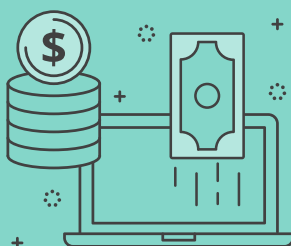


EVOLUCIÓN DEL SECTOR FINTECH EN LATAM

*Atomización del ecosistema
y surgimiento de verticales
Insurtech, Lendingtech,
Paytech y Wealthtech*



Resumen ejecutivo

Diversas publicaciones y artículos de prensa han abordado el dinamismo del sector de tecnología financiera en América Latina desde una perspectiva de crecimiento y consolidación. Está documentado que existe una masa crítica importante dentro del sector en la región latinoamericana, sin embargo, se profundiza poco en que existen diferentes verticales de negocio de los servicios financieros, que incluso han formado microecosistemas independientes que, con el tiempo, irán ganando relevancia dentro de la industria Fintech.

Así, esta publicación tiene por objetivo introducir, definir y analizar el desarrollo de conceptos como Insurtech, Lendingtech, Paytech y Wealthtech para estudiar la disrupción de los servicios financieros más allá del concepto de Fintech.

La tesis que se aborda es que los microecosistemas de innovación en seguros, préstamos, pagos e inversiones tienen diferentes estados de madurez, tendencias y dinámicas de organización industrial en Latinoamérica, y que si bien el término Fintech alude a toda innovación en servicios financieros, cada vez es mayor la necesidad de identificar ecosistemas emergentes dentro del propio sector.

Tags: Insurtech, Lendingtech, Paytech, Wealthtech, Latam.

ESTA PIEZA DE INVESTIGACIÓN ES PRESENTADA POR:

Finnovista

Finnovista es una empresa de innovación y capital de riesgo impulsada por el ecosistema Fintech, que ayuda a transformar las finanzas y los seguros para crear un mundo mejor.

Finnovista conecta y facilita el ecosistema Fintech en América Latina, para hacer posible la transformación de la industria financiera. A través de la conferencia FINNOSUMMIT, lideramos la comunidad Fintech más grande de América Latina, con más de 30,000 emprendedores, inversores y ejecutivos de la industria. También hacemos público nuestro conocimiento del ecosistema Fintech y publicamos estudios sobre las innovaciones en Fintech e Insurtech.

Finnovista genera alianzas con las startups, inversores y empresas más visionarias, para resolver los grandes retos en finanzas al liberar el poder del emprendimiento y la colaboración. Proporcionamos a nuestros clientes corporativos servicios de innovación disruptiva para desarrollar habilidades organizativas clave y generar resultados tangibles en colaboración con el ecosistema. A través de Finnovista.vc, nos asociamos e invertimos en las startups Fintech de etapa temprana más transformadoras de América Latina.

Finnovista es parte de Rainmaking, la empresa de innovación global y los creadores de Startupbootcamp.

Mercado Pago

Mercado Pago es la compañía fintech de origen latinoamericano más grande de la región. Fundada en 2003, brinda el ecosistema de soluciones financieras más completo para aquellas empresas, emprendimientos o personas físicas que desean gestionar su dinero de manera segura, simple y cómoda con una gran variedad de posibilidades en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay. Actualmente, procesa más de 8 millones de transacciones por día; 100 transacciones por segundo.

La app de Mercado Pago es la billetera digital más completa de la región: permite realizar múltiples operaciones financieras como pagar en tiendas físicas con código QR, recibir rendimientos por el saldo digital, pagar servicios y tomar un préstamo sin necesidad de tener una cuenta bancaria.

Índice

Prólogo 6

MERCADO PAGO
FINNOVISTA

Introducción 9

Insurtech 12

TENDENCIAS DEL ECOSISTEMA INSURTECH EN AMÉRICA LATINA

Seguros inclusivos y microseguros
Seguros on-demand
Insurtech as a service

CASO DE ESTUDIO: SOFÍA

Acerca de Sofía
Modelo de negocio en Sofía
Retos para crear una Insurtech en Latinoamérica
El futuro del sector Insurtech en Latinoamérica

Lendingtech 23

FACTORES QUE FAVORECEN A LAS EMPRESAS LENDINGTECH

TENDENCIAS LENDINGTECH DE AMÉRICA LATINA

BNPL
Crowdlending

CASO DE ESTUDIO: LENDERA

Acerca de Lendera
Modelo de Crowdleasing y Crowdlending
Evolución de los usuarios y adopción tecnológica
El futuro del sector Lendingtech en Latinoamérica

Paytech

32

REGULACIÓN: CATALIZADOR DE INNOVACIÓN

CRIPTOMONEDAS: UNA TENDENCIA EMERGENTE

CASO DE ESTUDIO: MERCADO PAGO

Acerca de Mercado Pago

Evolución de los usuarios y adopción tecnológica

Retos en los sistemas de pago de Latinoamérica

El futuro del sector Paytech en Latinoamérica

Wealthtech

42

CONTEXTO LATINOAMERICANO

TENDENCIAS EN EL SECTOR WEALTHTECH

Marketplaces

Robo Advisors

Plataformas de trading

Micro inversión

Wealthtech as a service

EDUCACIÓN FINANCIERA

DESAFÍOS DEL SECTOR WEALTHTECH

CASO DE ESTUDIO: GRUPO BURSATIL MEXICANO

Acerca de GBM

Democratización de inversiones y sus principales retos

Perspectivas del ecosistema Wealthtech

Conclusiones

51

Prólogo

Mercado Pago

Desde los primeros días de Mercado Libre, hace 22 años, nos encontramos con un problema vital para la operación: cómo cobrar a distancia y a través de una computadora. Nuestros vendedores no estaban integrados con tarjetas de débito ni crédito ni transferencias bancarias. Sabíamos que facilitar los pagos (y luego los envíos) sería clave para que el comercio electrónico traccione en América Latina.

Así fue como en 2003 lanzamos Mercado Pago, construyendo la primera plataforma de pagos online en la región. Como empresa de tecnología, habíamos dado un gran paso con la implementación de tecnología financiera. Desde entonces, con la llegada de los smartphones, fuimos capaces de extender el alcance de Mercado Pago al comercio físico y con nuestra aplicación agregar casos de uso con pagos de servicios, recarga de celulares, pagos entre individuos y muchos otros.

A continuación, comenzamos a otorgar créditos a individuos y comercios. Y más recientemente, comenzamos a ofrecer un fondo de inversión y dimos los primeros pasos en seguros.

Así, nos convertimos en precursores en la región no solo del e-commerce, sino también del mundo fintech, utilizando la tecnología para facilitar el acceso a servicios financieros a una gran parte de la población que no lo tenía.

El estudio que hoy les presentamos en conjunto con Finnovista nos permitirá mantenernos actualizados de estas nuevas tendencias.

El término fintech, que no es nada nuevo, nos sirvió para englobar primero las acciones innovadoras alrededor de las finanzas y luego nos ha servido para construir una industria en sí misma. El desafío es que la industria ha crecido y han aparecido nuevas soluciones que merecen un nombre propio y una identificación más clara.

Entender cada nueva solución financiera como una independiente, con sus objetivos y sus retos particulares es clave para comprender hacia dónde nos dirigimos en los siguientes años. Y esa comprensión nos permitirá contribuir de manera eficiente desde nuestros lugares de trabajo y nuestras empresas.

Desde Mercado Pago queremos apoyar en la construcción de bases más sólidas para todo el sector. Fuimos pioneros y hoy somos la empresa fintech más grande de la región, con productos enfocados en paytech, lendingtech, insurtech y wealthtech.

Para entender mejor a qué me refiero con esas palabras y por qué debemos incorporarlas en nuestro vocabulario diario, les doy la bienvenida a este trabajo especial realizado por Finnovista. Gracias a ellos y muchas gracias a ustedes por interesarse. Que lo disfruten.

Oswaldo Giménez

Chief Executive Officer, Mercado Pago

Finnovista

Nunca en la historia moderna ha habido un mejor momento para emprender en servicios financieros en América Latina. El tamaño de la oportunidad, la disponibilidad de capital, el acceso a tecnologías, y la pasión y la preparación del talento emprendedor hacen que vivamos una tormenta perfecta que está provocando una transformación y disrupción profunda de la industria, con empresas tecnológicas de diferentes tamaños como protagonistas. Y la pandemia de la Covid19 solamente ha acelerado la llegada a tierra de esta tempestad.

Convencidos de que el emprendimiento tecnológico podría transformar e irrumpir los servicios financieros, creamos Finnovista en 2013. Lo hicimos con la convicción de que la combinación resultaría en un impacto positivo para el desarrollo social de América Latina, mejorando el acceso y la competitividad de los servicios financieros en la región, en el medio y largo plazo. Aun cuando las perspectivas de crecimiento económico y de desarrollo social para América Latina se han estancado debido en gran parte a la pandemia, el sector Fintech vive en estos momentos una etapa que podría categorizarse como de exuberancia.

Durante la última década, en general, las Fintech han generado dos grandes impactos en la región. Por un lado, el emprendimiento tecnológico ha forzado la innovación disruptiva en una industria necesitada de cambio, transformación y modernización. Hasta el desembarco de las Fintech, los incumbentes no sentían la urgencia de hacer mejoras evidentes, más allá de algunos proyectos de innovación incremental o de inaugurar laboratorios de innovación. Hoy, gracias a la convicción, la resiliencia y la pasión de los emprendedores Fintech, la industria financiera se está transformando a marchas forzadas por miedo a quedarse irrelevante. Por otro lado, hay que destacar cómo la llegada de so-

luciones Fintech contribuye a la democratización de los servicios financieros básicos, pues actualmente la tecnología está al alcance de todos.

Pero el concepto Fintech no se trata solo de una vertical o de segmento focalizado de startups que ofrecen propuestas de valor directas a los consumidores o a las empresas. Las tendencias de “platformización de la industria” –facilitadas por regulación de open banking, tecnologías basadas en APIs y modelos de negocio novedosos de *Embedded Finance* y *Banking as a service*– harán que lo Fintech se convierta en una nueva ola tecnológica, comparable con la irrupción del internet, lo móvil y el cloud computing, que tanto impactaron para la digitalización de la sociedad. Esto permitirá que el sector Fintech se extienda más allá de las soluciones que han hecho su aparición en el mercado hasta ahora, facilitando incluso la posibilidad de que cualquier empresa tecnológica pueda ser una Fintech ofreciendo servicios financieros.

Definitivamente vivimos un momento histórico. Desde Finnovista estamos convencidos de que el futuro de la industria financiera involucra a la innovación, la tecnología y al emprendimiento. Nos entusiasma ver la profunda transformación, el creciente uso y aplicación de tecnologías digitales en América Latina y sus potenciales beneficios, así como la actitud receptiva de los reguladores y supervisores para implementar marcos que estimulen aún más su disrupción.

Por ello realizamos este informe: para ayudar al ecosistema Fintech en América Latina a aumentar su comprensión e impacto, y para inspirar a los ejecutivos de la industria, y a los emprendedores, a aprovechar las Fintech para mejorar las vidas de 650 millones de latinoamericanos.

Andres Fontao

Managing Partner, Finnovista

Introducción

Desde 2017 por lo menos, el sector de tecnología financiera en Latinoamérica ha originado cambios importantes en la industria financiera y aseguradora. Las tasas de crecimiento en términos de número de emprendimientos que ofrecen productos y servicios financieros digitales en la región está documentada en publicaciones académicas, radares Fintech y artículos de prensa.

A pesar de los problemas políticos, sociales y económicos que aquejan a la mayor parte de los países latinoamericanos, cada semana se dan a conocer nuevos emprendimientos y rondas de inversión millonarias que han aumentado el número de unicornios (empresas con una valuación de más de mil millones de dólares) en un bloque económico que, hasta hace una década, no figuraba entre inversionistas institucionales internacionales.

En 2020, la inversión proveniente de capital de riesgo fue de un total de 4 mil millones de dólares en 488 transacciones en emprendimientos de América Latina.

Tan solo en 2020, la inversión proveniente de capital de riesgo fue de 4 mil millones de dólares, repartidos en 488 transacciones en emprendimientos de América Latina, según datos de la Asociación Latinoamericana de Capital de Riesgo (LAVCA, por sus siglas en inglés), siendo Fintech el sector que lideró tales rondas de financiación, con el 39% del monto total invertido¹. También hay que destacar que en la primera mitad del 2021, cinco empresas Fintech latinoamericanas alcanzaron el status de unicornio: Clip y Bitso en México, dLocal en Uruguay, y C6 y Ebanx en Brasil, lo cual ha despertado aún más el interés en la oportunidad que representa innovar en el sector financiero de América Latina.

Aunado a la ola de inversiones en emprendimientos de la industria, ha habido esfuerzos por parte de las agencias regulatorias de diferentes países para establecer marcos regulatorios innovadores que contemplen la operación de nuevos modelos de negocio. Tal es el caso de la propuesta de ley que establecerá una regulación específica para plataformas de financiamiento colectivo y otros modelos de negocio Fintech, junto a un marco regulatorio para finanzas abiertas, impulsado por el Ministerio de Hacienda de Chile. Otros ejemplos son los sandboxes regulatorios en México, Colombia y Brasil, que son resultado de

1 LAVCA, 2021. <https://lavca.org/industry-data/2021-lavca-industry-data-analysis/>

esfuerzos como la Ley Fintech en México, y la creación de innovaSFC, el grupo de trabajo de innovación financiera y tecnológica de la Superintendencia Financiera de Colombia.

Aunque la implementación de modelos regulatorios hasta el momento se ha limitado a ciertas verticales del sector Fintech, como crowdfunding y pagos digitales, y solo en ciertos países de la región, es positivo que las agencias regulatorias hayan comenzado a desarrollar marcos más amigables con nuevos actores de la industria y no solo con el sector bancario tradicional. Además, es un factor que sin duda influye en las decisiones de inversión, lo que a su vez ha causado la proliferación de emprendimientos en este sector.

Ecosistemas Fintech emergentes: Insurtech, Lendingtech, Paytech y Wealthtech.

El término Fintech en América Latina cada vez engloba más tipos de soluciones y ecosistemas con diferentes etapas de madurez, enfoques, usuarios y modelos de negocio. Esta sofisticación del sector, así como el crecimiento de la masa crítica de actores en la industria, hace que sea necesario utilizar nueva terminología para referirse a las innovaciones de la industria financiera.

Así, el objetivo de este estudio es analizar cuatro de los segmentos o micro-ecosistemas Fintech que se han desarrollado de manera importante en la región: seguros, préstamos, pagos e inversiones, introduciendo conceptos y perspectivas que se distinguen de Fintech al especificar la vertical que abarcan.

Este fenómeno de atomización de ecosistemas de servicios financieros ha sido observado en ecosistemas más maduros, como el de Reino Unido. Según Deloitte, las soluciones de préstamos digitales o Lendingtech son el subgrupo de empresas Fintech que más ha crecido en los últimos años, con respecto a otros Fintech Specialisms² en Reino Unido. En Estados Unidos, país que alberga el mayor número de hubs o clústers Fintech y que presenta el mayor desarrollo de la industria a nivel mundial según rankings de Findexable³, la atomización fue un proceso natural, causado por el volumen de actores del sector de tecnología financiera que se detonó especialmente después de la crisis financiera de 2008.

En Estados Unidos la atomización de la industria fue un proceso natural, causado por el volumen de actores del sector de tecnología financiera.

2 The UK Fintech Landscape, Deloitte, 2020. <https://www2.deloitte.com/uk/en/pages/financial-services/articles/uk-fintech-landscape.html>

3 Global Fintech Rankings Report, Bridging the Gap, Findexable, 2021. https://findexable.com/wp-content/uploads/2021/06/Global-Fintech-Rankings-2021-v1.2_30_June.pdf

La tesis que propone esta pieza de investigación es que existe suficiente masa crítica para analizar microecosistemas Fintech de manera desagregada, a fin de conocer sus diferentes estados de madurez, tendencias, necesidades y actores clave.

Las fuentes de información incluyen bases de datos del involucramiento constante de Finnovista en el ecosistema Fintech de la región a través de diversos programas de engagement con startups y otros stakeholders, así como con entrevistas con expertos de cada vertical, que a su vez son casos de estudio que ponen en evidencia el dinamismo de las verticales que se analizan: Insurtech, Lendingtech, Paytech y Wealthtech.

Para cada vertical, se introduce una definición que plantea la realidad que se observa en Latinoamérica, repasando la literatura existente en otras latitudes y complementando con el estado de desarrollo regional. También se abordan las últimas tendencias, dado que la industria en general ha cambiado a un paso muy acelerado desde que estalló la pandemia de Covid-19 a nivel mundial.

Por último, se presentan casos de estudio con empresas emergentes que reflejan dichas tendencias, narrados en primera persona por uno de sus fundadores. Estos ejemplos son evidencia de la evolución que ha tenido el sector Fintech, más allá de la disrupción que éste trajo a la industria bancaria y de servicios financieros en la década pasada.

1

Insurtech



De acuerdo con datos de Swiss Re Institute⁴, América Latina es una región sub-asegurada en comparación con el promedio mundial. Solo el 3% de todas las primas en el mundo se emiten en Latinoamérica, y de esas, el 46% corresponden a Brasil. Otro dato es que se estima que, en promedio, la región cuenta con 2.35% del producto interno bruto (PIB) en términos de cobertura de activos. Esto se debe a que los incentivos de usuarios y aseguradores no están alineados para masificar estos servicios, como sucede con otros servicios financieros.

Como respuesta al mercado, y en línea con las innovaciones tecnológicas que se han observado en otros servicios financieros, Insurtech surge como un sector emergente dedicado a aplicar tecnología a procesos y productos de la actividad aseguradora. El término Insurtech es una abreviación de Insurance Technology, inspirado en el término Fintech, y se define como la aplicación de innovaciones tecnológicas en el sector asegurador⁵.

Queda claro que los servicios bancarios están experimentando un proceso de disrupción; este fenómeno, a su vez, ha destapado nuevas oportunidades de innovación en industrias adyacentes, como la industria aseguradora. Al tener una relación estrecha con el sector financiero, es sin duda lo que sigue en cuanto a cambios importantes en cómo los latinoamericanos entienden y usan los productos de seguros. Actualmente existen alrededor de 210 Insurtech en Latinoamérica⁶. Esto indica que existe un emergente ecosistema de emprendedores e innovadores corporativos que se encuentran desarrollando nuevas soluciones para diferentes segmentos del mercado.

4 América Latina 2021: un largo camino hacia la recuperación, Grupo Swiss Re, junio 2021. <https://www.swissre.com/mexico/articulos-y-publicaciones/america-latina-2021-un-largo-camino-hacia-la-recuperacion.html>

5 Investopedia. <https://www.investopedia.com/terms/i/insurtech.asp>

6 De acuerdo a últimas encuestas de Finnovista aplicadas en países de Latinoamérica, 2021

Tendencias del ecosistema Insurtech de América Latina

SEGUROS INCLUSIVOS Y MICROSEGUROS

Al igual que con la innovación en servicios financieros, la oportunidad y necesidad que existe para masificar productos de seguros es en sí una razón de peso para el auge de seguros inclusivos. Pero, ¿por qué es importante ampliar el mercado de los seguros en América Latina? Históricamente, las aseguradoras se han enfocado en atender segmentos de mercado que son rentables para los productos que han sido capaces de desarrollar.

La vulnerabilidad financiera acentúa la importancia y urgencia de desarrollar productos de seguros inclusivos y accesibles.

Sin embargo, los segmentos socioeconómicos desfavorecidos enfrentan el problema de tener un bajo nivel en educación financiera e ingresos bajos y fluctuantes que les impide cubrir los costos de pólizas de seguro que protejan sus activos más importantes, como la salud o herramientas de generación de ingresos. La vulnerabilidad financiera de estos segmentos acentúa la importancia y urgencia de desarrollar productos de seguros inclusivos y accesibles.

Es importante señalar la relevancia que tienen los seguros para promover la inclusión financiera y el bienestar, ya que el acceso a estos instrumentos no solo permite una protección en salud y vida, sino también la posibilidad de generar un patrimonio. Es aquí donde la industria tiene grandes oportunidades para ofrecer y masificar los microseguros, con modelos de negocio flexibles y adaptables, amplificando sus canales de distribución, sobre todo con productos que realmente atiendan las necesidades de los usuarios. Startups como Betterfly⁷ en Chile, o iunigo⁸ en Argentina, son dos ejemplos de este modelo que permite a los usuarios evaluar, entender y contratar pólizas de seguro que se ajusten a sus necesidades, desde una experiencia completamente digital.

Es importante señalar que los productos de seguros inclusivos (los microseguros, entre ellos) deben de cumplir con una serie de condiciones:

Ser asequibles: ofrecidos a un precio que les permita ser comprados.

Ser sostenibles: que se puedan ofrecer de forma regular.

Ser adecuados: que encajen bien con las necesidades de la población objetivo.

Ser responsables: que ofrezcan una apropiada relación precio/valor.

7 Más información: <https://betterfly.cl>

8 Más información: <https://iunigo.com.ar>

El cliente es quien tiene control absoluto de cómo, cuándo, dónde y qué producto quiere asegurar.

SEGUROS ON-DEMAND

Con el fin de atender las necesidades de los usuarios, surgen los seguros on-demand o también llamados seguros on/off, con los cuales se tiene total flexibilidad, rápida contratación, y la posibilidad de asegurar prácticamente cualquier objeto o incluso seguros de viaje, de accidentes y hasta de salud. Todo bajo la promesa de que el cliente es quien tiene control absoluto de cómo, cuándo, dónde y qué producto quiere asegurar, además de activarlo o desactivarlo desde su smartphone. Con este tipo de seguros no solo se ofrece un mayor acceso sino también se reduce el costo de las pólizas pues las personas pagan solo por lo que realmente están consumiendo.

Los seguros on-demand tienen tres características principales:

- 1 Flexibilidad en la suscripción**
Los usuarios deciden en qué momento pueden activarla, y con ello, obtienen un ajuste de precios de acuerdo al riesgo de cada situación.
- 2 Bajo costo**
Al pagar únicamente por objeto o durante el tiempo real de uso, los costos se reducen considerablemente en comparación al pago de anualidades completas.
- 3 Coberturas diferenciadas**
El mismo objeto puede tener diferente cobertura con base en el uso, ya sea personal o profesional.

En Latinoamérica, hay Insurtech que ofrecen este tipo de soluciones, como: WeCover⁹, que ofrece la posibilidad de asegurar prácticamente cualquier objeto personal; y Miiituo¹⁰, en donde puedes asegurar tu auto solo por los kilómetros que realmente se han recorrido. La oportunidad es tan grande que incluso aseguradoras tradicionales empiezan a probar el modelo on-demand, como es el caso de Zurich Now¹¹, un producto de Zurich con el cual los usuarios pueden asegurar los artículos personales que más utilizan con un par de clics.

9 Más información: <https://wecover.co>

10 Más información: <https://www.miiituo.com>

11 Más información: <https://www.zurich.com.ar/es-ar/zurichnow>

INSURTECH AS A SERVICE

La idea de Insurtech como servicio surge como una propuesta 100% digital que adicionalmente reduce los costos, agiliza la implementación e integración, garantiza la escalabilidad y, sobre todo, permite modelos operativos dinámicos adaptables tanto a aseguradoras como a las insurtech.

La gran ventaja del modelo no solo está en ser una solución plug and play, sino también que, en su mayoría, aporta el análisis de big data para aumentar el entendimiento del usuario, llevando la personalización de los servicios un paso adelante, tanto ofreciendo la omnicanalidad, la atención al cliente personalizada en tiempo real, e incluso inteligencia artificial emocional.

Estas soluciones Insurtech as a service pueden implementarse para:



Digitalización de procesos internos

Permitiendo dinamizar procesos administrativos.



Digitalización de servicios básicos

Como la adquisición, la administración de datos, detección de fraude, o incluso la atención al cliente.



Digitalización completa

Ajustándose a las necesidades específicas de la aseguradora tanto para digitalizarse internamente como al usuario.

La cuestión hoy en día es cuándo la industria tradicional se pondrá al día con la digitalización.

La pregunta hoy no es si la industria aseguradora se digitalizará o no, la cuestión es cuándo los jugadores tradicionales se pondrán al día con la digitalización. Actualmente la velocidad importa más que nunca: los usuarios toman decisiones en 60 segundos, quieren entregas de un día a otro, demandan una atención inmediata, y prefieren consumir solo aquellos servicios que cubren ese sentido de inmediatez, que ofrecen servicios simples, transparentes, justos y que, además, tienen una excelente atención al cliente.

Existen 123 seguros¹² que operan como Insurtech as a service en Latinoamérica, que junto a una aseguradora desarrollaron un seguro 100% digital y personalizado para comercios en Argentina, permitiendo que los propietarios del negocio aseguren desde maquinaria, equipo, inmuebles, inventarios y prácticamente cualquier activo físico que sea relevante para la operación. Adicionalmente,

12 Más información: <https://www.123seguro.com.ar/seguros/comercio>

Jooycar co-crearon y lanzaron en 2016 Autoplay¹³, que por medio de tecnología y procesamiento de big data, ofrece una póliza telemática para usuarios chilenos para monitorear su auto y consultar sus patrones de conducción, a fin de personalizar el costo de la póliza.

No hay duda en que las Insurtech permiten crear nuevos y mejores productos basados en los usuarios, apalancándose de tecnologías capaces de digitalizar tanto procesos internos como procesos específicos hacia los usuarios, e incluso una digitalización completa. Las Insurtech están transformando al sector asegurador haciéndolo más simple y accesible para impactar a más usuarios que antes no tenían acceso.

13 Más información: <https://seguros.sura.cl/movilidad>

Por Arturo Sánchez, CEO de Sofía

Acerca de Sofía

Empresa

Sofía Salud, S.A.

Misión

Crear valor duradero que impacte la vida de millones de personas.

Fundadores

Arturo Sánchez
Sebastián Jiménez
Manuel Andere

Año de fundación

2018

HQ

México

Página web

sofiasalud.com

Sofía es una empresa de salud y tecnología que creó un seguro de salud completo para cubrir gastos médicos menores, mayores y preventivos, convirtiéndose en una propuesta de valor única en el mercado.

Típicamente, los seguros médicos se enfocan en el componente catastrófico y solo si le pasa algo muy grave al usuario, se activan. Sofía es muy diferente ya que actúa de manera preventiva antes de que le pase algo al usuario, tomando acciones para cuidar su salud. De hecho, la primera interacción que tiene un usuario al contratar Sofía es una consulta de bienvenida con quien será su médico de cabecera, y este médico le da algunas recomendaciones de qué cosas podría cambiar en su estilo de vida para ponerse en un mejor track de salud.

Otro de nuestros diferenciadores es la estrategia de comunicación. En las aseguradoras tradicionales, esta no suele ser suficientemente clara, lo que provoca que las personas se lleven sorpresas posteriores. Probablemente esta falta de claridad tiene que ver con la urgencia del agente para cerrar la venta, llegando a obviar ciertos aspectos de suma importancia para el usuario, como las exclusiones o los periodos de espera de ciertas coberturas. Dada esta experiencia, Sofía aspiramos a que desde el momento de contratación, nuestros usuarios conozcan y entiendan lo que están comprando y, si su póliza no cubre algún siniestro, se lo explicamos claramente y con un lenguaje muy simple para que pueda tomar una decisión informada.

Parte de la visión de Sofía es convertirnos en una plataforma que habilite a otras compañías a innovar en salud, como podría ser Reina

Madre¹⁴, salaUno¹⁵, EVA¹⁶ o incluso un GenoBank¹⁷, provocando un mayor dinamismo y evolución en el sector salud. Por ahora, dentro del seguro de Sofía ofrecemos además los servicios de Yana, aplicación que brinda acceso a innovadoras herramientas de salud mental por medio de un *chatbot*, que representan una alternativa viable para el tratamiento de salud mental, que además, encaja con nuestra visión y modelo de negocio.

Modelo de negocio en Sofía

En insurtech, a diferencia de lo que pasa en Fintech, no se tienen necesariamente que crear modelos de negocio disruptivos, porque el modelo de seguros está muy bien estudiado y con indicadores clave de desempeño (KPIs por sus siglas en inglés) estándar, dando una dirección clara de hacia dónde ir económicamente.



En el caso de Sofía, las personas contratan su seguro ya sea mensual o anual, y con eso acceden a los servicios preventivos, cobertura de gastos menores y cobertura de gastos mayores en caso de ser requerido.



Nosotros llevamos a cabo todo el acompañamiento, y en caso de requerir que se pague alguna atención médica.



Desde Sofía cubrimos el 70% de esos costos, adicional de tener la garantía de que el usuario nunca va a pagar más de \$50 mil pesos en un año, con una cobertura máxima de \$1 millón y medio de pesos.

14 Fundada en 2014, Reina Madre es la primera red de clínicas de la mujer en el país que mediante un modelo innovador de negocios ofrece servicios de alta calidad en gineco-obstetricia y pediatría a un precio +/-30% más bajo que competidores de calidad similar. Más información: <https://www.reinamadre.mx>

15 Fundada en 2010, salaUno está especializada inicialmente en oftalmología, donde buscan erradicar la ceguera innecesaria. Más información: <https://salauno.com.mx>

16 Fundada en 2016, Eva es la tecnología de salud mamaria más inteligente y no invasiva. Más información: <https://evacenter.com>

17 Permite a los usuarios establecer la propiedad y el control de sus datos genómicos utilizando una billetera de ADN descentralizada, basada en blockchain y tokens no fungibles (NFT). Más información: <https://genobank.io>

En México, cerca del 7% de la población tiene un seguro de salud, pero también simultáneamente hay un nivel de gastos directos muy alto en este mismo rubro.

Nuestra hipótesis es que debería haber más gente con acceso a una protección que le permita reducir su gasto directo en salud y tener desembolsos mucho más predecibles e incluso programados. Con eso en mente, la hipótesis central de negocios es identificar a estas personas que hasta hoy no han encontrado un producto que cubra esa necesidad para que adquieran estas coberturas.



Esta población tiende a estar en zonas urbanas, es relativamente joven, de 25 a 35 años, y está muy acostumbrada a una vida digital, es decir, probablemente tiene alguna suscripción a algún servicio mensual de Spotify o Netflix, no tiene miedo de usar su tarjeta en internet. En el ámbito de salud, estas personas ven valor en el cuidado preventivo y uno de sus máximos incentivos es mejorar el cuidado de su salud.

Retos para crear una Insurtech en Latinoamérica

Existe una barrera gigante para trabajar en Insurtech pues actualmente la regulación no tiene un modelo que permita la experimentación fácil y rápida. Por lo tanto, un emprendedor o emprendedora en este sector tiene dos opciones:

- 1** Registrarse como una aseguradora formal, lo cual es un proceso tardado –dos años mínimo– y requiere una infraestructura como compañía bastante robusta, ya que los reguladores exigen tener comités, funcionarios con experiencia en el sector y regulación, entre otros requerimientos. La carga de trabajo es importante, y el mayor obstáculo es que se necesitan tiempo y recursos para sustentar la operación a largo plazo.
- 2** Asociarse con alguna aseguradora regulada y trabajar con ellos de distintas maneras. Por ejemplo, existe el modelo de bróker, que funciona como un canal de adquisición y se puede modernizar mucho haciéndolo digitalmente. También hay modelos como Managing General Agent, como es

Para cambiar profundamente la industria de los seguros es necesario tener control de toda la experiencia de usuario.

el caso de Súper¹⁸, que permite hacer mucho más y tener control con la experiencia del usuario. Sin embargo, al final del día es la aseguradora con la que se llega a un acuerdo y la que paga a los usuarios en caso de siniestros.

Desde Sofía, creemos que para cambiar profundamente la industria de los seguros es necesario tener control de toda la experiencia de usuario, incluyendo el momento crucial cuando tienes que pagarle a la persona. Haber empezado una aseguradora desde cero tiene sus pros y contras, y fue un proceso tardado, pero tener un registro como aseguradora nos permite esa flexibilidad al desarrollar el producto y la personalización al cliente para satisfacer sus necesidades de la mejor forma posible, y durante todo el ciclo de consumo.

Un factor esencial al formar una Insurtech es contar con un socio re-asegurador, que en nuestro caso es RGA¹⁹. Ellos toman una buena parte de riesgo dentro del modelo de negocio, además de respaldar los requerimientos de capital. Otro de los grandes beneficios al tenerlos como socios es que nos apalancamos de su experiencia para diseñar mejores productos, usando datos que ellos ya han observado. Y el valor que nosotros agregamos a los reaseguradores es ofrecerles la oportunidad de ser parte del cambio ágil que la industria requiere para evolucionar.

El futuro del sector Insurtech en Latinoamérica

Hablando en general del sector, creo que hay muchas oportunidades para innovar, pero nos encasillamos en la frase “en México no hay cultura del seguro”. Esta afirmación pone la responsabilidad de no asegurarse en las personas cuando es completamente lo contrario. Por ejemplo, que al comprar algún electrónico caro te ofrecieran la opción de asegurarlo para vivir con la tranquilidad de que si algo le pasa, no quedas en ceros.

18 Súper construye productos de seguros radicalmente simples para América Latina. Sin ajustadores, reclamos automatizados, pagos garantizados. Más información: <https://www.super.mx>

19 Reinsurance Group of America, Incorporated (NYSE: RGA) es una de las compañías de reaseguro de vida y salud más grandes del mundo. Más información: <https://www.rgare.com>

La industria aseguradora históricamente ha perdido de vista las necesidades de los usuarios con tal de encajar en las formas y modelos que el sector tiene por default.

Esta acción no va a cambiar la cultura de las personas, solo está haciendo mucho más accesible la posibilidad de asegurar y está ofreciendo una propuesta de valor que tiene sentido para esa persona. El break down no es "la gente no tiene una cultura del seguro"; está más relacionado en que la industria no ha sabido crear los productos que resuelven necesidades de las personas, y esto abre la oportunidad para expandir opciones y pasar a un "no hay suficientes productos hechos a las necesidades del consumidor, como para que la gente los quiere adquirir".

La industria aseguradora históricamente ha perdido de vista las necesidades de los usuarios con tal de encajar en las formas y modelos que el sector tiene por default. Como Insurtech, tenemos la oportunidad de crear productos enfocados en el usuario, pues aun cumpliendo con toda la regulación, no se debe perder de vista que el valor que debes crear como emprendedor es hacia el usuario y no hacia una entidad regulatoria o socio comercial. Esa es la forma de crear más valor en la sociedad, otorgando valor a los usuarios.

Estamos en un contexto de Fintech importante: ya hay bastantes bancos digitales y el número de usuarios está en los cientos de miles o incluso millones; se ha logrado la implementación de mucha tecnología y que ya se superó la etapa de los ejercicios teóricos; y además se cuenta con resultados y cifras impactantes. Es momento de que la industria Insurtech se mueva hacia la misma dirección y siga impulsando la disrupción dentro de uno de los sectores más tradicionales.

INSUR-TECH

El término Insurtech es una abreviación de Insurance Technology, inspirado en el término Fintech, y se define como la aplicación de innovaciones tecnológicas en el sector asegurador.



PANORAMA DEL SECTOR INSURTECH EN LATINOAMÉRICA

El acceso a Insurtech no solo permite una protección en salud y vida, sino también la posibilidad de generar un patrimonio, inclusión financiera y bienestar.

Las Insurtech están transformando al sector asegurador haciéndolo más simple y accesible para impactar a más usuarios que antes no tenían acceso.

SOLO EL 3%

de todas las primas en el mundo se emiten en Latinoamérica, y de esas

46% corresponden a Brasil.



RETOS PARA EL SECTOR INSURTECH

Ofrecer y masificar los microseguros, con modelos de negocio flexibles y adaptables, amplificando sus canales de distribución, sobre todo con productos que realmente atiendan las necesidades de los usuarios.

Actualmente la regulación no tiene un modelo que permita la experimentación fácil y rápida.

210
EN LATAM



- 22** ARGENTINA
- 115** BRASIL
- 12** CHILE
- 12** COLOMBIA
- 39** MÉXICO
- 1** PERÚ
- 9** RESTO DE LATAM

RETOS PARA LAS INSURTECH

- 42%** Escalabilidad
- 17%** Financiamiento
- 17%** Innovación
- 25%** Otros



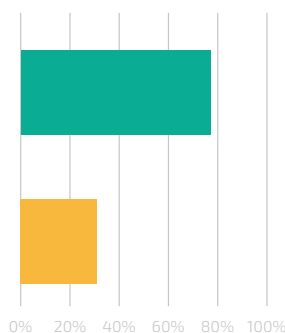
PERCEPCIÓN DE SU PRINCIPAL COMPETENCIA

- 64%** Otras Fintech
- 27%** Instituciones aseguradoras tradicionales
- 9%** Agencias de consultoría



PERCEPCIÓN ANTE LA REGULACIÓN

- 77%** Consideran que su actividad debería ser regulada
- 31%** Consideran que hay una FUERTE apertura al diálogo por parte de los reguladores hacia la industria



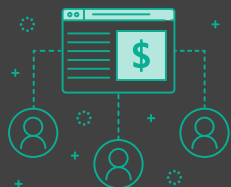
PERCEPCIÓN DEL IMPACTO EN EL SECTOR CAUSADO POR COVID-19

- 77%** Impacto positivo
- 15%** Impacto negativo
- 8%** Sin impacto



2

Lendingtech



Además de los avances tecnológicos en Insurtech, otro de los catalizadores de cambio de la industria financiera son los préstamos digitales o empresas de Lendingtech, que son proveedoras de soluciones crediticias digitales para personas y empresas. En una región subbancarizada como América Latina, en donde actualmente existen alrededor de 491 empresas Lendingtech²⁰ y quienes han comenzado a cerrar la brecha de acceso al crédito que existe, y que es consecuencia de una concentración importante de servicios bancarios y financieros en segmentos del mercado que son excesivamente rentables para los proveedores tradicionales. Acercar a los usuarios finales con la liquidez que necesitan, de una manera eficiente y por canales digitales, es la oportunidad que ha detonado el surgimiento de empresas como ADDI²¹ o soluciones de préstamos digitales embebidos como Atrato²².

¿Cuáles factores han permitido la proliferación de empresas Lendingtech?

- 1 | Tecnología accesible
- 2 | Open Finance
- 3 | Fuentes de liquidez

20 De acuerdo a últimas encuestas de Finnovista aplicadas en países de Latinoamérica, 2021

21 Más información: <https://co.addi.com>

22 Más información: <https://www.atratopago.com>

En primer lugar, el costo de la tecnología utilizada para administrar las operaciones de una empresa Lendingtech es más accesible gracias a los avances tecnológicos de los últimos años. Esto implica que los emprendedores de esta vertical tienen a su alcance tecnologías cada vez más sofisticadas como herramientas de “conoce a tu cliente” o KYC (por las siglas en inglés de know your client), sistemas avanzados de cobranza, APIs para acceder a información financiera de los usuarios y otras herramientas que les permiten crear modelos de puntaje crediticio sofisticados para minimizar riesgos al momento de suscribir créditos. En América Latina existen emprendimientos dedicados a ofrecer soluciones de puntaje alternativo y actualmente operan al menos tres empresas dedicadas a la gestión de APIs de Open Finance.

Uno de los factores clave para la masificación de productos Lendingtech en la región es el acceso y la construcción de historiales crediticios de personas y empresas. A nivel mundial, el movimiento de finanzas abiertas, u Open Finance, es un fenómeno que le está cambiando la cara a la industria financiera. La promesa del Open Finance es que los usuarios sean los dueños de sus datos financieros, y que puedan compartirlos con los proveedores de servicios financieros de su preferencia.

Esto supone un cambio de paradigma importante en el sector, dado que históricamente los bancos y otras instituciones financieras han resguardado los datos de sus usuarios para hacer uso de ellos internamente. Existen diversos enfoques bajo los cuales el Open Finance es hoy una realidad que está en proceso de convertirse en la nueva normalidad de la industria financiera. A nivel mundial, son cuatro los enfoques:

- A** Como requisitos a regulaciones vigentes
- B** Como regulación por modelos de deuda
- C** Como habilitadores tecnológicos
- D** Por iniciativas de la industria y/o regulación.

Estas tendencias han facilitado la proliferación de productos Lendingtech que se especializan en ofrecer soluciones crediticias con un alto nivel de sofisticación. Esto a su vez ha captado la atención de inversionistas institucionales, ampliando así el acceso y diversificación de fuentes de liquidez más allá de modelos tradicionales de capitalización con instituciones financieras. El capital de riesgo y los nuevos modelos de financiamiento, como la deuda de riesgo, son fuentes de capital que han apostado por proveer liquidez a las Lendingtech

de la región latinoamericana, no sólo por el tamaño de la oportunidad sino también por la atractiva rentabilidad que supone administrar riesgos que, con los modelos desarrollados por las empresas Lendingtech, han disminuido de manera importante.

Tendencias Lendingtech de América Latina

BNPL

Una tendencia global importante para no perder de vista es el auge de las soluciones "compra ahora, paga después" o BNPL (por las siglas en inglés de *buy now, pay later*). Bajo este modelo, el proveedor BNPL cobra comisión a las tiendas o marcas por cada venta que ayuda a cerrar en canales digitales o en punto de venta. También monetiza con intereses simples que cobra a usuarios con mal o inexistente historial crediticio. Para quienes tienen buen historial crediticio, la propuesta de valor reside en que los pagos diferidos de sus compras a través de la plataforma no generan interés.

Este modelo es muy similar a los programas de meses sin intereses con tarjetas de crédito, que los retailers latinoamericanos proporcionan en alianza con diversos bancos. La ventaja de las soluciones BNPL reside en que facilitan el crédito al consumo sin intereses a través de una experiencia digital sin fricciones y sin los costos asociados con la adquisición y mantenimiento de una tarjeta de crédito. En América Latina existen al menos 487 startups de Lendingtech, de las cuales el 12% está ofreciendo este tipo de solución, logrando alinear incentivos entre comercios y sus clientes, y que pretenden desplazar a las tarjetas de crédito, cuyo modelo de ingresos se apalanca enteramente de los consumidores a través de intereses, comisiones y otros costos.

CROWDLENDING

Los préstamos entre personas (conocidos como P2P Lending) han ganado popularidad en los últimos años, especialmente aquellos que se especializan en proveer capital de trabajo a las pequeñas y medianas empresas (pymes). Desde la perspectiva de los solicitantes de liquidez, el simple hecho de contar con una alternativa a los costos financieros y de tiempo que supone solicitar un préstamo ante un banco, ya es una ganancia. Desde la perspectiva de los inversionistas, generalmente invertir en préstamos empresariales supone una rentabilidad por encima de otros instrumentos de inversión, aunque con riesgos asociados.

Caso de estudio

Por Fernando Padilla, CEO de Lendera

Acerca de Lendera

Empresa

Lendera Crowdfunding,
S.A.P.I. de C.V.

Misión

Queremos revolucionar las finanzas en México, probar que existen alternativas para hacer crecer el dinero de todos los mexicanos creando herramientas digitales que fomenten la inversión y el desarrollo en/de empresas mexicanas.

Fundadores

Fernando Padilla
Jorge Amione

Año de fundación

2016

HQ

México

Página web

lendera.mx

Inicié mi carrera profesional en el sector industrial. Uno de mis principales retos al cumplir 10 años laborando para una empresa con 40 años de trayectoria, era modernizar la maquinaria y equipo de la fábrica. A pesar de que la firma tenía una cuenta bancaria y un historial con exactamente los mismos años de antigüedad, y en el mismo banco, no logramos que le otorgaran un préstamo.

En 2006 se abrió en México el modelo de la SOFOMES²³, instituciones financieras que podían prestar dinero de manera formal e institucional y que estaban enfocadas en generar más inclusión financiera y mayor penetración a los sectores desatendidos. En 2017 nació Pretmex²⁴, una SOFOME dedicada a resolver la necesidad de financiamiento de una pyme, con procesos fáciles y rápidos, y que además conecta con el empresario para entender cómo funciona su negocio y cómo lo administra a fin de encontrar el cómo sí darle financiamiento.

Inicialmente, en Pretmex desarrollamos productos de crédito, arrendamiento, factoraje, e inclusive crédito a los trabajadores de estos empresarios, y aunque empezamos de una forma muy tradicional, hoy somos 100% digitales, usando procesos con inteligencia artificial, análisis de *big data* y una gran infraestructura tecnológica que nos soporta.

El mundo de Crowdfunding y Crowdlending era una de las áreas de mayor crecimiento en países desarrollados, pero en México todavía no existía, y veíamos esa necesidad de ofrecer a los inversionistas

23 Las Sociedades Financieras de Objeto Múltiple son sociedades anónimas que cuentan con un registro vigente ante la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), y cuyo objeto social principal es la realización habitual y profesional de una o más de las actividades de otorgamiento de crédito, arrendamiento financiero o factoraje financiero. Más información: <https://www.cnbv.gob.mx/SECTORES-SUPERVISADOS/OTROS-SUPERVISADOS/Descripción-del-Sector/Paginas/SOFOMES-Reguladas.aspx>

24 Más información: <https://www.pretmex.com>

la oportunidad de poner a trabajar su dinero, al tiempo que cubrían la necesidad de financiamiento de las pymes. Exploramos fuera de México estas soluciones y tuvimos varias conversaciones para aliarnos con empresas europeas y traer el modelo a Latinoamérica, sin embargo, no corrimos con suerte.

Sin desistir en la búsqueda, descubrí que Jorge, uno de mis compañeros de equipo con los que jugaba fútbol, trabajaba en una SO-FOME de factoraje a pymes. Platicamos sobre lo que quería hacer y Jorge coincidía con la visión, así que decidimos hacerlo juntos y al día siguiente empezamos a desarrollar el modelo de negocio de lo que hoy es Lendera, con el objetivo de ofrecer financiamiento a las pymes, pero también de construir una comunidad de inversionistas que tengan todas las garantías y seguridad para invertir su dinero. Tras varias conversaciones y reuniendo toda nuestra experiencia en el sector, decidimos que a través del arrendamiento podíamos cumplir esas promesas para los inversionistas, porque su inversión se tangibiliza en capital de trabajo para las empresas.

Una vez operando Lendera, salimos a ver quién más en el mundo estaba desarrollando el modelo de Crowdfunding para conocer sus ideas e innovaciones, sin embargo, nos dimos cuenta que el concepto aún no existía, y que éramos los primeros en el mundo hacer arrendamiento colectivo.

Modelo de Crowdfunding y Crowdlending

En Crowdfunding y Crowdlending hay dos jugadores: el solicitante y los inversionistas.



Los solicitantes son empresas que buscan comprar, adquirir y/o renovar cualquier tipo de activo (maquinaria o equipo). Una vez que realizan su solicitud digitalmente, analizamos la información de la compañía y, una vez aprobada, el cliente decide qué maquinaria o equipo requiere.



Ese es el producto que se publica en la plataforma y que pueden elegir los inversionistas.

Del lado de este otro jugador, tenemos cerca de 15 mil inversionistas activos y 130 inversionistas institucionales, quienes tienen dos formas de invertir dentro de Lendera:

1

Co-propiedad - Crowdfunding

Todos participan para adquirir la maquinaria o equipo, y el acuerdo está sujeto a un contrato de arrendamiento con la empresa. Ésta paga periódicamente rentas a Lendera, mismas que se distribuyen proporcionalmente entre los co-propietarios que invirtieron. Terminado el contrato de arrendamiento, Lendera puede comprar el activo para que la empresa lo adquiera a su totalidad, o gestionar la venta, para darle un retorno a los inversionistas.

2

Acreedor - Crowdlending

Bajo un modelo de crowdfunding, los inversionistas aportan capital, que se instrumenta hacia la empresa como deuda. Quienes invirtieron reciben su inversión más una tasa de interés.

El monto mínimo para invertir en Lendera son \$250 pesos (13 dólares aproximadamente) haciendo muy factible que cualquier persona pueda entrar. Quienes participan en la inversión son típicamente gente externa a la empresa pero también los mismos empleados invierten. Ofrecemos TIRs (tasa interna de retorno) de 19% en promedio.

Evolución de los usuarios y adopción tecnológica

Los modelos de Crowdleasing son modelos muy nuevos en el mundo; en México, de todos los productos financieros, el arrendamiento solo representa el 5%, a pesar de que es uno de los productos más básicos para cualquier negocio. Del lado de las empresas, aún les cuesta trabajo entender cómo funciona el modelo y los beneficios que les puede ofrecer, pero una vez que lo hacen con Lendera quieren repetirlo, no solo por el producto financiero, sino porque abrimos la posibilidad de que sus propios colaboradores sean inversionistas; de esta forma, pueden conectar con su fuerza laboral y fortalecer la cultura y la confianza de sus colaboradores.

La mezcla de Crowdfunding con Crowdleasing sigue siendo un mercado en fase de early adopters, y seguimos en el proceso de evangelización. Pero considerando que hay una cantidad importante de dinero de gente de clase media estacionado en cuentas de banco o "bajo del colchón", pronosticamos que el crecimiento de inversionistas sea exponencial y de triple dígito, pues les estamos ofreciendo alternativas accesibles para poner su dinero a trabajar.

Hoy estamos enfocados en el financiamiento para pymes, operando de forma 100% digital, y ofreciendo financiamiento desde \$100 mil pesos y hasta \$40 millones de pesos (limitado y supervisado por la regulación en México). No solo nos enfocamos en empresas tradicionales; este año decidimos crecer a otros sectores: actualmente tenemos publicadas oportunidades verdes en conjunto con Ecoshell, y próximamente nos enfocaremos en oportunidades sociales, o en empresas lideradas por mujeres, dos sectores que requieren financiamiento y que están impulsando la adopción tecnológica.

El futuro del sector Lendingtech en Latinoamérica

El financiamiento de pymes va a seguir creciendo a doble dígito, porque aunque el sector bancario ha volteado a ver este sector, la penetración de financiamiento en México está debajo de 35%. Por otro lado, la regulación del Crowdfunding va a detonar más certidumbre; en México estamos en la fase final de la primera etapa y las plataformas pioneras que estaremos autorizadas seguiremos cubriendo esa gran necesidad que se tiene en el país. Del lado de la demanda, las personas y negocios utilizan más la tecnología y cada vez están más informados, lo que les permite conocer y tener acceso a múltiples fuentes de financiamiento que suelen ser más accesibles y flexibles que las del sistema tradicional.

El sector financiero no bancario va a seguir creciendo en todas sus modalidades, muchos convirtiéndose en Fintech, y en el mundo de Crowdfunding van a haber más jugadores por lo que este segmento de la industria va a crecer rápidamente. Incluso a pesar de las barreras que hoy tiene la regulación, mientras siga existiendo demanda, habrá nuevas soluciones tecnológicas que detonar.

El siguiente paso es que las empresas conecten no solamente a nivel local, sino que empiecen a expandirse a otros países. En el caso de Lendera, desde el día uno tenemos claro que Crowdleasing y Crowdlending son modelos exportables, porque hay inversionistas en países desarrollados como Estados Unidos, España y Francia, donde las tasas de retorno que pagan, al menos en México, son sumamente atractivas.

Del lado de los solicitantes también hay mercado, pues las pymes de Latinoamérica comparten la misma necesidad y barreras para obtener financiamiento dentro del sistema tradicional. Obviamente el gran reto son las regulaciones que hay en cada país, pero creemos que la regulación que ha logrado tener México, que tiene cierta sofisticación, nos pone en una muy buena pauta para adaptarnos de manera relativamente fácil a las regulaciones de otros países.

La regulación que ha logrado tener México, que tiene cierta sofisticación, nos pone en una muy buena pauta para adaptarnos de manera relativamente fácil a las regulaciones de otros países.

LENDING-TECH

El término Lendingtech hace referencia a los préstamos digitales, empresas que son proveedoras de soluciones crediticias digitales para personas y empresas.



PANORAMA DEL SECTOR LENDINGTECH EN LATINOAMÉRICA

En una región subbancarizada como América Latina, las empresas Lendingtech han comenzado a cerrar la brecha de acceso al crédito que existe.

La mezcla de Crowdfunding con Crowd-leasing sigue siendo un mercado en fase de early adopters.



RETOS PARA EL SECTOR LENDINGTECH

La regulación del Crowdfunding va a detonar más certidumbre y las plataformas pioneras que estarán autorizadas seguirán cubriendo esa gran necesidad que se tiene la región.

Las Lendingtech conecten no solamente a nivel local, sino que empiecen a expandirse a otros países.

Las regulaciones que hay en cada país, que al tener cierta sofisticación, ponen una pauta para adaptarse y aplicarse en otros países.

491
EN LATAM



- 68** ARGENTINA
- 135** BRASIL
- 17** CHILE
- 79** COLOMBIA
- 105** MÉXICO
- 30** PERÚ
- 57** RESTO DE LATAM

RETOS PARA LAS LENDINGTECH

- 32%** Escalabilidad
- 25%** Financiamiento
- 17%** Innovación
- 26%** Otros



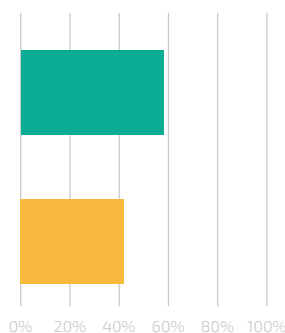
PERCEPCIÓN DE SU PRINCIPAL COMPETENCIA

- 62%** Otras Fintech
- 36%** Instituciones financieras tradicionales
- 2%** Agencias de consultoría



PERCEPCIÓN ANTE LA REGULACIÓN

- 58%** Consideran que su actividad debería ser regulada
- 42%** Consideran que hay una FUERTE apertura al diálogo por parte de los reguladores hacia la industria



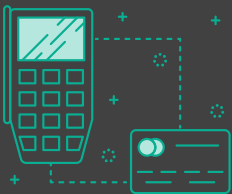
PERCEPCIÓN DEL IMPACTO EN EL SECTOR CAUSADO POR COVID-19

- 53%** Impacto positivo
- 26%** Impacto negativo
- 21%** Sin impacto



3

Paytech



Según la revista *Fintech Times*, Paytech se define como “empresas Fintech que usan tecnología para habilitar la transferencia electrónica de valor, generalmente enfocadas en hacer los pagos más rápidos, seguros y que puedan hacerse fácilmente desde cualquier lugar”²⁵. Actualmente existen alrededor de 601 Insurtech en Latinoamérica²⁶.

En América Latina, la adopción de estas soluciones por parte de usuarios y comercios ha incrementado considerablemente como consecuencia del boom del e-commerce que detonó la pandemia del Covid-19. Se estima que 10.8 millones de usuarios latinoamericanos hicieron una primera compra en línea durante el confinamiento²⁷.

Se tiene la percepción errónea de que Fintech se trata únicamente de Paytech. Pero sí es razonable decir que gran parte de la innovación en este sector ha sucedido bajo el surgimiento de estas empresas, y que sin la transferencia de valor a través de canales digitales, no sería posible ofrecer otros servicios financieros como créditos, inversiones o seguros. También es interesante observar que esto es consecuencia de que la innovación del sector financiero ha sido detonada principalmente por el surgimiento y éxito de las billeteras digitales, así como por regulaciones que, en casos como México, están ya implementadas.

Si bien las tendencias de adopción de métodos de pago digitales se observan en ascenso en toda la región, es imposible ignorar el uso generalizado del efectivo, que con todo y sus riesgos asociados, sigue siendo el método de pago preferido por los latinoamericanos según el Banco Central de Chile²⁸. En este país, el nivel de preferencia del efectivo se sitúa entre 75% y 78%, lo cual es

25 Harrison, Polly Jean, Intro to Fintech: Paytech, *Fintech Times*, 2020. <https://thefintechtimes.com/intro-to-fintech-paytech/>

26 De acuerdo a últimas encuestas de Finnovista aplicadas en países de Latinoamérica, 2021

27 Ceurvels, Matteo, Latin America Ecommerce, *eMarketer*, 2020. <https://www.emarketer.com/content/latin-america-ecommerce-2020>

28 Banco Central de Chile, 2020. <https://www.bcentral.cl/documents/33528/133217/cfc02072020.pdf/30718cae-d3d9-394b-2fc0-065dd884a718?t=1593703025207>

muy alto si se considera que Chile es el país con la tasa de bancarización más alta de la región, con un 74.3%²⁹.

En México, 47% de las transacciones de e-commerce suceden con tarjetas de débito, mientras que las billeteras digitales se llevan el 19%³⁰ de ese espacio. Esto apunta a que no solo existen diferentes jugadores compitiendo por crear redes de pagos entre personas y comercios, sino que diferentes métodos compiten entre sí al momento de cada transacción para agregar valor a los usuarios. Se estima que para 2022, en toda América Latina el 18% de los pagos en e-commerce y el 9% de los que se realicen en punto de venta sea por medio de wallets³¹, pero los retos de confianza, seguridad y aceptación en comercios siguen representando barreras que las Paytech latinoamericanas buscan derribar.

Se estima que para 2022, en toda América Latina el 18% de los pagos en e-commerce y el 9% de los que se realicen en punto de venta sea por medio de wallets.

Regulación: catalizador de innovación

Gran parte de los esfuerzos para regular a las iniciativas de tecnología financiera en toda la región han sido focalizados en las empresas Paytech. Tal es el caso de la Ley Fintech en México³², que si bien contempla otros esquemas de modelos innovadores, hasta el momento solo se han implementado las normativas en relación a las instituciones de fondos de pago electrónico (IFPEs, como lo define la Ley Fintech) y los modelos de fondeo colectivo o Crowdfunding.

En Brasil recientemente se ha implementado con gran éxito la iniciativa de pagos en tiempo real del Banco Central llamada Pix, que permite la interoperabilidad total de los actores del sistema financiero con los usuarios³³. A finales de 2020, en Argentina se lanzó el nuevo plan "Transferencias 3.0", avalado por el Banco Central³⁴, cuyo objetivo es impulsar la innovación, lograr la interoperabilidad en el ecosistema de pagos argentino, y regular las funciones, y no a los participantes, dentro de todas las transacciones digitales.

29 X Informe de Medios de Pago, Minsait, 2020. <https://mediosdepago.minsait.com/es>

30 E-commerce Payments Trends: México, JP Morgan, 2019. <https://www.jpmorgan.com/europe/merchant-services/insights/reports/mexico>

31 Global Retail Payments Trends Report, Fis Global, 2020. <https://www.fisglobal.com/en/insights/merchant-solutions-worldpay/research-and-reports/global-retail-payment-trends-report>

32 Normatividad Fintech, Comisión Nacional Bancaria y de Valores, México, 2018. <https://www.cnbv.gob.mx/SECTORES-SUPERVISADOS/Fintech/Paginas/NORMATIVIDAD-FINTECH.aspx>

33 Banco Central de Brasil. <https://www.bcb.gov.br/estabilidadefinanceira/pix>

34 Banco Central de la República Argentina, 2020. <https://www.bcra.gob.ar/Noticias/Transferencias-3-0-Preguntas-y-respuestas.asp#:~:text=Transferencias%203.0%20es%20un%20programa,más%20eficientes%2C%20baratos%20y%20seguros>

También el Banco Central de Chile ha revisado la regulación aplicable a operadores de tarjetas de pago y proveedores de servicios de pago con el fin de incorporarles mayor proporcionalidad y facilitar la entrada de nuevos participantes en la adquirencia. Adicionalmente, está trabajando en una propuesta de regulación flexible y adaptable para promover innovaciones en los sistemas de pagos de bajo valor, con la finalidad de ampliar las oportunidades para los usuarios y diversificar los medios de pago disponibles en el sistema financiero.³⁵

En Latinoamérica, se ha observado el surgimiento de iniciativas como sandboxes regulatorios y hubs de innovación que tienen como objetivo fortalecer la comunicación entre el sector y los reguladores. Si bien se ha avanzado poco para implementar reglas claras para todo el sector Fintech, hasta ahora se observan tres enfoques regulatorios en la región:

- 1 Los que quieren proteger al usuario.
- 2 Los que buscan el funcionamiento eficiente e interoperable del sistema financiero.
- 3 Los que pretenden asegurar el status quo de la industria.

Criptomonedas: una tendencia emergente

La pandemia de Covid-19 ha acelerado la adopción de tecnologías como Blockchain.

En los últimos años se ha observado una creciente adopción de las billeteras de cripto en todo el mundo, y América Latina no es ajena a este fenómeno. Especialmente en países como Venezuela y Argentina, donde factores como la volatilidad y la inflación repercuten en la economía del día a día, las transacciones con stablecoins u otros cripto activos se han acelerado de manera importante.

Por otra parte, la pandemia de Covid-19 ha acelerado la adopción de tecnologías como Blockchain. En Latinoamérica cerca del 15% de las instituciones financieras utilizan esta tecnología dentro de sus procesos de negocio, mientras que dentro del sector Fintech, esta cifra se eleva hasta el 50%³⁶.

35 Banco Central de Chile, 2021. <https://www.bcentral.cl/contenido/-/detalle/consulta-hasta-el-07052021>

36 Blockchain en el sector financiero latinoamericano, Finnovista, 2021. <https://www.finnovista.com/informe/blockchain-en-el-sector-financiero-de-latam/>

Incluso las personas empiezan a visualizar los beneficios de transferir dinero de sus monedas locales a una moneda más estable, como es el caso de los stablecoins. Del mismo modo, la criptomoneda ofrece un método rápido, seguro y con un menor costo para enviar remesas, pues por cada 200 dólares enviados, el costo es aproximadamente de 10 dólares en sistemas tradicionales mientras que al hacerlo por medio de cripto activos, por cada mil dólares transferidos, el costo es de apenas de un dólar.



Caso de estudio

Por María Paula Arregui, COO de Mercado Pago

Acerca de Mercado Pago

La historia de Mercado Pago se puede contar a partir de cuatro reencarnaciones. Lo llamo así porque no es que muere y nace de cero, sino que acumula vidas y esto nos ha fortalecido.

Empresa

Mercado Libre INC

Misión

Democratizar el comercio electrónico y brindar igualdad de condiciones para vender y comprar, sin importar el tamaño del emprendimiento o la empresa.

Fundadores

Marcos Galperin

Año de fundación

1999

HQ

Argentina

Página web

mercadopago.com

1

En 2003, arrancó la primera reencarnación de Mercado Pago, donde el primer objetivo que tuvimos fue el de procesar pagos para Mercado Libre. Al mirar la experiencia de e-commerce en el mundo, tanto el pago como el envío eran cosas integradas a esa compra online y nosotros queríamos replicar esa experiencia en América Latina, sin embargo, no encontramos ningún jugador que pudiera resolver esto para Mercado Libre. Así que decidimos crearlo para tener el full stack de procesamiento de pagos que no solamente aceptaría pagos con tarjeta de crédito y débito, sino también incorporar medios de pago tradicionales, como el efectivo, para que inclusive la población no bancarizada pudiera participar del mundo de la compra online.

2

En 2009 arrancó la segunda reencarnación. Ya que esta red funcionaba perfectamente para Mercado Libre, nos cuestionamos el llevar esta solución de pagos en contexto digital a cualquier empresa y persona, que sin importar su tamaño ni su sofisticación tecnológica, pudiera incorporar pagos y cobros digitales en sus negocios o en su día a día. Así que abrimos el juego de pago fuera de la frontera de Mercado Libre. Nuestro gran desafío durante esta etapa, una vez que salíamos de Mercado Libre, fue construir herramientas muy adaptables e interoperables con la sofisticación tecnológica de audiencias muy disímiles.

3

La tercera reencarnación se dio en 2014, siendo el gran propulsor de esta fase la penetración de telefonía celular. La gente empezaba a llevar su computadora a todos lados, lo que nos llevó a pensar en un mundo físico que en

América Latina estaba muy poco atendido. Había pocos comercios aceptando pagos con tarjeta, así que tomamos la decisión de empezar a gestar soluciones para el mundo físico creando los mPOs (de las siglas en inglés mobile point of sale). Después llegaron los códigos QR, y nuevos productos que complementaron la propuesta de valor hacia nuestros vendedores, como lo son líneas de crédito, tarjetas de débito y nuestro fondo de inversión.

4

Finalmente, la cuarta reencarnación empezó en 2019 cuando nos dimos cuenta que la sumatoria de todas estas piezas que veníamos creando, inclusive si dejamos los cobros de lado, nos estaban llevando a lo que llamamos "cuenta digital", permitiéndonos llegar a más latinoamericanos que están siendo excluidos por el sistema financiero tradicional. La gran visión desde Mercado Pago es ofrecer cada vez más soluciones a nuestros usuarios, como seguros, crédito e inversiones, para transformar su día a día desde el celular y promover una mayor digitalización de las finanzas, que es la clave para homogeneizar y generar más equidad en la región.

Evolución de los usuarios y adopción tecnológica

La pandemia nos llevó a todos los jugadores de Paytech digitales a ver un gran crecimiento en el número de transacciones, con tecnología poco sofisticada y donde las personas pasamos a tener dos problemas fundamentales: el no contacto físico y la necesidad de seguir vendiendo y adquiriendo productos. Esta combinación de sucesos han hecho crecer de manera abrupta todo lo referente a pagos y cobros digitales en tan solo un año.

Desde Mercado Pago tenemos que resolver varios desafíos para nuestros usuarios. Del lado del comercio, ya que nos enfocamos en la base de la pirámide para ayudar a los pequeños comerciantes, tenemos que ofrecerles y servirlos en la mayor cantidad de contextos de venta, pues cuanto más vendan, más van a poder crecer. Hoy, el comercio que tenía una sucursal física sabe que también va a acceder

El pago digital es el primer paso, y si con ello podemos generar trazabilidad de un usuario, para posteriormente abrirles la primera puerta hacia el crédito, estaremos incluyendo a personas que actualmente quedan fuera del sistema.

al canal online, y quien empezó con el canal digital, ahora también va a acceder al mundo físico porque todo es complementario; así, ya no solamente te visita la gente que pasa por la puerta de tu local, sino que el país entero puede comprarte.

Hay ocasiones en las que nos toca educar a los comerciantes en cómo organizarse para crecer, cómo administrar una producción más grande, cómo tener una empresa con más empleados, o ayudándolos a entender lo que es una conciliación y un manejo correcto de stock. Gran parte de esta educación a comercios la implementamos para ayudarlos en esa formalización y para brindarles una visión de venta de 360° para que puedan incorporar la mayor cantidad de canales de venta posibles, y sigan impulsando la economía de su país.

Del lado del individuo, lo que hacemos es una educación financiera mucho más básica, enseñándoles cómo cambiar el efectivo por medios digitales para aprovechar ciertos beneficios que el pago digital trae. El uso del efectivo no es solamente la informalidad, es muchas veces el mecanismo por el cual los clientes se quedan afuera de promociones, de eventos, de participación de un mundo digital que los excluye, y es por ello que impulsamos esa equidad a través del pago digital. El pago digital es el primer paso, y si con ello podemos generar trazabilidad de un usuario, para posteriormente abrirles la primera puerta hacia el crédito, teniendo elementos adicionales al scoring tradicional, estaremos incluyendo a personas que actualmente quedan fuera del sistema.

Retos en los sistemas de pago de Latinoamérica

Los países hispanohablantes de América aún transaccionan con grandes cantidades de efectivo. México y Colombia tienen una tendencia en el manejo del efectivo bastante por arriba de la media de América Latina, y en otro extremo está Chile, donde la bancarización es muy alta, pero en consecuencia, la escalabilidad y la innovación en su sistema de pagos ha sido baja. Esto lo vemos como el mayor desafío de la región aunque también nos abre las puertas a una gran oportunidad, porque confiamos en que la tecnología es el motor correcto para diseñar las experiencias que estén al alcance de todos, impulsando la inclusión financiera y la escalabilidad.

Al impulsar marcos regulatorios se abre la competencia para que otros jugadores entren al mercado y promuevan el surgimiento de nuevas Fintech.

Si bien, los países de la región tienen cosas en común, no hay que dejar de lado el entendimiento profundo de las necesidades puntuales de cada uno. No se trata solo de copiar y replicar, hay que comprender y afrontar la realidad de cada uno de los mercados, entendiendo las características puntuales de educación financiera, las cantidades y los movimientos de efectivo, y cuán adverso o abierto está el público a hacer el cambio o el salto hacia la tecnología. Las bases son las mismas, pero después hay que tener un plan bien diseñado para cada uno de los mercados porque no necesariamente será siempre el mismo.

Otro gran reto es la regulación. Históricamente, esta se inclinaba hacia los jugadores con posición dominante, obstaculizando la innovación de nuevos jugadores. Si bien, seguimos viendo casos de países de América Latina en donde la infraestructura de pagos sigue siendo muy legacy, atrasada en temas de escalabilidad, desempeño y sobre todo de innovación, al impulsar marcos regulatorios se abre la competencia para que otros jugadores entren al mercado y promuevan el surgimiento de nuevas Fintech.

Por otra parte, también hay regulaciones que se enfocan en crear medios de pago más eficientes y que incrementen la interoperabilidad, como el caso de Pix en Brasil, donde se desarrolló toda la industria de interoperabilidad con un medio con eficiencia al 100% y que es online-real time. La usabilidad fue diseñada por el Banco Central y la adopción que hemos visto ha sido acelerada tanto para la banca tradicional como para Fintech y usuarios.

El futuro del sector Paytech en Latinoamérica

Paytech en Latinoamérica será sin duda una industria que va a seguir creciendo a ritmos mucho más acelerados que otras industrias y será clave que se sigan gestando nuevos casos de uso en distintas verticales y distintos rubros que le den a la gente la excusa para todos los días, sacar su teléfono celular para hacer una operación. Tenemos, por ejemplo, el extremo de las billeteras y las grandes empresas de Paytech en China, pues prácticamente todo lo que el ciudadano necesita, lo puede hacer desde su teléfono celular, ya sea pagar impuestos, recargar su celular, sacar un turno para casarse o tramitar la Visa.

En otro ejemplo extremista, Alibaba en 2016 anunció AliPay Everywhere³⁷, aplicación que permite a los usuarios pedir a extraños que hagan cualquier cosa por una tarifa, incluso pedir papel higiénico a la persona que estaba en el baño público de a lado. Aunque esto nos puede resultar gracioso, hay tres fundamentales detrás de esto: Si están sacando esa funcionalidad es porque todo lo referido a pagos, y todos los casos de uso que se nos puedan ocurrir, ya los tienen cubiertos.

Gran parte de la premisa que tiene la empresa como filosofía, que es estar en el día a día de la gente, es el penetrar en las necesidades que las personas tienen, hasta el último rincón y en cada minuto de su día. Usar esa funcionalidad implica inferir que la persona que se encuentra del otro lado también tiene la aplicación. Esto nos habla de la masividad que tienen a la hora de concebir la solución.

Si en América Latina empezamos a generar más casos de uso en el día a día de las personas, y masificamos su uso, estaríamos yendo hacia la inclusión financiera digital que todos en el sector nos estamos proponiendo, incluso a pesar de los grandes volúmenes de efectivo que aún se utilizan en la región.

Hay muchos jugadores apareciendo en la región, todos persiguiendo un objetivo parecido. Como Mercado Pago, gran parte de nuestro compromiso con la región es seguir apostando a estas nuevas tecnologías que no solo generan innovación, sino que inclusión en nuestra región. Si logramos ver esto plasmado en números crecientes, será un indicador de que vamos dejando un buen granito de arena para América Latina en los años por venir, y seguiremos trabajando para, en pocos meses, traer buenas noticias y más tecnologías que beneficien a toda la región.

37 Liu, Louise, This Alibaba app lets you ask strangers to deliver toilet paper, Business Insider, 2016. <https://www.businessinsider.in/This-Alibaba-app-lets-you-ask-strangers-to-deliver-toilet-paper/articleshow/54597101.cms>

PAY-TECH

El término Paytech hace referencia a empresas que usan tecnología para habilitar la transferencia electrónica de valor, enfocadas en hacer los pagos más rápidos, seguros y desde cualquier lugar.



PANORAMA DEL SECTOR PAYTECH EN LATINOAMÉRICA

10.8

Millones de usuarios latinoamericanos hicieron una primera compra en línea durante el confinamiento provocado por Covid-19.

En Latinoamérica, surgen iniciativas como sandboxes regulatorios y hubs de innovación para fortalecer la comunicación entre el sector y los reguladores.

PARA EL 2022

en toda América Latina el 18% de los pagos en e-commerce y el 9% de los que se realicen en punto de venta será por medio de wallets.



RETOS PARA EL SECTOR PAYTECH

Los países hispanohablantes de América aún transaccionan con grandes cantidades de efectivo.

Regulación para todos los jugadores, independientemente de su tamaño o tiempo en el mercado.

Generar más casos de uso en el día a día de las personas para masificar su adopción.

601
EN LATAM



- 59 ARGENTINA
- 203 BRASIL
- 42 CHILE
- 64 COLOMBIA
- 92 MÉXICO
- 21 PERÚ
- 120 RESTO DE LATAM

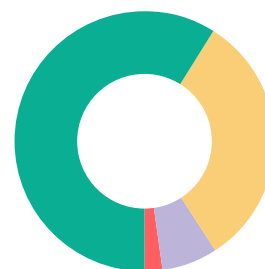
RETOS PARA LAS PAYTECH

- 32% Escalabilidad
- 23% Financiamiento
- 18% Innovación
- 27% Otros



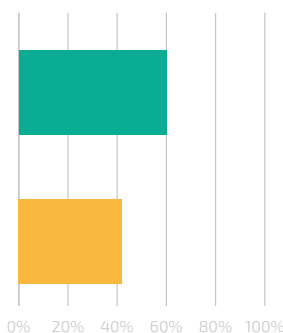
PERCEPCIÓN DE SU PRINCIPAL COMPETENCIA

- 59% Otras Fintech
- 32% Instituciones financieras tradicionales
- 7% Otros
- 2% Gobierno



PERCEPCIÓN ANTE LA REGULACIÓN

- 60% Consideran que su actividad debería ser regulada
- 42% Consideran que hay una FUERTE apertura al diálogo por parte de los reguladores hacia la industria



PERCEPCIÓN DEL IMPACTO EN EL SECTOR CAUSADO POR COVID-19

- 68% Impacto positivo
- 10% Impacto negativo
- 22% Sin impacto



4

Wealthtech



El término Wealthtech (tecnología de patrimonio) hace referencia a las soluciones tecnológicas y digitales cuyo objetivo es mejorar el proceso de gestión, administración e inversión de patrimonio, enfocándose principalmente en incrementar el acceso, facilitar su uso y ofrecer un costo bajo para que cada vez más personas puedan tener acceso a este tipo de servicios, dejando de ser exclusivos solo para personas con alto poder adquisitivo. Actualmente existen alrededor de 222 empresas Lendingtech en América Latina.³⁸

Desde la crisis de 2008, en Latinoamérica el sector Wealthtech ha cobrado gran relevancia, no solo por ser una alternativa de compra-venta de activos financieros, sino porque se ha convertido en un instrumento de las instituciones financieras tradicionales para acercarse a sus usuarios y ofrecer servicios online, con mayor flexibilidad de contratación y costos inferiores, además de utilizar tecnologías como AI (inteligencia artificial) y aprendizaje automático, que ofrecen un asesoramiento automático a los usuarios.

Contexto latinoamericano

En América Latina, el mercado de valores representa menos del 40% del PIB regional³⁹, mientras que existe un excedente en el capital ocioso, en forma de ahorro formal o informal, que no está siendo aprovechado en beneficio del usuario. Adicionalmente, América Latina fue la segunda región con mayor crecimiento en patrimonios financieros después de Asia⁴⁰, y aunque la cantidad solo es una fracción de lo que representa a nivel mundial, sin duda seguirá con una tendencia ascendente.

38 De acuerdo a últimas encuestas de Finnovista aplicadas en países de Latinoamérica, 2021

39 The Global Economy, Capitalización bursátil, % del PIB in Latin America, 2021 https://es.theglobaleconomy.com/rankings/stock_market_capitalization/Latin-Am/

40 Boston Consulting Group, Global Wealth Report, 2021 <https://www.bcg.com/publications/2021/global-wealth-report-2021-delivering-on-client-needs>

La inversión en cualquier economía y contexto no solo impulsa el crecimiento económico. También lo podemos considerar como uno de los factores primordiales para fomentar la inclusión financiera en la región, permitiendo que cada vez más personas puedan involucrarse en actividades de inversión, empezando a conceptualizar la importancia del ahorro y de generar un patrimonio desde corta edad, y dejando de estigmatizar a las inversiones como actividades exclusivas para quienes tienen alto poder adquisitivo.

No hay duda de que la banca privada en Latinoamérica está en evolución, en gran medida gracias al surgimiento de nuevas soluciones Wealthtech. Sin embargo, en la región aún hay un gran camino por recorrer en temas regulatorios, sobre todo a nivel educativo; y por otra parte, la tecnología también debe de adaptarse a las costumbres y expectativas de los usuarios.

Tendencias en el sector Wealthtech

Al ser Wealthtech la revolución del sector de las inversiones y gestión de patrimonio, vemos múltiples tendencias tanto en producto como en procesos que la tecnología está habilitando, permitiendo a los usuarios la accesibilidad a productos de inversión, y a las empresas la optimización de procesos y la mejora de su propuesta de valor. Dentro de estas tendencias destacan:

MARKETPLACES

Este tipo de herramientas proporcionan información de los principales activos y fondos de inversión, y proporcionan herramientas de compra-venta y de gestión de inversiones, como lo es seguimiento de carteras, alertas e incluso planeación de objetivos y administración. Esto típicamente desde instituciones tradicionales, como los bancos o casas de bolsa.

ROBO ADVISORS

Surgen para atender a aquellas personas que no tienen mucho expertise en inversiones y les da la opción de realizar operaciones de forma automática a nombre del usuario, a partir de un cuestionario con el que se conocen las preferencias y objetivos del cliente, para posteriormente asignarle un perfil y una cartera de activos.

Dentro de esta misma categoría existen los Quant advisors, plataformas basadas en inteligencia artificial y machine learning para eficientar la gestión

y ejecución de estrategias de inversión. Así mismo, están los Robo-retirement, enfocados en la gestión de ahorros para el retiro y que incluso analizan la salud financiera del usuario con el fin de proponer la mejor estrategia para el retiro.

PLATAFORMAS DE TRADING

Están diseñadas para todo tipo de usuarios, desde aquellos que están acostumbrados a invertir hasta los aficionados con nociones básicas, y permiten hacer operaciones en tiempo real con múltiples activos. Dentro de esta categoría, también está el Trading algorítmico, que automatiza las operaciones de Trading en tiempo real.

MICRO INVERSIÓN

De la mano con préstamos peer to peer o Crowdfunding, la micro inversión surge para promover el ahorro y la inversión en pequeñas cantidades e idealmente sin comisiones, volviéndose muy atractivo para personas jóvenes que necesitan soluciones simples y accesibles para empezar a ahorrar e invertir.

WEALTHTECH AS A SERVICE

El sector Wealthtech no solo está atendiendo directamente a los usuarios interesados en inversiones, también atiende a empresas proporcionando soluciones tecnológicas a bancos, corredores de bolsa, administradores patrimoniales y otras instituciones financieras, con el fin de automatizar procesos, entender a sus clientes e incluso gestionar carteras a partir de *big data*, inteligencia artificial y *machine learning*.

Educación financiera

Uno de los grandes retos para la industria financiera es aumentar el grado de educación financiera en todo Latinoamérica en donde, en promedio:

61% *De las personas no ahorra o lo hacen de manera informal, guardando efectivo dentro de sus casas.*

57% *De la población no podría enfrentar algún imprevisto económico equivalente a su ingreso mensual⁴¹.*

Aunque en gran parte de los países de la región ya existen esfuerzos para promover programas de educación financiera⁴², en donde intervienen bancos centrales, superintendencias y organismos tanto públicos como privados, aún existe un rezago enorme.

El sector está incentivando el interés y conocimiento en el sector financiero, sobre todo en los más jóvenes, quienes al estar más acostumbrados a la tecnología, adoptan fácilmente nuevos modelos de inversión.

El sector Wealthtech no solo está revolucionando el mundo de las inversiones. También está impactando positivamente la educación financiera, y con ello, aumentando la democratización de las finanzas, al eliminar cada vez más la percepción de que solo es accesible para expertos o personas con alto poder adquisitivo. Adicionalmente, está incentivando el interés y conocimiento en el sector financiero, sobre todo en los más jóvenes, quienes al estar más acostumbrados a la tecnología, adoptan fácilmente nuevos modelos de inversión, entienden a temprana edad conceptos financieros complejos y pueden empezar a invertir pequeñas cantidades que, a largo plazo, se convertirá en un hábito que fortalecerá sus finanzas.

El reto en educación financiera sigue siendo enorme, y no solo compete a los nuevos jugadores Wealthtech, sin embargo, gracias a la tecnología, permear en temas de educación financiera traerá un gran impacto a la sociedad Latinoamericana.

41 ¿Cómo están la inclusión y educación financiera en América Latina?, CAF, 2021. <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2021/05/como-estan-la-inclusion-y-educacion-financiera-en-america-latina/>

42 Educación Financiera en América Latina y el Caribe, Alliance for Financial Inclusion, 2020. https://www.afi-global.org/sites/default/files/publications/2020-11/AFI_CEMC_FL_CS_SP.AW_digital.pdf

Desafíos del sector Wealthtech

Sin duda
aún hay mucho
que hacer en temas
regulatorios, sobre
todo para fomentar
una mayor
competencia.

Uno de los principales desafíos para la industria de gestión de inversiones es la regulación, y Wealthtech empieza a aportar soluciones centradas en las ineficiencias de la cadena de valor de las inversiones, así como en hacer más eficiente el proceso de prospección de clientes, gestión de carteras, presentación de información financiera, y sobre todo el relacionado con ciberseguridad, con el fin de prevenir el fraude online, lavado de activos e incluso robo de identidad.

También, gracias a Wealthtech se han implementado nuevos procesos de eKYC (del inglés *electronic know your customer*), permitiendo que los administradores de inversiones puedan conocer a su cliente de forma digital, y cumpliendo con la garantía y legitimidad de que realmente es una sola persona la que está realizando la operación.

Si bien se están implementando nuevas tecnologías en el sector de inversiones, sin duda aún hay mucho que hacer en temas regulatorios, sobre todo para fomentar una mayor competencia y para que sea más ágil la entrada de nuevos jugadores Wealthtech, además de hacer consciente a los usuarios de todos los riesgos en las inversiones.

En Latinoamérica aún tenemos grandes huecos regulatorios y muchas disparidades entre países, provocando que algunas empresas Wealthtech que están operando lo hagan bajo licencias emitidas en Europa o Estados Unidos. Sin embargo, también son punta de lanza para que los reguladores agilicen sus procesos y se tenga más certeza y confianza en el sector.

Por Javier de la Madrid, Head of Strategy & Operations de GBM

Acerca de GBM

Empresa

Grupo Bursátil Mexicano, S.A.
de C.V., casa de bolsa

Misión

Impulsar el potencial
financiero de los mexicanos.

Año de fundación

1986

HQ

México

Página web

gbm.com

GBM inició hace 35 años. En ese momento estaba muy enfocado en ofrecer los mejores productos y servicios financieros a los patrimonios más grandes del país. A partir de 2011, empezamos a dar acceso a más personas a estos mismos servicios, con la misma calidad, sin importar el tamaño de su patrimonio, y ese mismo año lanzamos GBMHomeBroker, el primer producto digital que hoy llamamos Trading, con el que nuestros clientes pueden comprar las acciones que más les gusten, ya sea nacionales o extranjeras⁴³. Quedó claro, sobre todo a partir de la pandemia de 2020, la relevancia que tiene para las personas poder invertir, incluso cuando no tuvieran experiencia o un background financiero. El año pasado había apenas 40 mil cuentas de inversión en México y a finales del primer trimestre del 2021, ya estamos pasando el millón y medio de cuentas; de esas, un millón 300 mil están en GBM.



Desde GBM creemos que la herramienta más poderosa para cambiar la vida de las personas es la inversión, y en este análisis nos dimos cuenta que había \$5 millones de millones de pesos en cuentas de banco, en chequeras, que no le están pagando nada al usuario. Para hacer frente a esto, la solución que decidimos lanzar y que ha tenido muchísimo impacto es Smart Cash⁴⁴, en donde nuestros usuarios pueden tener la misma liquidez que en un banco, y adicionalmente están generando una tasa muy cercana a Cetes⁴⁵.

43 Más información: <https://plus.gbm.com/trading.html>

44 Más información: <https://plus.gbm.com/smart-cash.html>

45 De acuerdo con el Banco de México, Banxico (<https://www.banxico.org.mx/>), los Certificados de la Tesorería de la Federación (Cetes) son un instrumento de deuda bursátil emitido por el Gobierno Federal. Son pagarés que tiene el gobierno para recaudar fondos en un cierto plazo y que generan rendimientos a quienes invierten en ellos.



Hoy ya estamos pagando el 3.75% que, si lo comparas contra el cero del banco, es un gran beneficio monetario para los usuarios. Otro producto que hemos desarrollado en GBM es Wealth Management⁴⁶, para aquellos usuarios que quieran que nuestros expertos inviertan en estrategias personalizadas acorde a sus objetivos, su perfil de riesgo y edad. Es así como nos estamos convirtiendo en la institución de inversiones que atiende a gran parte del mercado en México, independientemente de sus ingresos o nivel en educación financiera.

Democratización de inversiones y sus principales retos

Uno de los factores esenciales a considerar es la falta de educación financiera en México. Hoy, el dinero es la causa número uno de estrés en los mexicanos, y esto es porque no tenemos control sobre nuestro dinero. Y cómo vamos a tenerlo si nadie nos ha enseñado a relacionarnos con él.



Una de las grandes preocupaciones de GBM es aportar a la educación financiera de nuestros usuarios. Por ello creamos GBM Academy⁴⁷, en donde generamos contenido explicando los temas más básicos e importantes para empezar en el mundo de las inversiones, en un lenguaje simple, en español, y adaptándolos a la realidad latinoamericana. Este tipo de herramientas, que no solo son creadas por GBM, harán que las personas entiendan mucho mejor el funcionamiento de su dinero para que empiecen a estructurar sus decisiones financieras y se conviertan en inversionistas.

Otro tema es el acceso a servicios financieros. Históricamente no ha habido jugadores que ofrezcan una solución simple y accesible para todos. Para darles una idea, en 2019 había menos de 200 mil cuentas

46 Más información: <https://plus.gbm.com/wealth-management.html>

47 Más información: <https://blog.gbm.com/academy/>

que operaban en casas de bolsa en México. Hoy, ya hay más de 1.7 millones, de cuales 1.5 millones están en GBM.

Toda la experiencia financiera de una persona estaba concentrada en los bancos, y el negocio de estas instituciones es prestarnos, pero cuando alguien se vuelve un inversionista deja de necesitar el crédito. Es por esto que te marcan tres veces al día para insistirte en que tomes un préstamo pero no para que inviertas. Además el grado de bancarización en Latinoamérica sigue siendo muy bajo. Hoy ya no necesitas de un banco para volverte un inversionista y lograr tu libertad financiera.

"El que entiende el interés compuesto lo gana, y el que no, lo paga". Hoy, la mayoría de los latinos lo estamos pagando, y estamos aportando a un sistema financiero que no está preocupado por el usuario, ni por ofrecer educación financiera.

Perspectivas del ecosistema Wealthtech

La oportunidad en el ecosistema Wealthtech en Latinoamérica es aún tan grande que entre el sistema financiero tradicional y el Fintech aun tenemos muchas soluciones por desarrollar. Y más que ser competencia unos con otros, somos esos jugadores que tienen la responsabilidad primero, de educar a las personas para tener salud financiera, y segundo, ofrecer los mejores productos de inversión para que cada latinoamericano genere patrimonio desde temprana edad.

En México, apenas el 1% de la población está invirtiendo y nuestro objetivo como GBM es ser uno de esos precursores que logre convertir a México en un país de inversionistas. Llevamos 35 años trabajando en la confianza de las personas, analizando el mercado y acumulando lecciones sobre cuál es la mejor forma de invertir, y ahora es justo el momento de compartir esa experiencia con nuestros usuarios y todo México, para ofrecer la mejor tecnología y permear en la sociedad la importancia que tiene invertir.

WEALTH-TECH

El término Wealthtech hace referencia a las soluciones tecnológicas y digitales cuyo objetivo es mejorar el proceso de gestión, administración e inversión de patrimonio.



PANORAMA DEL SECTOR WEALTHTECH EN LATINOAMÉRICA

61%

De las personas no ahorra o lo hacen de manera informal, guardando efectivo dentro de sus casas.

En América Latina, el mercado de valores representa menos del 40% del PIB regional.



RETOS PARA EL SECTOR WEALTHTECH

En Latinoamérica aún existen grandes huecos regulatorios y muchas disparidades entre países, provocando que algunas empresas wealthtech que están operando lo hagan bajo licencias emitidas en Europa o Estados Unidos.

Acceso a servicios financieros.

Regulación que incentive una mayor competencia.

Hacer consciente a los usuarios de todos los riesgos y beneficios en las inversiones.

222

EN LATAM



7 ARGENTINA

59 BRASIL

16 CHILE

19 COLOMBIA

19 MÉXICO

20 PERÚ

82 RESTO DE LATAM

RETOS PARA LAS WEALTHTECH

41%

Escalabilidad

11%

Financiamiento

19%

Innovación

29%

Otros



PERCEPCIÓN DE SU PRINCIPAL COMPETENCIA

42%

Otras Fintech

53%

Instituciones financieras tradicionales

5%

Agencias de consultoría



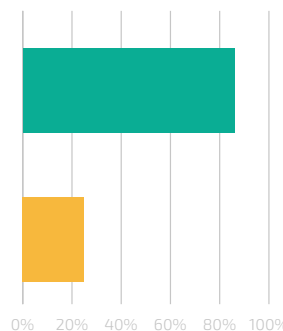
PERCEPCIÓN ANTE LA REGULACIÓN

86%

Consideran que su actividad debería ser regulada

25%

Consideran que hay una FUERTE apertura al diálogo por parte de los reguladores hacia la industria



PERCEPCIÓN DEL IMPACTO EN EL SECTOR CAUSADO POR COVID-19

68%

Impacto positivo

5%

Impacto negativo

27%

Sin impacto



Conclusiones

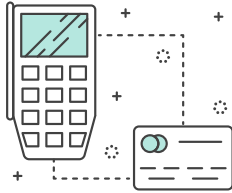
Es un hecho que uno de los grandes impactos que vimos tras la pandemia de Covid-19 ha sido la velocidad con la que la tecnología financiera es adoptada, así como el comportamiento de los usuarios que buscan solucionar una necesidad en específico y hacerlo de la forma más rápida y segura. Esto no solo da pie a la innovación dentro de industrias tradicionales, como lo son la financiera y aseguradora, también está abriendo grandes oportunidades a nuevos jugadores que con propuestas enfocadas en el cliente están posicionándose en el mercado. Sobre todo en el sector Fintech estamos viendo el crecimiento de cuatro sectores: Insurtech, Lendingtech, Paytech y Wealthtech.



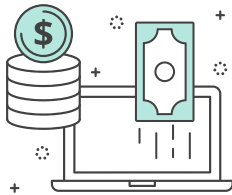
Insurtech está siendo un ecosistema que está dinamizando la industria aseguradora y es uno de los sectores con más industrias adyacentes que pueden ser transformadas con la tecnología, como la agricultura, salud, el transporte, la ciberseguridad, el real estate, y muchas más, proponiendo un sector con modelos probados. Cada vez más jugadores entrarán en modelos colaborativos para ofrecer mejores soluciones a los usuarios.



Los préstamos han sido un instrumento para dinamizar la economía, hoy vemos como el sector Lendingtech está apoyando a las personas y evolucionando a esas unidades económicas que generan empleos e ingresos a una economía, como las pequeñas y medianas empresas, para quienes históricamente existen barreras muy altas al buscar financiamiento en el sistema tradicional. Hoy, gracias a modelos como el Crowdlending o el Crowdfunding, más empresas cuentan con esa opción de financiamiento accesible, más económica y que no limitará su crecimiento.



Es un hecho que no habría Fintech sin Paytech. Cada año vemos nuevas y mejores soluciones de pagos que están no solo respaldadas por la iniciativa privada sino por los gobiernos que impulsan leyes que permitan integrar a todos los jugadores en el sistema de pagos, con el objetivo de que los usuarios sean los principales beneficiarios y el sistema de pagos no sea un factor de exclusión financiera.



Las soluciones Wealthtech no solo están facilitando el acceso a las inversiones para los latinoamericanos, también están siendo grandes facilitadores de educación financiera, abordando temas complejos de una forma más simple y entendible para todo tipo de usuarios, bajando las barreras económicas y de conocimiento. Su misión es hacer un mundo de inversionistas, quienes también se pueden favorecer del sistema financiero.

La tecnología aplicada a las finanzas ha transformado grandes modelos de negocios y apenas estamos viendo la punta del iceberg. Sin embargo, hay nuevos subsectores dentro del sector Fintech que nos estarán ofreciendo más disrupción y novedosas propuestas de valor que vale la pena apoyar, ya sea como usuarios, como emprendedores e incluso con el rol de inversionistas, para no dejar pasar la oportunidad de crear una sociedad más innovadora e inclusiva.



Finnovista