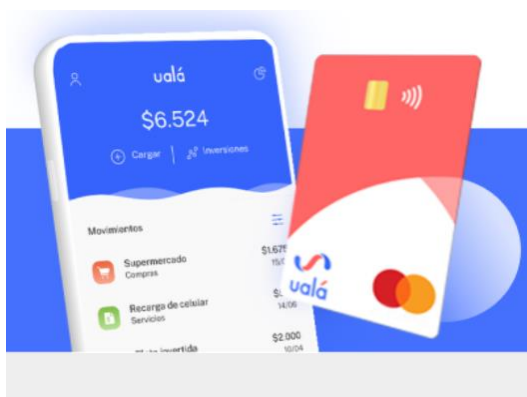
El principal producto de Ualá es su cuenta de ahorros o depósito de bajo monto. Con esta cuenta los usuarios pueden ahorrar dinero, pagar servicios y hacer transferencias entre usuarios e interbancarias.

Para acceder a este servicio es preciso que el usuario se registre en la aplicación de Ualá. En la aplicación ingresará sus datos de identidad, una fotografía personal y del documento de identidad, así como su dirección y demás datos personales principales. El usuario deberá crear una contraseña general y luego una clave transaccional para validar sus operaciones para mayor seguridad.

6.4.2. Tarjeta débito MasterCard para pagos sin comisiones

Con la cuenta de ahorros principal de Ualá, los clientes reciben una tarjeta débito de MasterCard. Esta tarjeta puede usarse para compras en comercios nacionales e internacionales sin comisiones. El costo de la tarjeta es de 0 pesos. La tarjeta de Ualá no cobra comisiones por cuota de manejo ni por expedición ni por envío al usuario. El usuario solo pagará por la tarjeta débito cuando necesite hacer una segunda reposición de la misma durante el mismo año.

Adicionalmente, en Argentina pueden retirar dinero en sucursales de Rapipago o en cajeros de la red Link y Banelco. Los usuarios argentinos disponen de un retiro mensual gratis, después del cual se les cobrará una tarifa. En Colombia los clientes de Ualá tienen acceso a dos retiros gratis por cajero en cada mes.



Tarjeta de débito y aplicación UALA

6.4.3. Compras con la tarjeta de débito de Ualá

Con Ualá los clientes pueden aprovechar su tarjeta débito preparada para comprar en cualquier comercio o página web del mundo que acepte MasterCard. La tarjeta cuenta con tecnología contacless para que las compras de los clientes sean mucho más seguras y rápidas.

Ualá no cobra comisiones por las compras realizadas con tarjeta. Por otra parte, las compras internacionales se realizan al cambio del día entre la moneda local y la moneda de la transacción. Todos los consumos que se hagan con la tarjeta de Ualá son visibles por medio de la aplicación. Por esto, los consumidores siempre podrán hacer un seguimiento completo y transparente de sus gastos.

6.4.4. Pagos con el código QR

En los comercios que tengan código QR, los clientes pueden escanearlo con Ualá y pagar con el dinero que tengan en su cuenta. Lo primero que deben hacer es entrar en el menú “Más” de la aplicación, luego elegir la opción de pagar con QR, escanear el código del comercio en el que se encuentren y esto es todo.

6.4.5. Transferencias

El usuario de Ualá puede enviar dinero desde la aplicación en efectivo o por transferencia bancaria (desde bancos u otros depósitos de bajo monto). En efectivo desde los corresponsales de pago o comercios aliados y por transferencia bancaria desde otra entidad financiera. Ualá no cobra nada por esto, pero otros bancos sí podrían cobrar tarifa. Sin embargo, en el caso de los depósitos de bajo monto, las transferencias suelen ser gratuitas.

6.4.6. Pagos internacionales

Ualá funciona en todo el mundo en los comercios que acepten MasterCard. El usuario podrá utilizar su tarjeta gratis a nivel internacional. Para retiros en efectivo se abonará una comisión de 5 dólares.

6.4.7. Créditos

Los créditos son una opción financiera que siempre ha sido de difícil acceso para la mayoría de la población. En el sistema financiero tradicional acceder a ellos suele ser muy difícil debido al alto número de requisitos. Sin embargo, con Ualá todo se hace mucho más fácil. Esta empresa afirma que ofrece créditos a sus clientes “para lo que necesiten, de forma más fácil, rápida y segura y transparente”.

En Argentina prestan 500.000 pesos argentinos diferidos hasta 24 cuotas fijas. El dinero se deposita en la cuenta de Ualá del cliente, y se puede hacer una simulación en tiempo real para que este vea cuánto es lo que tiene que pagar.

¿Cómo pedir un préstamo?

El proceso para pedir un préstamo con Ualá es realmente sencillo: lo primero que debe hacerse es ir a la sección de créditos de la aplicación. Allí se ingresa el monto a solicitar, se completan algunas preguntas simples y se puede empezar a simular el préstamo por montos, cuotas a diferir. Ualá luego enviará al usuario dos o tres propuestas de crédito, tras lo cual el cliente puede escoger una o cancelar la solicitud del préstamo.

Si se elige acceder al préstamo, se deben presentar los datos de domicilio personal, teléfono, una fotografía tipo *selfie* y un comprobante de ingresos. A partir de ahí se eligen los días del mes en los que se quiere cancelar la cuota del crédito. Luego se aceptan los términos y condiciones del contrato y el crédito estará disponible dentro de las siguientes 24 horas.

El día que se haya elegido para pagar, el cliente debe asegurarse de tener saldo disponible ya que la cuota se descontará automáticamente de su cuenta de ahorros de Ualá. Los clientes también pueden hacer abonos a capital si desean pagar su crédito más rápido o pagar el monto total adeudado en cualquier momento.

Los requisitos para solicitar un crédito por medio de la aplicación son los siguientes:

- Ser ciudadano del país en el que opera la aplicación (Argentina, Colombia, México, y los mercados en los que Ualá se encuentre oficialmente),
- Tener más de 18 años,
- Tener una cuenta bancaria propia,

- Tener un mínimo de ingresos comprobables.
- No tener deudas con atrasos registradas dentro del sistema financiero.

6.4.8. Inversiones

Otra función de Ualá son las inversiones en el mercado de valores para que los clientes hagan crecer su dinero de forma confiable y eficiente. Se puede invertir desde la aplicación y en un solo *click*. Las inversiones se pueden realizar desde unos cuantos dólares y sin límites de cantidad a depositar. Asimismo, todos los días se pueden ver los resultados de las inversiones desde la aplicación.

Una de las mejores cosas de Ualá en el campo de las inversiones es que no tiene costos ocultos para los consumidores. Siempre es posible saber cuánto están pagando y cómo el dinero es invertido desde tu cuenta.

En el caso del mercado argentino de valores, Ualá invierte el dinero de sus clientes mediante fondos comunes de inversión. Estos son fondos administrados por profesionales de inversión que cobran una pequeña comisión sobre el valor invertido de los clientes. Los fondos invierten mediante gestión activa en diversas acciones del mercado.

6.4.9. Ualá bis

Ualá bis es una solución para negocios que desean recibir pagos con tarjeta de crédito o mediante enlaces de pago para ventas en línea.

6.4.10. Pagos con Link de pago

Con Ualá, los comerciantes ya no necesitan estar en el mismo lugar que sus clientes. Solo les envían un link de pago por chat, mail o redes sociales y reciben el dinero al instante, siempre.

Para cobrar mediante el link de pago se debe pagar una comisión del 4.4%, bien sea para las tarjetas de crédito o débito. Los beneficios de pagar con el link de pago y recibir pagos mediante este método es que las acreditaciones del dinero son inmediatas. Todas las tarjetas son aceptadas e incluso los clientes pueden diferir sus compras con las tarjetas de crédito.

6.4.11. Pagos con mPOS

Para los comercios físicos las opciones son aún mejores. Estos pueden reclamar un dispositivo de punto de pago mPOS a domicilio completamente gratis y empezar a aceptar todas las tarjetas en el negocio. No se requiere pagar por el dispositivo ni cuota inicial ni cuotas de mantenimiento. Solo se pagan las comisiones sobre las ventas del punto de pago. Las mismas son del 4.4% para tarjetas de crédito y del 2.9% para tarjetas débito.

Uno de los grandes beneficios de Ualá mPOS es que se reciben los pagos de forma inmediata. Los comerciantes no tienen que esperar una semana para recibir el dinero en sus cuentas bancarias.

El dispositivo mPOS es pequeño, por lo cual se puede llevar a todos lados. Lo único que se debe hacer es conectarlo a la aplicación mediante internet. Incluso se puede usar internet móvil, por lo que el comerciante puede recibir los pagos sin importar dónde se encuentre.

6.4.12. Comunidad Ualá

En Comunidad Ualá los usuarios registrados pueden hacer preguntas y responder inquietudes de otros usuarios para obtener ayuda rápida. En esta plataforma también hay una sección de búsqueda para ver si la inquietud que tenemos ya ha sido respondida por otros usuarios.

Podremos encontrar una sección de Preguntas frecuentes en la que los usuarios de la plataforma encontrarán un camino rápido de ayuda para resolver sus inquietudes. Esta sección aclara dudas sobre el uso de la cuenta, transacciones, tarjeta, recargas, políticas de privacidad, claves de seguridad, entre otras.

La idea de una comunidad de usuarios de Ualá es importante porque ayuda a que los clientes se familiaricen rápidamente con la plataforma. Con la comunidad es posible conocer las experiencias de otros usuarios y tener más confianza en todo el trabajo realizado por Ualá.

6.5. ¿Ualá es confiable?

La aplicación es usada, este año, por más de cinco millones de personas en América Latina, lo cual ya indica cuántas personas confían en ella. Además de esto, Ualá es regulada por el Banco Central de Argentina y tiene autorización legal para ofrecer sus productos financieros en este país.

7. Aula Ualá

Aula Ualá es una iniciativa de educación financiera que persigue un único propósito: ayudar a entender de finanzas de forma digital y gratis a la población.

Ualá no busca vender ni promocionar sus productos. De hecho, Aula Ualá es para cualquier persona, sea o no usuaria de Ualá. Es una plataforma de contenido educativo completa, inclusiva, libre, gratuita y accesible todo el tiempo.

A través de múltiples plataformas se busca capacitar en finanzas personales, economía, inversiones y emprendedurismo entre otros temas.

“Desde la niñez, nadie nos enseña cómo manejarnos financieramente. La relación con la plata es casi un tabú”. Así, llegamos a la vida adulta con pocas herramientas para manejar nuestras finanzas personales o sacarle el mayor provecho a los ahorros. Sin embargo, todas las personas tomamos decisiones financieras: desde qué alimentos comprar hasta qué actividades realizar. Al mejorar la educación en este sentido, nos empoderamos para que, todas estas acciones, sean tomadas de manera más informada, racional y consistente. Además, permite que seamos capaces de controlar nuestra vida y futuro financiero, impactando positivamente en su bienestar personal y familiar”. (Barbieri, Blog).

Uno de los defectos clave de la educación tradicional es que no prepara a las personas para hacer un uso adecuado de su dinero. La educación convencional tampoco ofrece herramientas para enfrentar los retos financieros de la vida. Ualá quiere suplir esta necesidad. El contenido de Aula Ualá ha sido desarrollado siguiendo la definición del Banco Mundial para la educación financiera. Esto significa educar a las personas para tener acceso a productos financieros útiles y asequibles que satisfagan sus necesidades de manera sostenible.

7.1 Contenido disponible en Aula Ualá

En Aula Ualá se encuentran recursos para entender distintos conceptos y manejar mejor el dinero personal.

- **Blog:** con más de 150 artículos sobre temas económicos y financieros (blog.uala.com.ar).

- **Videos tutoriales:** sobre finanzas personales. Los colaboradores de la empresa protagonizan varios videos donde cuentan los conceptos más importantes para mejorar las finanzas. Se pueden encontrar en los canales que la empresa tiene en YouTube, Instagram, Facebook, Twitter o TikTok.
- **Acceso a charlas online para alumnos de nivel secundario:** integrantes del equipo de Ualá dan charlas virtuales contando sobre qué es Ualá y por qué es tan importante la educación financiera, especialmente en América Latina.
- **Curso online sobre finanzas personales:** se trata de una capacitación de entre 1 y 2 horas de duración, gratuita, online y dinámica.
- **Material descargable:** un completo programa de finanzas personales en formato descargable para que sea un recurso de lectura para quienes prefieren este formato e incluso para educadores de distinto nivel.

Es necesario resaltar que todo el contenido de Aula Ualá está validado por la Cámara Argentina de Fintech.

Según las encuestas de Ualá, muchas personas afirman tener conocimientos medio-bajos sobre finanzas, lo cual justifica la necesidad de producir contenido educativo al respecto.

Conclusión

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

Actualmente, existe a nivel mundial cierto consenso sobre la importancia de la inclusión financiera. Un ejemplo son los Objetivos del Desarrollo Sostenible adoptado unánimemente por la Asamblea General de las Naciones Unidas, donde 5 de los 17 objetivos generales destacan la necesidad de un acceso ampliado o universal a los servicios financieros. Además, una extensa cantidad de bibliografía ha demostrado que la inclusión financiera tiene enormes beneficios para las poblaciones, dado que promueve el crecimiento económico y el desarrollo inclusivo, así como también está fuertemente asociado con el alivio de la pobreza.

La sociedad que hoy habitamos los argentinos se rige por el principio de la inmediatez: nos resulta atractivo aquello que nos demanda menos esfuerzo y es más rápido. La economía, por ser inherentemente social, necesita acoplarse a los cambios si quiere continuar siendo un mercado competitivo. Ualá supo ver estos cambios y entendió qué era lo que la gente necesitaba y, sobre todo, cómo lo necesitaba.

Cuando surgió en el 2017 no tuvo una aceptación inmediata, sino que debió enfrentarse al sistema tradicional y a todo el peso que este ganó con el tiempo. Si bien nunca lo va a reemplazar completamente, se abrió paso como una de las alternativas más confiables y benéficas de todas las Fintech.

Es gracias a empresas como Ualá que muchísimas personas tuvieron acceso a medios de pago electrónicos, cuentas, billeteras virtuales, entre otros, que hacen de la vida

económica un lugar más confortable y amigable. Entendiendo esto es que la empresa se ha ido perfeccionando y ha ampliado su abanico de ofertas con el fin de brindarles a sus clientes todo tipo de operaciones bancarias de manera simple e inmediata.

Actualmente es una de las empresas líderes entre las Fintech de Argentina, supo congeniar entre los cambios producidos a nivel social como consecuencia de la pandemia por el COVID-19, la necesidad de incluir a todos en el sistema financiero y los avances tecnológicos. Estos últimos son, quizás, lo que más diferencia a estas empresas con respecto al sistema financiero tradicional ya que no ofrecen los mismos beneficios ni tienen los mismos paquetes.

Para finalizar, pese al crecimiento exponencial de las financieras tecnológicas y su nivel de penetración en el ámbito financiero, aún existe un amplio sector de la sociedad que no ha sabido beneficiarse con las prestaciones que las mismas brindan.

Si bien una gran mayoría de las personas conoce y utiliza aplicaciones de pagos, no lo hacen en todo su potencial y el resto de los servicios ofrecidos por las financieras tecnológicas son escasamente utilizados, aunque la tendencia de uso es creciente. La nueva normalidad causada por el COVID-19 es una gran oportunidad para una mejor adaptación de la sociedad hacia estas empresas.

Bibliografía

Albuquerque, Antonio. (2023). *Estudio revela cantidad de Fintech nacidas en Latinoamérica: ¿qué países aportan más al listado?* <https://dfsud.com/america/estudio-revela-cantidad-de-fintech-nacidas-en-latinoamerica-que-paises>

Banco Mundial. (2022). <https://www.bancomundial.org/es/topic/financiamiento/overview#1>

Barbieri, Pierpaolo. (2023) <https://www.youtube.com/watch?v=a-9IchkdfFY>

BBVA. (2021) *Qué son las transferencias 3.0 y cómo facilitan los pagos a comerciantes y usuarios de 'apps'.* <https://www.bbva.com/es/ar/innovacion/que-son-las-transferencias-3-0-y-como-facilitan-los-pagos-a-comerciantes-y-usuarios-de-apps/>

Biocca, Mariano. (2022). *El crecimiento no va a parar.* Cámara Argentina de Fintech.

Biocca, Mariano. (2021). *El sector siguió creciendo en la pandemia.* Ámbito. <https://www.ambito.com/ambito-biz/ambito-biz/mariano-biocca-el-sector-siguio-creciendo-la-pandemia-n5307486>

Bruzzo, Juan Pablo. (2023): *Pagos digitales en la Argentina: el 60% de las operaciones ya se realizan bajo esta modalidad.* iProUP. <https://www.iproup.com/finanzas/20103-el-60-de-las-operaciones-ya-se-hacen-de-forma-virtual-en-el-pais>

Cámara Argentina de Fintech. (2023). *Mundo Fintech: ¿Llegó el momento de la madurez?* <https://camarafintech.org/mundo-fintech-llego-el-momento-de-la-madurez/>

Cámara Argentina de Fintech. (2021). *Pagos digitales en la Argentina: el 60% de las operaciones ya se realizan bajo esta modalidad.* <https://camarafintech.org/pagos-digitales-en-la-argentina-el-60-de-las-operaciones-ya-se-realizan-bajo-esta-modalidad/>

Cámara Argentina de Fintech. (2021). *Qué son las «billeteras virtuales» y por qué son favoritas de los argentinos: la usan más de la mitad.* <https://camarafintech.org/que-son-las-billeteras-virtuales-y-por-que-son-favoritas-de-los-argentinos-la-usan-mas-de-la-mitad/>

Fintech Latinoamérica. (2021). <https://fintechlatinoamerica.com/fintech-as-a-service-que-es-caracteristicas-y-beneficios/>

Iglesias, M. y Mejía, D. (2018). *Encuesta de medición de capacidades financieras en Argentina: año 2017.* Banco Central de la República Argentina.

Insurtech Plus. (2022). *Insurtech vs. Fintech. Qué son, diferencias y ventajas.* https://insurtech.plus/insurtech-vs-fintech/#%C2%BFQue_es_una_Insurtech

Maestre, Raúl Jaime. (2022). *Qué es Fintech y por qué es el futuro de las finanzas.* IEBS. <https://www.iebschool.com/blog/que-es-fintech-finanzas/>

MasterCard y Américas Market Intelligence. (2023). https://www.mastercard.com/news/media/wrjmp2fv/report_esp_ami_mastercard_financial_inclusion_post_covid_es.pdf?cmp=2025.q2.lac.latam.fis.dir-res.prod.na.spa-regional-press-release.56798.oweb.txt.others.es

Meaños, Fernando. (2021). *Educación financiera: la Argentina está mejor que otros países de la región pero su brecha de género es mayor.* Trendsity.

Pesce, Miguel Ángel. (2021). *"Las Fintech vinieron a poner una dinámica que no tenían los bancos".* Télam digital. <https://www.telam.com.ar/notas/202108/567008-pesce-las-fintech-vinieron-a-poner-una-dinamica-que-no-tenian-los-bancos.html>

Plaza, Ignacio. (2020). *La tecnología democratiza el acceso al sistema financiero.* Cámara Argentina de Fintech. <https://camarafintech.org/ignacio-plaza-la-tecnologia-democratiza-el-acceso-al-sistema-financiero/>

Reinhold, Melisa. (2022). *Revolución Fintech: el fenómeno que cambió la forma de usar el dinero y las finanzas personales.* La Nación.

Somos nosotras. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/somos_nosotras_fintech.pdf

Tapia, Gustavo. *Mercado de capitales y sistemas financieros.* Thomson Reuters Checkpoint.

¿Qué son activos financieros y para qué se utilizan? <https://www.expansion.com/economia-para-todos/economia/que-son-activos-financieros-y-para-que-se-utilizan.html>
<https://www.expansion.com/economia-para-todos/economia/que-son-activos-financieros-y-para-que-se-utilizan.html>