



**Las fintech como herramienta para la promoción de  
la inclusión financiera en el Perú**

**Tesis presentada en satisfacción de los requerimientos para obtener el  
grado de Maestro en Finanzas y Derecho Corporativo por:**

María Alejandra Núñez Gonzáles  
Diana Rosario Sifuentes Barrientos

**Programa de la Maestría en Finanzas y Derecho  
Corporativo**

**Lima, 20 de agosto de 2019**

Esta tesis

**Las fintech como herramienta para la promoción de la inclusión financiera  
en el Perú**

ha sido aprobada.

---

Paulo César Comitre Berry (Jurado)

---

Omar Darío Gutiérrez Ochoa (Jurado)

---

Juan José Hopkins Brocq (Asesor)

Universidad ESAN

2019

A mi esposo Enrique por ser mi motivación, mi fortaleza y mi mayor soporte.  
A mis papás Saúl y Nelly, y a mi hermana Grecia por su amor incondicional y por enseñarme con el ejemplo que con esfuerzo se pueden alcanzar grandes objetivos.

**María Alejandra Núñez Gonzáles**

A mis papás Luis y Zoila por su amor y apoyo incondicional.

**Diana Rosario Sifuentes Barrientos**

## ÍNDICE GENERAL

CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN .....	1
1.1. Planteamiento del problema.....	1
1.2. Objetivos.....	2
1.2.1. <i>Objetivo general</i> .....	2
1.2.2. <i>Objetivos específicos</i> .....	2
1.3. Justificación y contribución .....	2
1.4. Alcance .....	4
CAPÍTULO II. MARCO CONCEPTUAL .....	5
2.1. Fintech .....	5
2.1.1. <i>Características de las Fintech</i> .....	5
2.1.2. <i>Tipos de Fintech</i> .....	6
2.1.3. <i>Beneficios y riesgos de las Fintech</i> .....	9
2.2. Inclusión Financiera.....	13
2.2.1. <i>Antecedentes</i> .....	13
2.2.2. <i>Definiciones de Inclusión Financiera</i> .....	13
2.2.3. <i>Dimensiones de la Inclusión Financiera</i> .....	16
2.2.4. <i>Diferencias entre Inclusión Financiera, Acceso a Servicios Financieros y Bancarización</i> .....	18
CAPÍTULO III. MARCO CONTEXTUAL .....	21
3.1. Panorama de la industria fintech a nivel internacional .....	21
3.1.1. <i>Asia y África</i> .....	22
3.1.2. <i>América Latina</i> .....	27
3.2. Panorama de la industria fintech en el Perú.....	34
3.3. Panorama de la inclusión financiera a nivel internacional .....	42
3.3.1. <i>Titularidad de cuentas</i> .....	42
3.3.2. <i>Los No Bancarizados</i> .....	45
3.3.3. <i>Patrones de ahorro y crédito</i> .....	47
3.4. Panorama de la inclusión financiera en América Latina y Perú .....	50
3.4.1. <i>América Latina</i> .....	50
3.4.2. <i>Perú</i> .....	60
3.5. El aumento de la inclusión financiera a través de la tecnología digital .....	71

CAPÍTULO IV. IMPACTO DE LAS FINTECH EN EL SECTOR FINANCIERO ..	75
4.1. Impacto de las fintech en el sector financiero tradicional .....	75
4.2. Sinergia entre la banca tradicional y las fintech .....	78
CAPÍTULO V. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	81
5.1. Enfoque metodológico .....	81
5.2. Muestreo .....	83
5.2.1. Población .....	83
5.2.2. Muestra .....	83
5.3. Fuentes y técnicas de recolección de datos.....	85
5.4. Técnicas de análisis de datos .....	86
CAPÍTULO VI. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	87
CAPÍTULO VII. LAS FINTECH COMO HERRAMIENTA PARA PROMOVER LA INCLUSIÓN FINANCIERA .....	101
7.1. Las fintech como mecanismo de inclusión financiera a nivel internacional	103
7.2. Las fintech como mecanismo de inclusión financiera en el Perú .....	114
CAPÍTULO VIII. CONCLUSIONES.....	124
CAPÍTULO IX. RECOMENDACIONES .....	127
ANEXOS .....	129
ANEXO I. Panorama de las fintech en Europa y Estados Unidos .....	129
ANEXO II. Panorama de la inclusión financiera a nivel internacional.....	133
ANEXO III. Cuestionario para entrevistas .....	137
ANEXO IV. Entrevistas .....	140
BIBLIOGRAFÍA .....	190

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Pirámide de oportunidades .....	24
Figura 2. Panorama Fintech en América Latina 2017-2018.....	27
Figura 3. Rubros de actuación fintech en Brasil .....	28
Figura 4. Fintech para Colombia .....	32
Figura 5. Fintech en Perú, según su tipo de negocio .....	35
Figura 6. Penetración de internet móvil.....	39
Figura 7. Uso de servicio móvil por departamento.....	39
Figura 8. Razones por las que los adultos permanecen no bancarizados a nivel mundial .....	47
Figura 9. Formas de ahorrar a nivel mundial.....	48
Figura 10. Fuentes de crédito a nivel mundial.....	49
Figura 11. Titularidad de cuentas en América Latina.....	51
Figura 12. La brecha de género en la titularidad de cuentas en América Latina.....	53
Figura 13. Razones por las que los adultos permanecen no bancarizados en América Latina .....	54
Figura 14. Formas de ahorro en América Latina .....	55
Figura 15. Fuentes de crédito en América Latina .....	56
Figura 16. Uso de medios de pagos digitales en América Latina.....	57
Figura 17. Pago de servicios en América Latina .....	59
Figura 18. Titularidad de cuentas en Perú .....	64
Figura 19. Uso de medios de pagos digitales en el Perú.....	69
Figura 20. Pago de servicios en el Perú .....	70
Figura 21. Dinámica de la inclusión financiera .....	101
Figura 22. Mercado objetivo de las fintech en América Latina.....	103
Figura 23. Normativa aplicable a las fintech .....	118
Figura 24. Distribución de las fintech en España.....	130
Figura 25. Fintech fundadas por año en Estados Unidos.....	131
Figura 26. Patrones de crecimiento geográfico.....	131
Figura 27. Adultos con una cuenta a nivel mundial.....	133
Figura 28. Adultos con una cuenta en economías de altos ingresos y en economías en desarrollo.....	133
Figura 29. La brecha de género en la titularidad de cuentas a nivel mundial.....	134
Figura 30. La brecha en la titularidad de cuentas entre ricos y pobres a nivel mundial .....	134
Figura 31. Cuentas de dinero móvil a nivel mundial .....	135
Figura 32. Adultos no bancarizados a nivel mundial.....	135
Figura 33. Casi la mitad de los adultos no bancarizados viven en solo siete economías .....	136
Figura 34. A nivel mundial, la mayoría de los adultos no bancarizados son mujeres.....	136

## LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Top 10 Fintech Companies in 2018 .....	21
Tabla 2. Fintech en Perú, según su tipo de negocio .....	34
Tabla 3. Medidas para contribuir al desarrollo del acceso, uso y calidad.....	60
Tabla 4. Las siete líneas de acción de la ENIF .....	61
Tabla 5. Objetivos fijados por la ENIF para la inclusión financiera hacia el 2021 .....	61
Tabla 6. Perú: Hogares que tienen telefonía móvil, según área de residencia.....	72
Tabla 7. Perú: Población que hace uso de internet, según área de residencia .....	73
Tabla 8. Perú: Población que hace uso del servicio de internet a través del teléfono celular, según área de residencia.....	74

## MARÍA ALEJANDRA NÚÑEZ GONZÁLES

---

Abogada titulada y colegiada. Cuento con más de 6 años de experiencia en las siguientes especialidades: Derecho Bancario, Financiero y Corporativo.

### EXPERIENCIA PROFESIONAL

---

#### **BANCO BBVA PERÚ** **Servicios Jurídicos**

**Abogada de Asesoría, Contratación, Finanzamiento y Mercado de Capitales** **marzo 2015 - a la fecha**

Asesoría y atención de consultas legales a la red de oficinas Banca Minorista, Banca Empresa y Banca Corporativa a nivel nacional. Asesoría y atención de consultas legales a la administración central (Riesgos, Auditoría, Jefes de Producto, Operaciones Centralizadas, Leasing, Comercio Exterior, Negocio Inmobiliario, Banca Transaccional, Reclamos, etc.). Estructuración de operaciones de financiamiento. Negociación, Elaboración y Modificación de Contratos. Capacitación a la red de oficinas en Lima, provincias y administración central.

**Abogada de Bastanteo y Visado de Poderes** **agosto 2013 - setiembre 2014**

Atención de consultas legales en temas de poderes a la red oficinas de Banca Empresa a nivel nacional. Validación de poderes y registro de representantes de clientes personas jurídicas. Capacitación de funcionarios de oficinas de Banca Empresa a nivel nacional.

### FORMACIÓN PROFESIONAL

---

<b>Universidad ESAN</b> Maestría (c) en Finanzas y Derecho Corporativo	2017 - 2019
<b>Universidad Carlos III, Madrid</b> Diploma de Especialidad en Finanzas y Derecho Europeo	noviembre 2018
<b>Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas</b> Coaching de Equipos	febrero - marzo 2015
<b>Universidad ESAN</b> Especialización en Derecho Financiero Diplomado Internacional en Derecho Corporativo	marzo - noviembre 2014 agosto - noviembre 2013
<b>Universidad Católica de Santa María – Arequipa</b> Abogada	2006 - 2011

### IDIOMAS

---

Inglés  
Nivel avanzado

Francés  
Nivel intermedio

Portugués  
Nivel avanzado

Quechua  
Nivel básico

## **DIANA ROSARIO SIFUENTES BARRIENTOS**

---

Contadora titulada y colegiada. Cuento con experiencia en el área de impuestos en firmas de auditoría y actualmente en el área Corporativa de Contabilidad del Negocio de Salud del Grupo Pacífico.

### **EXPERIENCIA PROFESIONAL**

---

#### **PACÍFICO EPS**

##### **Gerencia Corporativa de Contabilidad**

**Jefe de Impuestos de Prestaciones  
Especialista de Impuestos**

**agosto 2019 - a la fecha  
octubre 2014 - julio 2019**

Revisión de las obligaciones tributarias (Declaración Jurada del Impuesto a la Renta, Liquidación de Impuestos Mensuales, Estudios de Precios de Transferencia, ITAN, entre otros) de los negocios prestacionales del grupo. Elaboración y supervisión de plan de trabajo de revisiones de impuestos mensuales/anuales, así como de procesos operativos que puedan tener impactos tributarios. Preparación, revisión y atención en conjunto con el área contable de los distintos requerimientos de SUNAT notificados a las empresas del grupo. Elaboración de Planeamiento Tributario a través del análisis de transacciones/operaciones de las distintas compañías y de los cambios normativos en materia tributaria-contable a efectos de reducir la carga tributaria y prevenir futuras contingencias reportando a la gerencia financiera corporativa. Brindar asesoría y absolución de consultas a la gerencia financiera y contadores de las subsidiarias en materia tributaria. Supervisión del cumplimiento de presentación de libros tributarios electrónicos y coordinación con las distintas áreas del negocio prestacional para la atención de la información solicitada por auditores y asesores externos.

#### **PRICEWATERHOUSECOOPERS**

**Auditor Tax Compliance**

**abril 2013 – octubre 2014**

Revisiones de Declaraciones Juradas del Impuesto a la Renta en compañías de distintos rubros entre los principales: industrial, inmobiliario y servicios de salud. Revisiones de impuestos mensuales en compañías de distintos rubros. Apoyo en fiscalizaciones parciales y definitivas de empresas de distintos rubros (servicios de salud, inmobiliario, industrial, retail).

### **FORMACIÓN PROFESIONAL**

---

**Universidad ESAN**

2017 - 2019

Maestría (c) en Finanzas y Derecho Corporativo

**Universidad Carlos III, Madrid**

noviembre 2018

Diploma de Especialidad en Finanzas y Derecho Europeo

**Universidad del Pacífico y PriceWaterhouseCoopers**

abril 2016 – diciembre 2016

Especialización en IFRS 2016

**Pontificia Universidad Católica del Perú**  
Diploma en Tributación Avanzada

abril 2014 – diciembre 2014

**Pontificia Universidad Católica del Perú**  
Contadora Pública

2006 - 2011

## **IDIOMAS**

---

Inglés  
Nivel avanzado

## RESUMEN EJECUTIVO

<b>Grado :</b>	Maestro en Finanzas y Derecho Corporativo
<b>Título de la tesis:</b>	Las fintech como herramienta para la promoción de la inclusión financiera en el Perú
<b>Autor(es):</b>	María Alejandra Núñez Gonzáles Diana Sifuentes Barrientos

### Resumen:

A partir del siglo XXI y con el transcurrir de los años, la inclusión financiera se ha convertido en un tema central en las agendas de gobierno y el Perú no es la excepción. Los sectores público y privado vienen realizando denodados esfuerzos para elevar los índices de inclusión financiera; y si bien se registra un avance en los indicadores, el país aún se ubica en la zaga de América Latina.

Por su parte, la evolución de la tecnología y el clima de desconfianza producto de la crisis financiera internacional impulsaron al nacimiento de las fintech, empresas tecnológicas que brindan servicios financieros.

En ese sentido, el objetivo principal del presente trabajo de investigación es determinar si las fintech pueden constituir una herramienta para promover la inclusión financiera en el Perú. Dicho esto, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Describir el avance de la inclusión financiera en el Perú en los últimos años.
- Describir el panorama de la industria fintech a nivel internacional y detallar la situación actual en el Perú.
- Identificar la contribución de mecanismos de colaboración entre la banca tradicional y las fintech en la inclusión financiera.

- Identificar las limitaciones y oportunidades para que las fintech puedan apoyar la inclusión financiera en el Perú.

A efectos de describir el avance de la inclusión financiera en el Perú, se analizó la situación actual de la inclusión financiera a nivel internacional y en el contexto nacional. Para ello, se tomó como base el informe Global Findex 2017 elaborado por el Banco Mundial y se realizó un breve análisis de las principales acciones adoptadas en el marco de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF)<sup>1</sup>. Asimismo, debido a la oportunidad que representa la tecnología digital para impulsar la inclusión financiera, se presentaron datos del avance en el acceso a la telefonía móvil e internet, tomando como referencia informes elaborados por el INEI y OSIPTEL.

Con el objeto de describir el panorama de las fintech en el Perú, se estudió el contexto internacional y nacional de esta industria. Para lo cual, se tomó como base informes realizados por importantes firmas internacionales como KPMG, EY, Finnovista, y Vodanovic Legal en nuestro país. De igual forma, a fin de analizar la incidencia de las fintech en inclusión financiera, se analizó el contexto internacional y se expusieron casos específicos sobre cómo la tecnología, y en específico las fintech, han influido y vienen influyendo en los índices de inclusión financiera.

De manera específica, respecto al análisis del contexto nacional, se señaló el número de compañías fintech operando en el mercado a la fecha y el tipo de servicios financieros en los que se han especializado; asimismo, se identificaron los factores que moldean este ecosistema determinando en este punto que para que las fintech puedan continuar desarrollándose en nuestro país, el gobierno debe ser uno de los principales actores a través del establecimiento de políticas que no limiten su desarrollo, programas para promover la innovación, inversión orientada a cubrir la brecha de financiamiento de las fintech, así como la creación de una sólida infraestructura en telecomunicaciones.

En la misma línea, a efectos de señalar cómo la banca tradicional se ha ido transformando producto de la irrupción de las nuevas tecnologías, nos referimos específicamente a la experiencia de usuario y al *Open Banking*. Asimismo, se describió

---

<sup>1</sup> El presente trabajo de investigación toma en consideración la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera, aprobada mediante Decreto Supremo N° 191-2015-EF, norma vigente al momento de su elaboración.

cuál es el tipo de relación que se ha venido dando entre ambos actores, fintech e instituciones financieras, y se abordaron algunos ejemplos de cómo se vienen produciendo las asociaciones tanto en el Perú como en otros países, concluyendo que, si bien hoy en día en el país la sinergia se produce para apoyar la mejora de los procesos de las instituciones financieras, las fintech resultan ser una oportunidad para llegar a los segmentos que se encuentran actualmente excluidos.

Para analizar cómo la industria fintech se constituye en un aliado para mejorar la inclusión financiera en el Perú e identificar las principales limitaciones y oportunidades para que estas compañías puedan brindar servicios financieros inclusivos, así como para obtener un mayor alcance de los demás aspectos materia de investigación, entrevistamos a distintos actores del panorama fintech en el país, como CEOs y fundadores de compañías pertenecientes a diferentes segmentos; así como asesores legales expertos en regulación y asesoría a fintech, y ejecutivos de algunas instituciones financieras, quienes nos transmitieron la importancia que tiene el desarrollo de este sector para la inclusión financiera en el país.

Finalmente, luego del análisis documental, la revisión de las distintas bases de datos e informes, así como las entrevistas realizadas a los expertos, se concluye que las fintech constituyen una herramienta para promover la inclusión financiera en Perú puesto que no solo permiten acercar los servicios financieros a personas y empresas excluidos o subatendidos por el sistema financiero, sino que además ofrecen servicios financieros que responden a las necesidades de sus usuarios. Sin embargo, cabe precisar que para lograr el despegue del sector, así como para que las fintech puedan brindar servicios financieros inclusivos se necesita la mejora y desarrollo de algunos elementos como la expansión de la infraestructura de telecomunicaciones del país, un desarrollo normativo para aquellas actividades que por su nivel de desarrollo o sus riesgos requieran una normativa específica, la implementación de *sandboxes* regulatorios, la revisión de las normas tributarias y las que regulan los topes a las tasas de interés, así como la educación digital.

## **CAPÍTULO I. INTRODUCCIÓN**

En este capítulo se formulará el planteamiento del problema y los objetivos del presente trabajo de investigación. De igual modo, se describirá la justificación, la contribución y el alcance del mismo.

### **1.1. Planteamiento del problema**

A nivel mundial, la inclusión financiera es un tema relevante en las agendas de los países debido a sus efectos en la reducción de la pobreza, el desarrollo financiero, económico y social y el fomento de la prosperidad compartida. (Banco Mundial, 2014).

En ese sentido, los actores públicos y privados han dirigido sus esfuerzos a diseñar e implementar iniciativas que mejoren la inclusión financiera, y nuestro país no es la excepción. Así, en el 2015 se aprobó la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera<sup>2</sup>, que tiene como finalidad promover el acceso y uso responsable de servicios financieros eficientes y adecuados a las necesidades de la población.

En el marco de esta iniciativa, se han adoptado distintas acciones destinadas a promover la inclusión financiera. Sin embargo, a pesar de los avances logrados, el informe Global Findex 2017 reporta que el Perú aún mantiene una de las tasas más bajas de inclusión financiera en América Latina.

En nuestro país, alrededor de 13 millones de adultos permanecen no bancarizados, lo que representa el 57% de los adultos. Así también, el Perú registra la segunda mayor brecha de género dentro de las economías de América Latina, con 17 puntos porcentuales, es decir, mientras el 51% de los hombres tiene una cuenta, solo el 34% de las mujeres es titular de una cuenta.

De otro lado, el informe Global Findex 2017 ha informado que las barreras más citadas por los adultos sin una cuenta en una institución financiera son el costo, la falta de dinero suficiente y que el sistema financiero genera desconfianza.

En definitiva, existe un espacio de mejora para que los adultos subatendidos o excluidos financieramente puedan acceder a servicios financieros de calidad, que respondan a sus necesidades.

En este contexto, dada la transformación digital que está experimentando el mundo, aparecen las fintech, que surgieron luego de la crisis financiera ocurrida entre los años 2007 y

---

<sup>2</sup> El presente trabajo de investigación toma en consideración la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera, aprobada mediante Decreto Supremo N° 191-2015-EF, norma vigente al momento de su elaboración.

2008 como consecuencia de la quiebra de algunos bancos que, además, generó desconfianza en el sistema financiero tradicional. (Asociación de Bancos del Perú, 2017).

Las fintech son empresas que ofrecen productos y servicios financieros teniendo como principal soporte la innovación tecnológica, caracterizándose por su agilidad para construir valor. Estas empresas están permitiendo que personas y negocios con necesidades financieras accedan a herramientas que antes tan sólo la banca tradicional podía atender.

En nuestro país, el desarrollo de la industria fintech va en ascenso. A junio de 2019, se han identificado 124 fintech, de las cuales más de dos terceras partes han orientado su modelo de negocio a atender a aquellas personas que se encuentran subatendidas o excluidas del sistema financiero tradicional, apoyando, de este modo, el desarrollo de la inclusión financiera en el país. (Vodanovic Legal, 2019).

Dicho lo anterior, consideramos oportuno analizar si la industria fintech representa una oportunidad para desarrollar la inclusión financiera en el Perú.

## **1.2. Objetivos**

### ***1.2.1. Objetivo general***

El objetivo general de la presente tesis es determinar si las fintech pueden constituir una herramienta para promover la inclusión financiera en el Perú.

### ***1.2.2. Objetivos específicos***

Los objetivos específicos de la presente tesis se detallan a continuación.

- Describir el avance de la inclusión financiera en el Perú en los últimos años.
- Describir el panorama de la industria fintech a nivel internacional y detallar la situación actual en el Perú.
- Identificar la contribución de mecanismos de colaboración entre la banca tradicional y las fintech en la inclusión financiera.
- Identificar las limitaciones y oportunidades para que las fintech puedan apoyar la inclusión financiera en el Perú.

## **1.3. Justificación y contribución**

En los últimos años, la inclusión financiera se ha convertido en una de las prioridades en las agendas de los gobiernos y los intermediarios financieros, quienes han dedicado sus

esfuerzos a diseñar políticas y estrategias que fomenten la inclusión de los sectores no bancarizados.

En esa línea, en el Perú, en el 2014 se creó la Comisión Multisectorial de Inclusión Financiera (CMIF), que tiene como objeto “proponer el diseño y realizar el seguimiento de la implementación de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera”. (Decreto Supremo N° 029-2014-EF, 2014).

La Comisión se encuentra adscrita al Ministerio de Economía y Finanzas e integrada por dicho Ministerio, el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social y el Ministerio de Educación, así como por la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP, el Banco Central de Reserva del Perú y el Banco de la Nación. (Decreto Supremo N° 029-2014-EF, 2014).

En el marco de las iniciativas de los sectores público y privado para promover la inclusión financiera, se han definido distintas estrategias como, por ejemplo, la implementación del marco regulatorio del dinero electrónico, las adecuaciones normativas de facturas negociables, la aprobación del Régimen de Garantías Mobiliarias para impulsar el acceso al financiamiento con garantías sobre bienes muebles, etc.

Si bien las acciones adoptadas por los intermediarios financieros y demás entidades del sistema han contribuido al crecimiento de la inclusión financiera en el país, aún falta mucho por recorrer. Basta con revisar los resultados del Global Findex 2017 que señalan que “nuestro país se ubica a la zaga de la región latinoamericana, figurando sólo por encima de México, Paraguay, El Salvador, Nicaragua y Haití.” (Asociación de Bancos del Perú, 2018, p. 2).

En este punto, resulta oportuno referirnos a la aparición de las fintech; innovaciones tecnológicas en la industria financiera que se caracterizan por su innovación y flexibilidad y, que han impulsado la inclusión financiera en distintos países, a través del aprovechamiento del avance tecnológico.

Al respecto, en la presentación de los resultados del informe Global Findex 2017, el Banco Mundial señaló que el incremento de 62% a 69% de la población incluida financieramente, entre los años 2014 y 2017 a nivel mundial, ha sido impulsado en gran parte por el acceso a los servicios financieros a través de los teléfonos móviles e internet. (Asociación de Bancos del Perú, 2018). Esta situación se verifica, por ejemplo, en países como China y Kenya, en los que las fintech han impulsado la inclusión financiera.

En ese orden de ideas, el propósito del presente trabajo de investigación es analizar y determinar si en el contexto peruano, las fintech podrían ser una herramienta que permita impulsar la inclusión financiera.

Por tanto, la contribución del presente trabajo de investigación radica en examinar si el número de personas incluidas financieramente en nuestro país podría incrementarse producto de los beneficios introducidos por la denominada “revolución fintech”.

#### **1.4. Alcance**

En el presente trabajo de investigación se analizará el rol de las fintech en el contexto internacional actual, y en particular en el contexto peruano.

Asimismo, se estudiará el estado de la inclusión financiera en el Perú, así como el impacto de las fintech en aquella con el objeto de determinar si dichas innovaciones tecnológicas podrían impulsarla.

Finalmente, se examinará cómo una colaboración estratégica entre las fintech y la banca tradicional podría beneficiar a la inclusión financiera en nuestro país.

En este primer capítulo se ha descrito el planteamiento del problema, los objetivos, la justificación, la contribución y el alcance del presente trabajo de investigación.

## **CAPÍTULO II. MARCO CONCEPTUAL**

En este capítulo se desarrollará el marco teórico sobre los temas centrales del presente trabajo de investigación. En específico, se expondrán las definiciones y aspectos relevantes relacionados con las fintech y la inclusión financiera.

### **2.1. Fintech**

Fintech, de los vocablos en inglés *finance* y *technology*, se utiliza para definir a las empresas que ofrecen determinados productos y servicios financieros teniendo como principal soporte la innovación tecnológica.

Según el Comité de Supervisión Bancaria de Basilea (2018), las fintech se pueden definir como “innovaciones financieras habilitadas por la tecnología que podrían dar como resultado nuevos modelos de negocio, aplicaciones, procesos o productos con un efecto material asociado en los mercados e instituciones financieras, y la provisión de servicios financieros”. (p.8).

En términos amplios, podríamos definirla entonces, como la aplicación de nuevas tecnologías con el objeto de crear y ofrecer nuevos productos y servicios financieros respectivamente.

Estas empresas surgieron en Reino Unido y Estados Unidos a finales del 2010 ante la desconfianza de los consumidores por la banca tradicional producto de la crisis financiera; y es en dicho contexto de clientes insatisfechos que las fintech encontraron una oportunidad de desarrollo asegurando transacciones de forma más rápida y sencilla tanto para empresas como para personas. (Iguar, 2016).

Respecto a este último grupo, destaca la llamada generación de los millenials, principal mercado de la mayoría de fintech, al constituir lo que será el modelo del principal cliente del futuro. Están estrechamente enlazados con la tecnología y hoy en día demandan soluciones y nuevas formas de relacionarse con el sector financiero.

Noya (2016) señala que “su propuesta de valor [de las fintech] ha sido mejorar radicalmente la propuesta de los bancos tradicionales en un vertical determinado, o bien sus costes, o bien en la experiencia de usuario, o ambos a la vez.” (p.26).

#### ***2.1.1. Características de las Fintech***

Según Iguar (2016), las fintech presentan las siguientes características:

- **Propuesta orientada a algún aspecto de las finanzas**

Las fintech se centran en un producto o servicio en específico como préstamos o medios de pago, a diferencia de los bancos tradicionales cuyos servicios y productos suelen ser más complejos, por lo que, la mayoría de veces requieren que el cliente acuda a alguna agencia o solicite la ayuda de un asesor comercial.

- **El uso de nuevas tecnologías como su principal soporte**

En definitiva, una de las principales características de las fintech es ofrecer servicios financieros a través del uso de nuevas plataformas tecnológicas (como, por ejemplo, aplicaciones para *smartphones*) que resultan más accesibles, pues no requieren cumplir con ciertos estándares regulatorios que sí debe cumplir la banca tradicional.

Se puede afirmar que las fintech representan una alternativa desafiante para la banca tradicional ya que son empresas que se presentan como una nueva opción para los consumidores en el sector financiero.

Un ejemplo de cómo la tecnología está revolucionando los servicios financieros son las criptomonedas y su tecnología *blockchain*. Las criptomonedas son un tipo de divisa alternativa y de moneda digital que funciona *peer to peer* (de persona a persona) a través de la tecnología llamada *blockchain*, entendida como una cadena de bloques descentralizada que permite eliminar a los intermediarios en las transacciones. Así tenemos al *bitcoin*, la moneda virtual con mayor volumen actual, que permite su intercambio sin necesidad de la intervención de terceros que supervisen la liquidación de las transacciones. (Gutierrez, 2018).

### **2.1.2. Tipos de Fintech**

#### **2.1.2.1. Tipos de Fintech por actividades**

De acuerdo a Noya (2016), según los servicios o productos que puedan ofrecer, las fintech se pueden clasificar en grandes grupos:

##### **a) Pagos Digitales**

Este tipo de fintech propone la ejecución de transacciones de pagos electrónicos, transferencias y cambios de divisa evitando la intervención de intermediarios como instituciones financieras, así como el uso de dinero físico. El objetivo de las empresas que brindan este servicio es lograr una mayor eficiencia en costes. Asimismo, al ser los pagos digitales una fuente importante de datos, éste es uno de los grupos operativos en los que hay mayor innovación y competencia.

Una de las fintech más conocidas a nivel mundial en este grupo es *Paypal*, creada a inicios del año 2000. Junto con *Alibaba* de China, se ha posicionado como uno de los principales actores de la escena mundial de las fintech facilitando el pago en transacciones de distintas páginas como *eBay* y evitando también las comisiones – generalmente significativas – que solían cobrar los bancos. (Leek, 2015).

#### **b) Financiación alternativa**

En esta categoría se encuentran las fintech destinadas a crear un espacio electrónico para la financiación y los préstamos eliminando la intermediación a través de un trato directo entre inversores y prestatarios, lo cual repercute de manera directa en la banca tradicional cuyo rol original es el de un intermediario que otorga préstamos y capta depósitos a cambio de la obtención de cierta rentabilidad. Así, aparecen las empresas denominadas de financiación participativa o *crowdfunding*; así como las denominadas *crowdlending* a particulares (*P2P lending*) y a empresas (*P2B lending*).

El *crowdlending* consiste en otorgar créditos a empresas y personas (*P2B* y *P2P lending*) financiados a través de las aportaciones de varios inversores sin la necesidad de intermediarios más que la plataforma a quien contacta la entidad que requiere los fondos. Generalmente, los recursos son destinados a empresas o proyectos particulares. (Igual, 2016).

Destacan en este rubro *Funding Circle* y *Lending Club* en Reino Unido y Estados Unidos, respectivamente. En Perú, *Afluente* es una de las compañías más destacadas en este rubro.

En relación al *crowdfunding*, BBVA (2016) indica que existen los siguientes tipos:

- *Equity-based crowdfunding*, *crowdinvesting* o *crowdfunding* de inversión. Es un mecanismo de financiamiento que ofrece a los inversores participaciones o acciones de la empresa que busca el financiamiento en proporción a lo aportado, a modo de contraprestación. *AngelList* es un ejemplo de este tipo de plataforma.
- *Rewards-based crowdfunding* o *crowdfunding* de recompensas. Es un mecanismo de financiación en el que el proyecto o la empresa que busca financiamiento concede una serie de recompensas en función a los aportes recibidos con el fin de incentivar la inversión en su proyecto. Un ejemplo de este tipo de plataforma es *Indiegogo*.
- *Donation-based crowdfunding* o *crowdfunding* de donaciones. Probablemente este sea el mecanismo de financiamiento más antiguo. Es utilizado en mayor proporción por compañías u organizaciones con fines benéficos y no implica ningún tipo de

contraprestación a cambio de lo aportado. Una de las fintech más conocidas a nivel mundial con estas características es *GoFundMe*.

### **c) Gestión de inversiones**

En esta categoría se encuentran las fintech cuyo objetivo es ayudar a las personas a llevar un mejor control sobre sus finanzas personales.

#### **c.1) Banca de información y asesoramiento personal**

En este grupo se encuentran las empresas que han desarrollado plataformas que permiten disponer de variada información de manera sencilla y rápida. Es así que, a través de los dispositivos móviles se puede, no solo acceder a las cuentas y movimientos bancarios sino también realizar presupuestos y observar tendencias de gastos de una forma más simple y rápida. El propósito de este tipo de fintech es proporcionar a los usuarios una forma más eficiente de gestionar sus finanzas.

#### **c.2) Inversiones y gestión de patrimonios**

En este grupo se encuentran los denominados *robo-advisors* o asesores *on-line* que tienen como objetivo la gestión de carteras.

Al respecto, Igual (2016) sostiene que:

“Las fintech creadoras de los modelos de gestión patrimonial consideran que estos sistemas pueden ser programados para tomar mejores decisiones de inversión que las personas debido a que, mientras estas pueden tener prejuicios e ideas preconcebidas, los algoritmos son completamente neutros.” (p.35).

De ese modo, este grupo de empresas se presenta como una nueva opción frente a la banca tradicional que aparentemente solo proporcionaba información de su institución con el objeto de vender sus productos y servicios.

### **d) Big Data (análisis de datos)**

Cuando se habla de Big Data, este se presenta como un fenómeno que muchos grupos de interés describen como las cuatro V: volumen, velocidad, variedad y veracidad. Constituye un aspecto clave en la transformación digital debido a la gran cantidad de información que se genera, la cual es útil para los diversos sectores empresariales.

Esa información es relevante en el ámbito empresarial en la medida en que se transforma en una ventaja competitiva (Igual, 2016); es así que su desarrollo ha proporcionado resultados interesantes en distintos rubros empresariales como salud, energía, seguros, retails, turismo, entre otros.

En lo que respecta a las finanzas, esta tecnología es una de las principales que sustentan la oferta de las fintech. Adicionalmente, las compañías fintech que pertenecen a esta categoría tienen como objetivo el estudio del comportamiento del consumidor por medio del análisis de grandes cantidades de información provenientes de operaciones realizadas en la red.

#### **e) Neobancos**

Estas empresas venden productos y servicios exclusivamente por internet. Al igual que la banca tradicional, ofrecen tarjetas de crédito y débito, cuentas de ahorros y corrientes, entre otros. Ejemplo de este tipo de fintech son *Atom Bank* de Gran Bretaña y *Bluebird* en Estados Unidos.

Si bien este mercado no es aún muy grande, su desarrollo nos lleva a pensar en lo que podría ser el futuro de la banca, una entidad que por medio de un software y en base a fórmulas se limite a la gestión de fondos.

#### **2.1.3. Beneficios y riesgos de las Fintech**

Si bien el desarrollo de las fintech, representa una serie de beneficios para el mercado financiero, también presenta ciertos riesgos que deben ser identificados, analizados y mitigados.

##### **2.1.3.1. Beneficios que trae el desarrollo de las Fintech**

#### **▪ Creación de nuevos productos**

Esto se ha logrado gracias a la gran acogida que han tenido los *smartphones* desde su aparición a inicios del año 2000. En el Perú, la importación de estos móviles se ha triplicado en los últimos tres años, lo que produjo, a su vez, que la penetración aumente a cinco por cada diez consumidores peruanos. (Gestión, 2018).

Es en este contexto que empiezan a producirse cambios en la forma en que las personas interactúan con sus finanzas personales; ejemplo de ello son las aplicaciones orientadas a la gestión de finanzas personales por medio de las cuales los usuarios pueden tomar decisiones mejor informados.

Por otro lado, en algunos países no siempre existen alternativas a los servicios financieros que ofrece la banca formal o tradicional, por lo que las fintech tienen la oportunidad de generar y ofrecer nuevos productos o servicios adaptados a las necesidades y demandas de cada mercado.

- **Mejora la experiencia del usuario**

Debido a la proliferación del uso del internet, las redes sociales y teléfonos móviles, se ha creado una nueva generación de clientes, quienes exigen mayor rapidez, sencillez y facilidad en su interacción con los proveedores de los servicios financieros. Al respecto, las fintech están enfocadas en responder a estas nuevas exigencias, por lo que sus procesos se caracterizan por incorporar dichos atributos, lo que se refleja en una mejor experiencia del usuario.

- **Creación de nuevos mecanismos de evaluación crediticia**

Las fintech utilizan la tecnología para diseñar *credit scoring* alternativos (más inclusivos) que permitan aprovechar la información disponible de usuarios sin historial crediticio. Un ejemplo de ello se presentó en Kenya con *M Shwari*, una cuenta bancaria que ofrece una combinación de ahorro y crédito. Para que el usuario pueda acceder a un préstamo, debe ingresar su solicitud a través de un teléfono móvil. En dicho momento, se activan una serie de datos obtenidos de distintas variables que calculan el riesgo crediticio de la persona. Ello resultó ser de gran ayuda sobre todo en los casos de usuarios nuevos quienes solicitan un préstamo por primera vez. (El País, 2017).

### **2.1.3.2. Riesgos de las fintech**

Junto con la innovación tecnológica también surgen los riesgos asociados al desarrollo de las fintech. Si bien tienen que enfrentarse a las mismas cuestiones a las que se enfrenta la banca tradicional como los riesgos de liquidez, de crédito o de mercado, pueden surgir nuevos problemas debido al uso de la tecnología. A continuación, mencionamos los principales riesgos que enfrentan estas compañías:

- **Riesgo de Crédito**

La banca tradicional siempre se ha encontrado expuesta a este riesgo en los servicios de préstamos y; hoy en día, las fintech tampoco son ajenas a él.

Asimismo, el hecho de que las fintech actúen con el dinero de otros inversionistas exige que tengan un análisis más riguroso. Incluso actúan como intermediarios en este riesgo como en el caso del *equity crowdfunding*. (Holgado, 2017). Sin embargo, como se ha mencionado, las fintech también tienen la oportunidad de mitigarlo con el uso de distintas tecnologías, tal es el caso de *Lending Club*, compañía que creó un negocio exitoso al evaluar con mayor precisión el riesgo crediticio de los acreedores que eran castigados por los sobrecargos de los operadores de tarjetas de crédito. (Chishti y Barberis, 2016).

### ▪ **Riesgo Operacional**

El riesgo operacional es uno de los principales riesgos que deben tomar en cuenta tanto las entidades financieras tradicionales como las fintech ya que puede ocasionar pérdidas a gran escala, siendo necesario la implementación de una adecuada gestión de riesgos para hacer frente a las nuevas circunstancias que se puedan presentar en la industria fintech.

Este riesgo incluye fraudes (actividades ilícitas en los procesos), errores humanos, fallas en las plataformas o infraestructura (implica retrasos o recopilación de datos erróneos debido a fallas como conexión a internet), así como otros acontecimientos externos. Según la definición de Basilea (2002), el riesgo operativo es la pérdida directa o indirecta causada por insuficiencias en los procesos, sistemas internos u otros hechos externos.

Es necesario el desarrollo de estrategias, tanto por parte de las fintech como de los bancos, que puedan atenuar este riesgo y vayan de la mano con la innovación financiera tecnológica. (Martínez de la Peña, 2018).

### ▪ **Riesgo Cibernético**

Igual (2016) señala que “(...) solo con las tarjetas cada hora se pueden procesar una media de sesenta millones de transacciones por parte de los dos mil millones de plásticos repartidos por todo el mundo a través de cuarenta millones de comercios.” (p.128).

Si bien cada vez las entidades recogen mayor información a través del uso dispositivos móviles y de las transacciones económicas en general, también con ello se incrementa el riesgo a que dicha información pueda sufrir algún ataque cibernético (conocido como *CyberRisk*), por lo que, las compañías deben contar con una sólida base en ciberseguridad.

Según JLT Perú, las pérdidas mundiales por estos ataques suelen alcanzar los 400,000 millones de dólares anuales, y entre los principales riesgos a los que se enfrentan las empresas son la alteración de información, extorsión, interrupción del negocio, entre otros. (Gestión, 2018).

Asimismo, el usuario debe estar seguro de la existencia de un control sobre el uso de sus datos personales; cuyo objetivo principal debería ser mejorar el performance de las compañías por medio de unas mejores predicciones y, por ende, lograr un mejor diseño de estrategias.

### ▪ **Riesgo Legal**

Otro de los riesgos que deben enfrentar las fintech es el riesgo legal que consiste en la exposición a pérdidas económicas generadas por la inobservancia o aplicación incorrecta o

inoportuna de la regulación. En ese sentido, es necesario que la regulación no sea inexacta ni ambigua.

Por lo señalado, la normativa que introduzca cada país será relevante dado que si es muy compleja podría significar un obstáculo para el desarrollo de las fintech e incluso podría acarrear su incumplimiento. Al respecto, cabe referirnos a la Ley Fintech promulgada en México. Para algunos la norma contribuye a impulsar el desarrollo del sector, mientras que para otros era muy pronto establecer una regulación para un segmento que se encuentra todavía en crecimiento. (CNN, 2018).

Por último, es importante resaltar el rol del *compliance* para el sector fintech, debido a que constituye un instrumento de prevención y gestión del riesgo de cumplimiento de la legislación.

- **Riesgo de Lavado de Activos**

Las fintech poseen elementos que las hacen vulnerables a actos de lavado de activos y financiamiento del terrorismo (LA/FT) como, por ejemplo, el alcance transaccional (no solo local, sino global) y los procesos de *onboarding* ágiles y simplificados que podrían dificultar la verificación de contrapartes.

Por ello, es importante que las fintech adopten controles para prevenir el LA/FT; estas medidas permitirán minimizar la percepción de riesgo de LA/FT por parte de terceros, brindar mayor transparencia, obtener financiamiento para escalar su modelo de negocio y ofrecer seguridad para los usuarios.

- **Riesgo Reputacional**

Este riesgo está relacionado a los riesgos ya desarrollados. Así, si ocurriese algún incidente que afecte la plataforma de una fintech, ello podría causar la desconfianza de los usuarios afectando no solo su reputación sino también su economía ya que, probablemente, producto de la afectación a los clientes, la compañía tendría que resarcir los daños producidos, generando también un riesgo económico. (Holgado, 2017).

En los últimos años, han acaecido ataques a diversas plataformas conocidas a nivel mundial, tal es el caso de eBay, propietaria de la plataforma de pagos *Paypal*. En el 2014, hackers lograron ingresar a su base de datos, la que contenía información de aproximadamente 145 millones de clientes. Si bien las consecuencias no fueron graves al no poder acceder a los datos financieros como números de tarjetas de crédito, el hecho expuso a la compañía a la pérdida de confianza de sus clientes.

## ▪ **Riesgo Regulatorio**

El riesgo regulatorio es el riesgo vinculado con la incertidumbre de cómo se regularán determinadas operaciones o con las modificaciones en la legislación. Ello podría afectar el mercado significativamente, así como la marcha de un negocio, además de elevar sus costos de operación y reducir el atractivo de una inversión. En el caso de las fintech, la regulación podría resultar ser una barrera para la innovación tecnológica.

En definitiva, si bien la tecnología es la ventaja competitiva de las fintech, esta también trae consigo riesgos que pueden afectar sus operaciones, productos e imagen, por lo que, una gestión de riesgos adecuada constituye un elemento clave para el desarrollo de este nuevo segmento.

## **2.2. Inclusión Financiera**

### **2.2.1. Antecedentes**

A partir del final del siglo XVIII, se crearon entidades financieras que tenían por objeto fomentar la inclusión de los segmentos de la población no atendidos por la banca tradicional a través de la prestación de servicios financieros, tanto ahorros como créditos. Sin embargo, no es hasta principios del siglo XXI que el acceso financiero comienza a cobrar importancia significativa en las agendas del G-20 y sus Estados miembro. (Roa, 2013).

Las principales razones que despertaron el interés de estos actores son:

- i. “La aparición de una serie de estudios que muestran la alta correlación existente entre la pobreza y la exclusión del sector financiero formal.
- ii. La preocupación de los organismos encargados de la estabilidad financiera al sentir cómo algunos tipos de inclusión financiera pueden convertirse en una fuente potencial de inestabilidad.
- iii. La banca tradicional lo comienza a ver como un nicho para expandir sus negocios.” (Roa, 2013, p. 121).

Por consiguiente, es a partir de este momento que el problema de acceso a los servicios financieros se recoge en un concepto más amplio: la inclusión financiera.

### **2.2.2. Definiciones de Inclusión Financiera**

A partir del siglo XXI y con el transcurrir de los años, la inclusión financiera se ha convertido en un punto de agenda primordial a nivel mundial. Distintos gobiernos y organismos internacionales vienen desplegando y poniendo en marcha estrategias que promueven que cada vez un número mayor de personas se encuentren incluidas financieramente.

Con el objeto de comprender lo que significa la inclusión financiera y sus alcances, resulta necesario, en primer término, abordar las definiciones que se han acuñado a este concepto.

A raíz de un comunicado de prensa emitido el 29 de diciembre de 2003 por el Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, en ocasión del año mundial del microcrédito, que sostenía que era necesario eliminar los obstáculos que dificulten que las personas puedan participar en el sector financiero, así como diseñar servicios financieros inclusivos que permitan mejorar su calidad de vida, distintas organizaciones internacionales comenzaron a esbozar las primeras definiciones de inclusión financiera. (Comisión Multisectorial para la Inclusión Financiera, 2015).

La Asociación Global para la Inclusión Financiera (GPFI) y el Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres (CGAP) señalan que:

“Se refiere a una situación en la que todos los adultos en edad de trabajar, incluidos aquellos actualmente excluidos del sistema financiero, tienen acceso efectivo a los siguientes servicios financieros provistos por las instituciones formales: crédito, ahorro (incluyendo cuentas corrientes), pagos y seguros.

Implica prestación del servicio conveniente y responsable, a un costo que el cliente puede asumir y sostenible para el que lo provee, que tenga como resultado que los clientes excluidos utilicen los servicios financieros formales en lugar de las opciones informales existentes.” (Roa, 2013, p. 123).

En la definición dada por el CGAP, se debe entender por “excluidos del sector financiero” a quienes no tienen acceso a los servicios y productos financieros formales o quienes no se encuentran lo suficientemente cubiertos por aquellos; por “servicio responsable”, a la conducta de mercado responsable de los proveedores de servicios y productos financieros como, por ejemplo, la protección efectiva al consumidor financiero. Por último, el término “instituciones formales” hace referencia a proveedores de servicios y productos financieros que tienen un estatus legal reconocido, así como a entidades que soportan la carga regulatoria, sujetos a supervisión externa. (Roa, 2013).

La Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), a través de la Red Internacional de Educación Financiera (INFE), define la inclusión financiera como:

“El proceso de promoción de un acceso asequible, oportuno y adecuado a una amplia gama de servicios y productos financieros regulados y la ampliación de su uso hacia todos los segmentos de la sociedad mediante la aplicación de enfoques innovadores hechos a la medida, incluyendo actividades de sensibilización y educación financiera con el objetivo de promover tanto el bienestar financiero como la inclusión económica y social.” (Roa, 2013, p. 123).

El Centro de Inclusión Financiera (CFI, 2013) en su proyecto “Financial Inclusion 2020” desarrolla la siguiente definición:

“La inclusión financiera plena existe cuando todas las personas del país tienen acceso a una amplia gama de servicios financieros de calidad, a precios asequibles, de manera conveniente, y con trato digno y respetuoso. Los servicios financieros son ofrecidos por una variedad de proveedores, la mayoría privados, y llegan a todos los niveles socioeconómicos, en zonas urbanas y rurales, incluyendo a personas físicamente discapacitadas.” (p.1).

La definición ensayada por el CFI privilegia las necesidades de servicios financieros de las personas, sin hacer distinción entre las personas que registran bajos ingresos de aquellas con mayores ingresos y comprende, además, a personas con discapacidades físicas.

Por último, el Banco Mundial (2016) señala que “la inclusión financiera significa, para personas físicas y empresas, tener acceso a productos financieros útiles y asequibles que satisfagan sus necesidades —transacciones, pagos, ahorros, crédito y seguro— prestados de manera responsable y sostenible.” (párr.1) Asimismo, afirma que tener acceso a una cuenta de transacciones representa un acercamiento a la inclusión financiera, además de permitir una aproximación a otros servicios financieros.

Como se puede apreciar, si bien no existe un consenso, las definiciones citadas presentan elementos comunes, tales como, que el acceso a los servicios financieros debe ser asequible y oportuno y que los servicios financieros deben ser de calidad, respondiendo a las necesidades de las personas.

Por su parte, en nuestro país, la Comisión Multisectorial para la Inclusión Financiera (CMIF, 2015), en la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), señala que la inclusión financiera debe ser entendida como “el acceso y uso de los servicios financieros de calidad por parte de todos los segmentos de la población.” (p.13).

Como se observa, la definición esgrimida por la CMIF recoge los principales elementos de las definiciones brindadas por las principales organizaciones internacionales y hace énfasis no sólo en el acceso a los servicios financieros sino también en su uso.

Finalmente, debido a que la CMIF es el organismo a cargo de diseñar e implementar la ENIF en nuestro país, para el marco del presente trabajo de investigación, se considerará la definición de inclusión financiera desarrollada por dicha entidad.

### **2.2.3. Dimensiones de la Inclusión Financiera**

Las definiciones revisadas en el punto anterior reconocen la naturaleza multidimensional del concepto de inclusión financiera. Dicho concepto comprende las dimensiones básicas de acceso, uso y calidad. (Roa, 2013).

#### **2.2.3.1. Acceso**

La Alianza para la Inclusión Financiera (AFI, 2011) sostiene que el acceso debe entenderse como las capacidades para poder utilizar los servicios financieros formales que se encuentren a disposición.

Al respecto, Roa (2013) señala que la falta de acceso se genera cuando las personas no encuentran instrumentos ni servicios financieros capaces de satisfacer sus necesidades financieras, quedando relegadas del sistema financiero formal. La falta de acceso constituye una barrera que se genera a consecuencia de las fricciones asociadas al sector financiero, tales como los elevados costos de transacción, la incertidumbre sobre el resultado de los proyectos y la asimetría informativa entre los consumidores y los proveedores de servicios financieros.

En nuestro país, la CMIF (2015) señala que el acceso se encuentra referido a la existencia de puntos de atención e infraestructura, considerando su penetración geográfica y una oferta de servicios financieros de calidad asequible.

Por su parte, Beck y De La Torre (2007) sostienen que los problemas de acceso comprenden una limitación observable que conduce a un contraste entre el uso activo de un servicio financiero por un determinado grupo y el bajo uso o falta de uso del mismo servicio financiero por otro grupo. En ese sentido, los citados autores proponen la siguiente clasificación de limitaciones:

- Limitaciones geográficas: Se reflejan en la falta de oficinas bancarias en zonas rurales alejadas y con muy poca población, por lo que resultan ser más costosas de atender.
- Limitaciones socioeconómicas: Estas barreras se evidencian cuando los servicios financieros parecen inasequibles a ingresos o grupos sociales o étnicos específicos, ya sea por altos costos, analfabetismo financiero o discriminación.
- Limitaciones de oportunidades: Se reflejan cuando a las empresas recién formadas con proyectos rentables se les niega el otorgamiento de una facilidad crediticia debido a que no cuentan con garantías.

La clasificación de las barreras propuesta por Beck y De La Torre no es la única. Honahan (2004) distingue las siguientes barreras:

- Barreras de precios: Se producen cuando un servicio o producto financiero se encuentra disponible, pero es muy oneroso.
- Barreras de información: Se manifiestan cuando no se puede establecer la solvencia de una persona o una empresa al no existir información histórica.
- Barreras de servicios y productos: Se evidencian cuando los servicios y productos financieros más necesitados por grupos determinados no son ofrecidos.

#### **2.2.3.2. *Uso***

Según la AFI (2011), el uso se refiere a “la permanencia y profundidad del uso de los servicios y productos financieros”. (Roa, 2013, p.123).

En esa línea, Roa (2013) señala que:

“Cuando se tiene acceso y los agentes privados muestran un bajo o nulo uso de los servicios financieros por razones como falta de conocimiento o educación financiera, falta de ahorros, empleo o ingresos, falta de confianza en las instituciones financieras, miedo a endeudarse, o como un resultado psicológico de una discriminación sistemática en el pasado (autoexclusión), entonces la escasez o falta de uso es un problema de inclusión financiera.” (p. 124).

Por su parte, la CMIF (2015) sostiene que el uso comprende “la frecuencia e intensidad con la que los usuarios emplean los servicios financieros”. (p.13).

Finalmente, cabe precisar que el problema de acceso difiere del de uso puesto que aquel es una consecuencia de las fallas de mercado que tienden a limitar la oferta de servicios y productos financieros mientras que el problema de uso se produce por temas de oferta y demanda de servicios y productos financieros.

#### **2.2.3.3. *Calidad***

La AFI (2011) afirma que la calidad permite mostrar si los servicios y productos financieros se adaptan las necesidades de los clientes y si su desarrollo considera tales necesidades. Asimismo, sostiene que “la medición de la calidad es utilizada para evaluar las características y la profundidad de la relación entre los consumidores y los prestadores de servicios y productos financieros, así como también las alternativas disponibles y los niveles de comprensión de dichas alternativas y sus implicancias.” (Roa, 2013, p.123).

Por otro lado, Roa sostiene que la calidad guarda estrecha relación con la adaptabilidad del producto o servicio a las necesidades de los clientes, la diversidad de servicios financieros,

la regulación y supervisión adecuada de los servicios y productos financieros, así como con las normas de protección al consumidor financiero y de educación financiera. (Roa, 2013).

Por su parte, la CMIF (2015), siguiendo la línea de la AFI, señala que la calidad implica la existencia de productos y servicios financieros que respondan a las necesidades de los clientes.

Finalmente, cabe precisar que las dimensiones desarrolladas previamente han sido recogidas por el CFI (2013) en su proyecto “Financial Inclusion 2020” al considerar como dimensiones de la inclusión financiera las siguientes:

- “Qué se provee: Una gama completa de servicios, que incluyan productos básicos en cada una de las principales áreas: ahorros, crédito, seguro, y pagos.
- Cómo se provee: Con Calidad - ej., conveniencia, asequibilidad, seguridad y dignidad del trato - y con protecciones al cliente.
- Quién lo recibe: Todos los que puedan usar los servicios, incluyendo a las personas de bajos ingresos, que viven en áreas rurales, tienen trabajos informales, y otros grupos que usualmente son objeto de discriminación (mujeres, minorías étnicas, y personas que tienen alguna incapacidad).
- Quién lo provee: Un rango de proveedores liderados por principales instituciones financieras, incluyendo también organizaciones del sector social, privado, y gubernamental.” (CFI, 2013, p. 2).

Como se puede apreciar, las dimensiones desarrolladas por el CFI recogen elementos del lado de la oferta (quién lo provee) y de la demanda (quién lo recibe), considerando, asimismo, las características (cómo se provee) del producto o servicio ofertado (qué se provee).

#### ***2.2.4. Diferencias entre Inclusión Financiera, Acceso a Servicios Financieros y Bancarización***

Los términos inclusión financiera, acceso a servicios financieros y bancarización suelen confundirse o considerarse como sinónimos con frecuencia; sin embargo, no son lo mismo.

En tal sentido, y a fin de clarificar el contenido del presente trabajo de investigación, a continuación, se desarrolla la definición de acceso a servicios financieros y bancarización, así como las diferencias que existen entre estos términos y la inclusión financiera.

##### ***2.2.4.1. Acceso a Servicios Financieros***

El acceso a servicios financieros es la capacidad para poder utilizar los servicios financieros que se encuentren disponibles de las instituciones formales. (AFI, 2011).

En este punto, debe distinguirse el acceso del uso a servicios financieros. Al respecto, el Banco Mundial (2014) en su Informe sobre el Desarrollo Financiero Global 2014: Inclusión Financiera señala que:

“La falta de uso no significa necesariamente una falta de acceso. Algunas personas pueden tener acceso a servicios financieros a precios asequibles, pero optan por no utilizar ciertos servicios financieros, mientras que otras pueden carecer de acceso en el sentido de que los costos de estos servicios son prohibitivos o que los servicios simplemente no están disponibles debido a la normativa, barreras, obstáculos legales o una variedad de fenómenos culturales y de mercado.” (p. 2).

Como ya se ha mencionado, el acceso a servicios financieros constituye una de las dimensiones de la inclusión financiera, por lo que la diferencia entre inclusión financiera y acceso a servicios financieros radica en que la inclusión financiera comprende el acceso a servicios financieros.

La inclusión financiera no se alcanza únicamente con el acceso de todos los segmentos de la población a los servicios financieros, sino también con el uso de servicios financieros que se respondan a sus necesidades.

#### **2.2.4.2. Bancarización**

Morales y Yáñez (2006) definen la bancarización como “un proceso asociado al establecimiento de relaciones estables y amplias entre las instituciones financieras y sus usuarios, respecto de un conjunto de servicios financieros disponibles.” (p.1).

La bancarización implica la creación de relaciones de largo plazo entre usuarios e intermediarios financieros. Es decir, no se encuentra referida al acceso puntual de un grupo de usuarios a un determinado servicio o producto financiero (Morales y Yáñez, 2006).

Por su parte, la SBS (2017) señala que “la bancarización es el proceso mediante el cual se incrementa el nivel de utilización de los servicios financieros por parte de la población en general, estableciendo una relación de largo plazo.” (p.12). De igual manera, sostiene que cuando aumenta el volumen de operaciones realizadas a través del sistema financiero, el grado de bancarización se incrementa.

Morales y Yáñez (2006) sostienen que el concepto de bancarización comprende tres dimensiones: Profundidad, cobertura e intensidad de uso.

“La profundidad está asociada a la importancia relativa agregada del sistema financiero sobre la economía. Los indicadores más comunes son el total de depósitos y captaciones sobre PIB y total de activos bancarios sobre PIB.

La cobertura está asociada a la distribución de los servicios financieros entre los distintos grupos de usuarios. Los indicadores más comunes son el número de medios de pago sobre la población, número de ATMs y/o sucursales por cada 100 mil habitantes, entre otros.

La intensidad de uso está asociada a la cantidad de transacciones bancarias realizadas por una población de referencia. Los indicadores más comunes son el número de créditos por cada 100 mil habitantes, el número de transacciones realizadas con medios de pago bancarios distintos de cheques y efectivos por habitante, entre otros.” (Morales y Yáñez, 2006, p. 10).

En esa misma línea, Maza (2010) sostiene que se puede analizar el grado de bancarización considerando tres dimensiones: “(i) la profundidad del desarrollo de los servicios bancarios en la economía, (ii) la utilización y difusión de ciertos servicios bancarios en la población y, (iii) la cobertura geográfica.” (p.1).

En conclusión, la bancarización es un instrumento que mide el grado de uso por parte de la población de toda la gama de servicios y productos que ofrece el sistema financiero.

En este segundo capítulo se han desarrollado los aspectos teóricos relacionados con las fintech y la inclusión financiera, tales como definiciones, características y tipos de fintech y antecedentes, definiciones y dimensiones de la inclusión financiera.

## CAPÍTULO III. MARCO CONTEXTUAL

En este capítulo se describirá el panorama de la industria fintech y la inclusión financiera, tanto a nivel internacional como en el Perú.

### 3.1. Panorama de la industria fintech a nivel internacional

Según KPMG (2017) en su informe “*Fintech, innovación al servicio al cliente*”, existen aproximadamente más de 15,000 fintech alrededor del mundo, siendo Reino Unido y Estados Unidos los principales lugares que acogen la mayor cantidad de empresas de este sector. Sin embargo, la revolución fintech también va ganando terreno en otros lugares alrededor del mundo como Asia, África y América Latina.

La descripción del panorama fintech en Europa y Estados Unidos se detalla en el Anexo I.

A continuación, se muestra el Top 10 de las compañías fintech en el 2018 según un informe realizado por KPMG:

*Tabla 1. Top 10 Fintech Companies in 2018*

	<b>Company</b>	<b>Country</b>
1	Ant Financial	China
2	JD Finance	China
3	Grab	Singapore
4	Baidu	China
5	Sofi	United States
6	Oscar Health	United States
7	Nubank	Brazil
8	Robinhood	United States
9	Atom Bank	United Kingdom
10	Lufax	China

Elaboración: Propia.

Fuente: KPMG.

Como se puede apreciar, si bien Estados Unidos y Reino Unido mantienen a compañías fintech en el ranking, China se ha posicionado sobre ellas. Dicho lo anterior, a continuación, se describirá el panorama fintech en esta región, así como en África.

### 3.1.1. Asia y África

El desarrollo de las fintech en Asia tiene dos protagonistas: China e India. Uno de los países que más ha contribuido con el incremento de fintech en los últimos años es China, líder indiscutible en su región, representando un 80% del total de inversiones en Asia; mientras que India abarca aproximadamente un 12%. (EY, 2018).

El sector fintech con mayor demanda en esta región es el relacionado a las finanzas personales. En general, el crecimiento de este sector en la región se debió a que la mayoría de la población en estos países no contaba con acceso a todos los servicios que podía ofrecer la banca tradicional a diferencia de América Latina; es decir, cuentas de ahorro, grandes redes y sucursales bancarias, lo que originó que tuvieran una aceptación más rápida en dichos lugares.

Los factores que han hecho que el ecosistema fintech en China lo convierta en uno de los líderes del sector en la actualidad son los siguientes (EY, 2017):

- Talento

El mercado fintech en China tiene como base una amplia gama de talento tecnológico y financiero; así como de hábiles emprendedores. El país asiático cuenta con universidades e institutos que forman parte del top ranking de las llamadas STEM por sus siglas en inglés (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas). Asimismo, se ha visto beneficiada por el regreso de estudiantes que viajaron al exterior para ingresar a instituciones de prestigio alrededor del mundo con el objetivo de aplicar lo aprendido a su regreso.

Según el Ministerio de Educación de dicho país, China es en su región uno de los países con mayor número de estudiantes en el exterior y en el futuro se predice que será el líder que albergue a la mayor cantidad de estudiantes graduados en estudios STEM. (Aldama, 2018). Cabe señalar que el talento humano es uno de los factores claves para el desarrollo de las fintech en un país; y China, definitivamente va por buen camino.

- Capital

China es uno de los líderes en la inversión en el sector fintech. Para lograr ello, el gobierno brinda apoyo a las *startups* tanto en su creación como en el inicio de sus operaciones gracias a fondos creados exclusivamente para ello. Adicionalmente, el actual gobierno de Xi Jinping se ha caracterizado por ser más receptivo a las nuevas tecnologías originando que se incremente la inversión en investigación y desarrollo. En todo el país, Beijing destaca como la ciudad donde se concentra la mayor inversión en fintech.

- Política

El gobierno cumple un rol importante en el crecimiento económico y tecnológico del país. Así, el establecimiento de políticas para limitar la competencia de empresas extranjeras y la inversión en compañías nacionales han sido claves para el auge del sector fintech. En adición, se han establecido beneficios fiscales para *startups* como disminución en las alícuotas de los impuestos por pagar frente a las demás empresas.

- Demanda

Uno de los factores claves e inigualables es la población de China, la más grande del mundo. Alrededor del 30 por ciento de la población hacia el 2015 era usuaria de empresas fintech, predominando el uso de pagos móviles. Actualmente, alrededor del 70 por ciento de la población utiliza el teléfono para realizar pagos. (Fernández, 2019).

Así, en China se utiliza actualmente herramientas como el *WeChat pay*, aplicación a través de la cual se pueden realizar pagos, incluso a las personas del comercio ambulatorio; o *Alipay*, perteneciente a la gigante tecnológica Alibaba, actualmente la fintech más valorada en el top ranking de empresas fintech elaborado por la firma KPMG. Esta compañía lidera actualmente la plataforma de pagos en todo el mundo, lo que ha llevado a que el BBVA de España firme un convenio con dicha entidad en el 2017 para que turistas chinos puedan pagar en distintos establecimientos de España usando la aplicación de *Alipay* con el objeto de potenciar el creciente mercado de turismo e impulsar los comercios españoles. (BBVA, 2017).

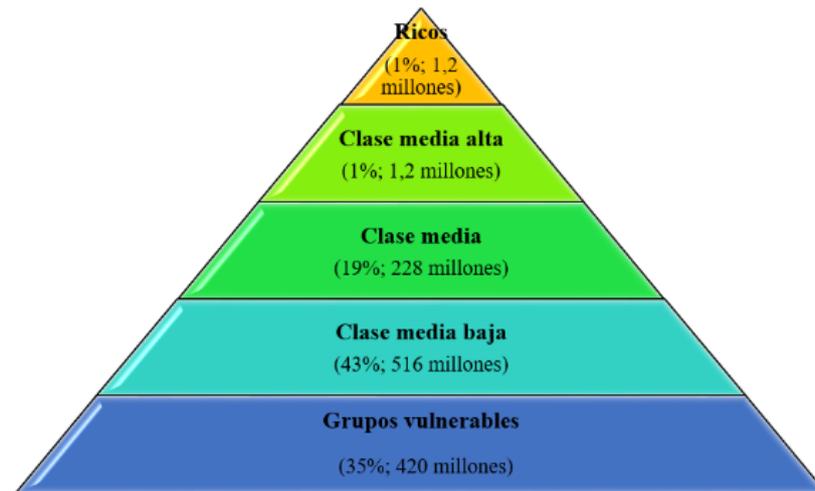
Probablemente, en China estamos frente a una población en la que la mayoría o gran parte de las personas no contaba con una tarjeta de crédito, por lo que, el proceso de adaptación a estas nuevas formas de servicios financieros fue más rápido; lo que finalmente ha contribuido también a impulsar la inclusión financiera de sectores desatendidos por la banca tradicional. (Chevarría, 2017).

Por su parte, en India, el impulso del gobierno a la digitalización y la rápida penetración de los móviles han conducido al rápido crecimiento de las fintech en dicho país, destacando también las que ofrecen soluciones en el ámbito de pagos. Ello no solo ha significado un impulso para el desarrollo de las fintech sino también para la inclusión financiera en un país que cuenta con la segunda población más grande del mundo.

En este punto cabe recordar la pirámide de Prahalad a través de la cual podemos ver que la población en India es muy diversa – en cuanto a indicadores demográficos socioeconómicos – teniendo una porción significativa en la base de la pirámide conformada por las poblaciones

vulnerables y la clase media baja, y otra parte - de los ricos - en la cima, dejando a la mayoría de la población en el medio. Así, el elemento principal que ofrece esta estructura son las oportunidades disponibles para la aparición de los servicios fintech, los cuales pueden cubrir la brecha existente en el acceso a los servicios financieros de los mercados desatendidos por la banca tradicional (base de la pirámide) y al mismo tiempo captar a una población rumbo a la movilidad del avance tecnológico (cima de la pirámide). (Chishti y Barberis, 2016, p.92).

Figura 1. Pirámide de oportunidades



Elaboración: Propia.  
Fuente: Chishti y Barberis.

Una de las primeras empresas del mercado *online* en India es *Bank Bazaar*, centrada en el ofrecimiento de productos financieros personales y fundada a finales del 2008 por ingenieros indios, quienes habían estudiado y adquirido experiencia trabajando en empresas de Estados Unidos reconocidas a nivel mundial como *Amazon* y *Microsoft* para luego regresar a su país con el objeto de brindar soluciones financieras a personas que habían sido rechazadas por la banca tradicional o padecían las demoras en el otorgamiento de préstamos y otros productos. Su objetivo entonces, sería ofrecer productos de forma más rápida y sencilla. Es así que la compañía alcanzó el éxito rápidamente y continuó posicionándose hasta el día de hoy con el fin de ampliar su base de clientes e invertir en el desarrollo de aplicaciones para móviles en la medida que su demanda se incrementaba a la par con el uso de teléfonos móviles.

Por otro lado, según el Banco Mundial, en el 2011 alrededor de un 35 por ciento de indios mayores de quince años contaban con una cuenta bancaria; sin embargo, esa cifra llegó a superar el 90 por ciento en el 2016 debido a una iniciativa del gobierno llamada ADHAR a través de la cual se emitieron identidades únicas (UIDAI) para la inscripción de tarjetas SIM

y el dinero móvil, haciendo que la mayoría de hogares estén conectados con una cuenta bancaria formal. (Chishti y Barberis, 2016, p.32).

ADHAR es actualmente la plataforma digital de identificación biométrica más grande del mundo, y si bien esta iniciativa cuenta con detractores por considerar que no hay una restricción en el uso de datos, no cabe duda que también ha coadyuvado a que los pobladores rurales tengan acceso a distintos servicios financieros a los que antes no tenían, así como a reducir los costos de transacciones.

Según KPMG (2018) en su informe “*Fintech in India – Powering a digital economy*”, alrededor de 878 millones de cuentas bancarias se vincularon con esta plataforma durante el primer semestre del 2018, asimismo el volumen de transacciones usando las UIDAI se incrementó de 0.1 millones en el 2016 a 312 millones en el 2018.

Adicionalmente, el gobierno indio – uno de los principales actores en este ecosistema – cuenta con un programa de apoyo para la *startups* el cual ofrece ciertos beneficios como exoneraciones tributarias, simplificación en procesos regulatorios e incremento de la inversión en estas empresas. Según la firma EY (2018) en su informe “*Fintech ecosystem playbook*”, en India, inversores globales de *e-commerce* americanos y operadores chinos de internet han constituido empresas totalmente nuevas, y también han invertido en empresas locales creando así un panorama interesante para un ecosistema fintech en crecimiento.

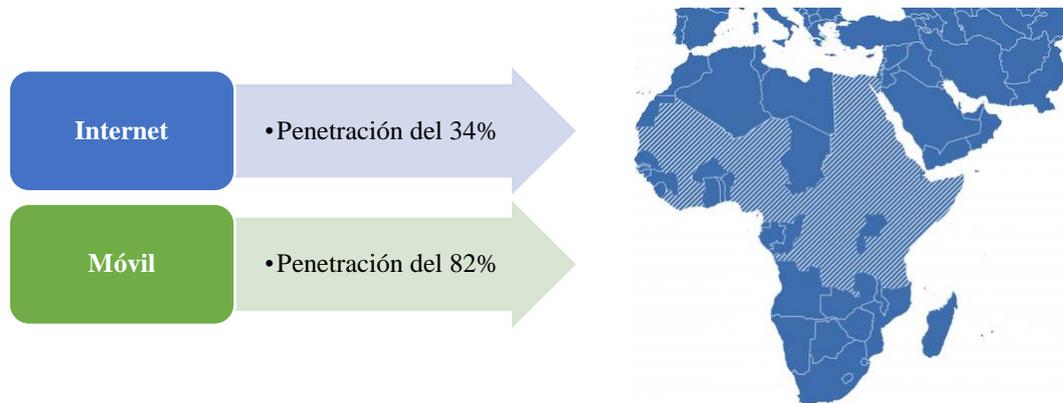
Por otro lado, el talento al igual que el resto de la región siempre es un punto relevante para el crecimiento del sector; sin embargo, en India, al igual que en China, existe un claro esfuerzo de parte del sector privado y público para promover el desarrollo de profesionales especializados. Recientemente, algunos institutos y universidades indios han lanzado programas especializados en fintech con el objeto de cubrir la necesidad de profesionales que demanda este sector.

Finalmente, como hemos visto, en este país diversos *stakeholders* como el gobierno, instituciones financieras, inversionistas, reguladores y *startups* han contribuido a la construcción de un ecosistema sólido en el sector fintech. De esa manera, se puede sostener que estas compañías han evolucionado para desempeñar un rol más estratégico cuyo fin último es atender a las personas que en un inicio no formaban parte del público objetivo de las instituciones financieras tradicionales.

En el caso de África, al igual que en Asia, el proceso de adaptación fue rápido cumpliendo un papel clave, las empresas de telefonía. Según EY (2019) el sector fintech en este continente

ha crecido a una tasa anual de 24% a lo largo de la última década teniendo como hub financieros a Kenya, Sudáfrica y Nigeria con poblaciones que superan los 50 millones en los dos primeros casos y los 190 millones en el caso de Nigeria.

A continuación, mostramos algunas cifras del reciente informe de la firma EY (2018) sobre el ecosistema fintech durante el 2018 en África.



Como se puede observar, en la actualidad la penetración tanto del uso de internet como de los teléfonos móviles en esta región es relevante. Ello se debe a que en economías emergentes como la de África, la población con menos recursos suele usar solo dinero en efectivo y no tiene acceso al crédito; aunado a ello, las personas viven en zonas rurales donde los bancos tradicionales no tienen incentivos en llegar. Es entonces cuando la tecnología se convierte en el elemento que puede ayudar a superar las brechas de la infraestructura financiera para estas personas. Y es precisamente lo que fue ocurriendo en este continente - con una gran porción de población no bancarizada - donde las personas empezaron a utilizar sus teléfonos para realizar transferencias de dinero, pago de servicios, entre otros. (Chevarría, 2017).

Como mencionan Chishti y Barberis (2016) “la penetración de la telefonía en África ha pasado de cero a más de 900 millones de usuarios, con un crecimiento parecido en otras zonas pobres del planeta (...). [Es impresionante] el hecho de que alrededor de 500 millones de estos suscriptores no disponen de acceso habitual a la electricidad”. (p. 76).

En estos lugares en los que no es muy común la existencia de la banca comercial, las fintech contribuyen a mejorar también la seguridad de las personas puesto, como se ha mencionado, la mayoría de transacciones solían ser en efectivo.

Un caso que debemos mencionar es el de *M-Pesa*, fundada en Kenya a inicios del 2010 con el apoyo inicial del gobierno de Reino Unido, y que tuvo como fin brindar un servicio más accesible a los usuarios de microcréditos a través de la red móvil. Se podría decir que fue el

primer eslabón hacia la inclusión financiera en dicho país. Es así que, hacia el 2017 ya un 73 por ciento de adultos en Kenya contaba con una cuenta de dinero móvil. (EY, 2018).

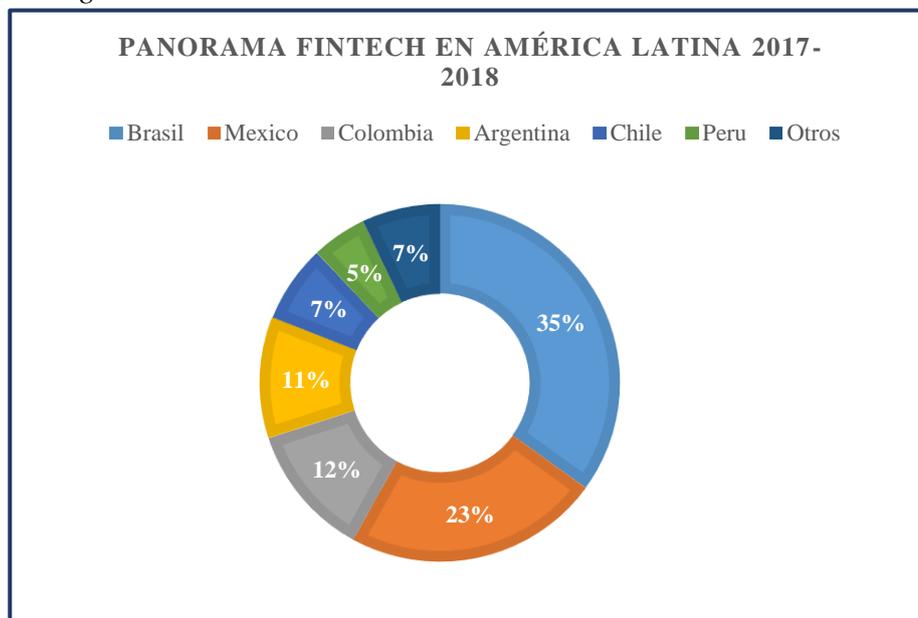
En esta región, el gobierno también ha desarrollado un papel clave; así, el Banco Central de Reserva de Sudáfrica (SARB) ha venido experimentando de manera exitosa el uso de la tecnología *blockchain* con el fin de mejorar sus procesos en áreas de pago como los llamados *wholesale payments*. Mientras que en Kenya, el Banco Central (CBK) dio un paso importante a inicios del 2010 al permitir a *Safaricom* (compañía de telecomunicaciones más grande de Kenya) el lanzamiento de *M-Pesa* cuando no existía regulación alguna para este sector.

### 3.1.2. América Latina

Esta tendencia de crecimiento a nivel global, aunque en menor medida comparada con Europa y Asia, se presenta también en la región de América Latina, en donde su desarrollo se debe a la cobertura de las necesidades que los bancos tradicionales no han podido cubrir.

EY (2018) en su informe “*Fintech ecosystem playbook*”, indica que en esta región hay alrededor de unas 1,034 fintech *startups*, de las cuales el 41% atiende a usuarios excluidos o subatendidos por la banca tradicional. Asimismo, el informe señala que los países con mayor desarrollo en este sector son México y Brasil, tal como se puede apreciar en la siguiente figura.

Figura 2. Panorama Fintech en América Latina 2017-2018



Elaboración: Propia.

Fuente: EY.

Los pagos y remesas, los préstamos y la gestión de finanzas empresariales son los principales servicios que se prestan en esta región, con 26%, 17% y 16%, respectivamente.

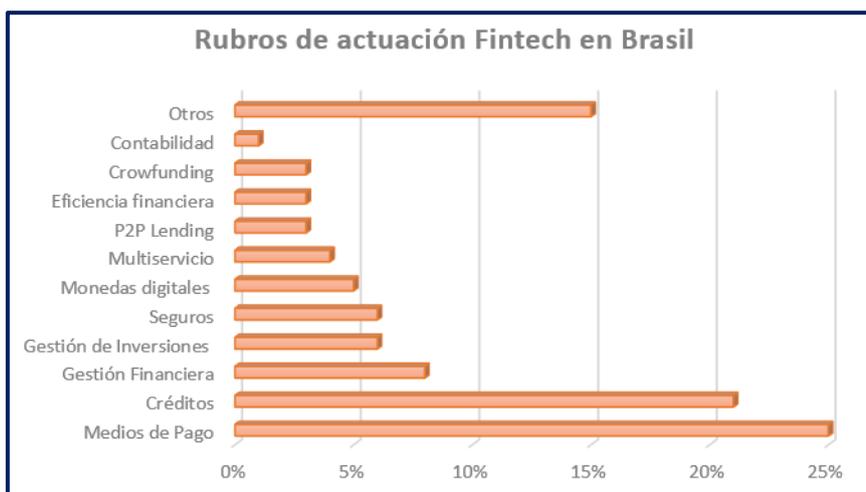
## Brasil

Como señalamos, uno de los países en los que este ecosistema se encuentra más desarrollado es Brasil, en donde podemos encontrar casos de éxito como Guia-Bolso y Nubank.

Sao Paulo – conocido como el *hub* de las fintech – cuenta con una población de aproximadamente 45 millones, factor que ha permitido la difusión de las fintech. (Chevarría, 2017). Según KPMG (2018) en su informe “*Pulse of fintech*”, Brasil se mantuvo como líder en América Latina durante el primer semestre del 2018 a través de la fintech Nubank con más de 150 millones de dólares de inversión.

En el siguiente cuadro se muestran los principales rubros de fintech en Brasil durante el 2018:

Figura 3. Rubros de actuación fintech en Brasil



Elaboración: Propia.

Fuente: PWC.

Como se puede apreciar, los medios de pago y créditos son los principales rubros del mercado fintech en Brasil, entre las que destaca Nubank, ubicada en el puesto siete del Top Ranking de Fintech en el mundo elaborado por KPMG, siendo así la mejor posicionada de América Latina en dicho ranking.

Nubank se fundó alrededor del año 2013 y hoy en día cuenta aproximadamente con cuatro millones de clientes. David Vélez, uno de sus fundadores, vio oportunidades para las empresas tecnológicas en el sistema financiero tradicional derivadas de las frustraciones de las personas en mercados emergentes. Así, esta fintech incursionó en dicho mercado por medio de las ventas de tarjetas de crédito a bajo costo y concentrando su atención en los *millennials* teniendo como objetivo poner fin a la complejidad del sistema financiero tradicional y redefinir la

relación de las personas con el dinero por medio de una relación más eficiente y transparente. (BBC News, 2018). Una de las frases que se puede visualizar en su página web es que la *burocracia cuesta dinero*, por ello atraen a clientes ofreciéndoles productos para los que no necesitan acercarse a una sucursal y realizar los usuales trámites engorrosos.

Cabe resaltar que, en abril del 2018, el Banco Central de Brasil promulgó una norma cuyo objetivo es otorgar autonomía a las distintas plataformas que ofrecen préstamos para que se pueda llevar a cabo transacciones de manera directa entre prestatarios y acreedores a través de la introducción de dos nuevas categorías de instituciones financieras: *P2P companies* y *direct credit companies*. (EY, 2018).

Ahora bien, si bien se aprecia un desarrollo de la industria en Brasil, aún existen barreras que dificultan la gestión de las fintech, entre las que podemos mencionar las siguientes (PWC, 2018):

- Talento

A diferencia de otros países como China e India, en donde se observa que hay un mayor número de talento calificado, en Brasil, así como en el resto de América Latina, la atracción de talento con habilidades digitales es una de las principales preocupaciones de los ejecutivos al ser la base del desarrollo de este mercado.

- Capital

La mayoría de emprendedores brasileños revelan las dificultades existentes para atraer la inversión en las etapas iniciales de muchas *startups*. Es en este punto donde el gobierno podría ayudar a cambiar la estadística, como ha ocurrido en otros países; sin embargo, las turbulencias del entorno económico y político de los últimos años en Brasil han coadyuvado a que ello no pueda consolidarse.

- Política

Otro de los principales retos o barreras son las políticas y el complejo ambiente regulatorio que aún no se ha adaptado totalmente al mercado. Aunque ha existido un esfuerzo para agilizar la reglamentación a través de una reciente ley promulgada por el Banco Central de Brasil sobre el rubro de créditos como se mencionó líneas arriba, esta iniciativa todavía no se encuentra a la altura de lo que exigen estas compañías.

Finalmente, a pesar de las barreras que se presentan en este mercado, Brasil continúa ubicándose antes que México y Colombia como el país con el mayor número de fintech en la región.

### **México**

Otro de los países que sigue esta tendencia es México. En este país el principal segmento de fintech es el financiamiento colectivo o préstamos, que abarca aproximadamente un 23% de las *startups*.

Según reportes de inclusión financiera de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CBNV), las plataformas de financiamiento colectivo han impulsado la actividad emprendedora y han servido para fondar proyectos nuevos en empresas sin historial crediticio. Debido a su potencial crecimiento, el gobierno de México puso mayor atención y promulgó a mediados del año 2018 la llamada Ley Fintech con el objetivo de regular dicho segmento, convirtiéndose así, en uno de los pocos países a nivel mundial que ha regulado el sector. (Olarte, 2016).

Con dicha regulación, México se ha convertido en uno de los principales referentes en la promoción de la industria fintech, no solo en la región sino en el mundo. Con ello, el objetivo del gobierno mexicano es lograr un adecuado desarrollo del ecosistema fintech, el cual cuenta con aproximadamente 300 emprendimientos tecnológicos.

La Ley Fintech en México se basa en seis principios, de los cuales podemos destacar los siguientes: *la inclusión financiera, la protección al consumidor y la promoción de la competencia*.

México es uno de los países con mayor población en el mundo y es un lugar donde también está presente la exclusión financiera, por ello la intención del gobierno de llegar a más sectores a través del impulso de esta nueva ley.

Respecto a la promoción de la competencia, la norma busca crear un entorno competitivo que ofrezca mejores servicios a la población y sentar las bases para que los consumidores de este sector se sientan más protegidos.

A través de esta ley, se regula de manera general a distintos tipos de fintech, incluyendo a las criptomonedas, y exige a las instituciones financieras establecer las API (interfaces de programación de aplicaciones informáticas) con el objeto de compartir datos de sus clientes con terceros proveedores de servicios. Asimismo, a efectos de impulsar el desarrollo del *Open*

*Banking*, el Banco de México tiene como plazo hasta el año 2020 para promulgar las normas secundarias que establezcan reglas para dicho proceso. (Vodanovic, 2018).

Al igual que en Brasil, podemos mencionar algunos factores que moldean este ecosistema en México:

- Talento

Como se ha mencionado anteriormente, el talento es una de las bases para el desarrollo de las fintech. Según Sharma (2018), en México existen instituciones educativas de alta calidad; así como un número importante de compañías innovadoras que serían un factor clave en el futuro de este sector.

Cabe resaltar que las universidades mexicanas lideran junto a Brasil el ranking de las mejores universidades de América Latina. (BBC News, 2018).

- Política

Además de la reciente regulación establecida, el gobierno mexicano se ha caracterizado por dar iniciativas a través de concursos como “Applicando México” que busca atraer el talento de jóvenes para el desarrollo de aplicaciones digitales orientadas al sector financiero.

- Demanda

México ha tenido también una fuerte penetración del teléfono móvil en los últimos años, así como un sistema bancario sólido, el cual ha sido evaluado como cumplidor de los criterios de Basilea III. Como sociedad, es una de las más conectadas ocupando el puesto 14° en cuanto al tamaño de población y se ubica en el puesto 5° en el mundo en usuarios de redes sociales como Facebook, Twitter y Spotify.

Existen siete bancos que representan el 90% del mercado financiero mexicano y, si bien todas estas instituciones que dominan el sistema ya cuentan con plataformas digitales y móviles para una mejor atención al cliente, dichas plataformas solo están disponibles para quienes han abierto una cuenta en una sucursal bancaria. Es así que surgió *Bankaool*, uno de los pioneros del ecosistema fintech en México, cuya plataforma digital permitía a sus clientes abrir una cuenta bancaria de manera sencilla sin necesidad de acudir a alguna sucursal. (Chishti y Barberis, 2016).

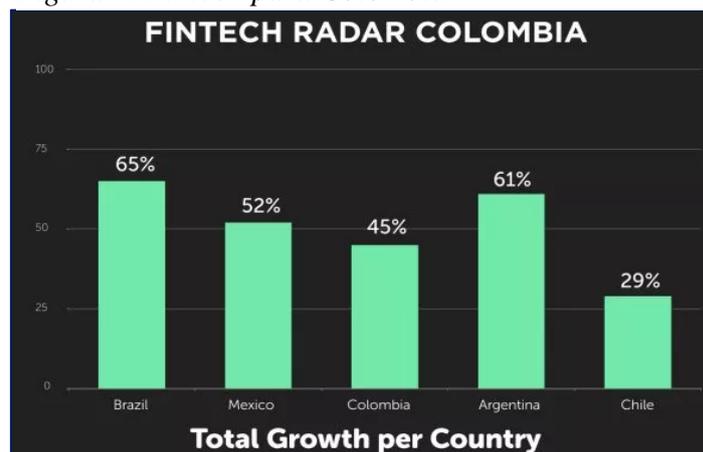
Según el Banco Mundial, la tasa de adultos no bancarizados se sitúa en 63% (por encima de la media en su región), lo que implica un estímulo para las fintech que dirigen sus productos y servicios a estos sectores desatendidos.

Si bien, al igual que Brasil, vemos que existen algunas barreras para el desarrollo del ecosistema fintech, creemos que la Ley Fintech representa un gran reto para la banca tradicional en México, así como para las instituciones encargadas de complementar la regulación con más normas que busquen la promoción de la competencia e inclusión financiera. Así también, podemos destacar la importancia del diálogo entre el gobierno y las empresas del sector fintech, que ha logrado un gran avance en el país con la legislación, y que probablemente hará de México uno de los países con mayor crecimiento en esta nueva industria en los próximos años.

### Colombia

El país de América Latina que ocupa el tercer lugar en emprendimientos fintech identificados al 2019 es Colombia, donde se han creado 78 nuevas *startups* en el último año y medio, teniendo así un crecimiento importante del 45%, aunque aún por detrás de México y Brasil.

Figura 4. Fintech para Colombia



Elaboración: Finnovista.

En este país, el principal segmento es también el de pagos y remesas - lo cual demuestra la relevancia que han tomado los pagos electrónicos en América Latina - el cual representa el 27% del total, seguido por el de préstamos y gestión de finanzas empresariales con un 20% y 14%, respectivamente.

Respecto a los factores que moldean el segmento de las fintech en Colombia, podemos señalar lo siguiente:

- Capital

Colombia es uno de los países con mayor atracción de capital emprendedor por delante de México. Cabe resaltar que, en el 2018, vía Decreto 2443, el gobierno colombiano permitió

a las entidades financieras invertir en estas sociedades promoviendo así la colaboración entre ambos actores - la banca tradicional y las fintech -, cuya finalidad es la aceleración en el proceso de innovación y transformación digital en el país respecto a los servicios financieros.

- Demanda

Al igual que el resto de la región, Colombia también posee una tasa alta de adultos no bancarizados, por lo que, el sector al que más se dirigen las fintech suele ser el de las pymes. Estas empresas tienen dificultades para acceder a financiamientos por la vía tradicional, con accesos al crédito formal menores al 50%. (Finnovista, 2019).

- Política

Podemos destacar la creación del Grupo de Trabajo de Innovación Financiera y Tecnológica, cuyo objeto es impulsar el uso de la tecnología en el sector financiero. Asimismo, el gobierno ha emitido algunos decretos direccionados a la regulación de actividades como el *crowdfunding* que buscan apoyar el desarrollo del sector, así como brindar seguridad al usuario.

Otros organismos estatales como la DIAN (Administración Tributaria de Colombia) se ha pronunciado también respecto a este segmento destacando los avances que ha tenido el sector financiero colombiano debido a la transformación tecnológica, por lo que, parte de su agenda es otorgar incentivos tributarios a este tipo de empresas.

A finales del 2016, surgió también Colombia Fintech con el objetivo de crear un ecosistema dinámico que permita el desarrollo de las fintech y que cuenta con más de 60 empresas afiliadas en la actualidad. Un hecho relevante acaecido en el 2019 es la alianza entre esta institución y el Open Vector, los autores del *Open Banking* en Reino Unido, con la finalidad de intercambiar conocimiento para el segmento fintech colombiano y con el cual este país busca liderar el sector en la región. (Colombia Fintech, 2019).

Adicionalmente, podemos destacar la creación del primer neobanco colombiano *Nequi* fundado en el 2017. Este banco totalmente digital, surgió por innovación de Bancolombia (uno de los bancos más importantes del país presente en Centroamérica), por lo que, cuentan con una red de cajeros automáticos en todo el país. A través de la aplicación de este banco, se pueden abrir cuentas en unos pocos minutos solicitando algunos datos de identificación de usuario. Esperan contar con 650 mil cuentas de ahorros en el 2019.

Como podemos ver, Colombia se encuentra ya en una etapa no solo de crecimiento sino también de consolidación caracterizada por una colaboración o asociación entre los principales

actores del entorno fintech, lo que lo ha convertido en un mercado atractivo para potenciales inversionistas y de lo que aún carecen el resto de países de la región.

Finalmente, vemos que en América Latina, existe un número importante de fintech orientadas a atender a pymes o grupos excluidos o subatendidos por la banca tradicional, enfocándose así en la inclusión financiera. Sin embargo, a diferencia de Europa o Asia, se requiere de una mayor inversión o atracción de capital, lo cual exige también la promoción y mejora en distintos aspectos clave como el talento de jóvenes profesionales, así como el apoyo de los gobiernos para establecer una regulación que, al mismo tiempo, impulse el desarrollo del sector y proteja al consumidor.

No obstante, podemos rescatar algunas iniciativas y proyectos a nivel regional que buscan la promoción de este ecosistema, así como la mejora de la regulación en estos países. Tal es el caso de la Asociación Fintech Iberoamericana y el Programa Bien Público Regional del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), las cuales agrupan a las principales fintech de la región con el objeto de compartir experiencias en materia de buenas prácticas y regulación.

### 3.2. Panorama de la industria fintech en el Perú

Como se ha descrito, la actividad fintech en la región de América Latina se centra en Brasil, México y Colombia, que cuentan con el mayor número de emprendimientos fintech. En Perú se han identificado aproximadamente 124 fintech operando en el país al 2019, lo cual supone un incremento a lo reportado en años previos. (Vodanovic, 2019).

Las fintech identificadas se clasifican por los siguientes tipos de negocios:

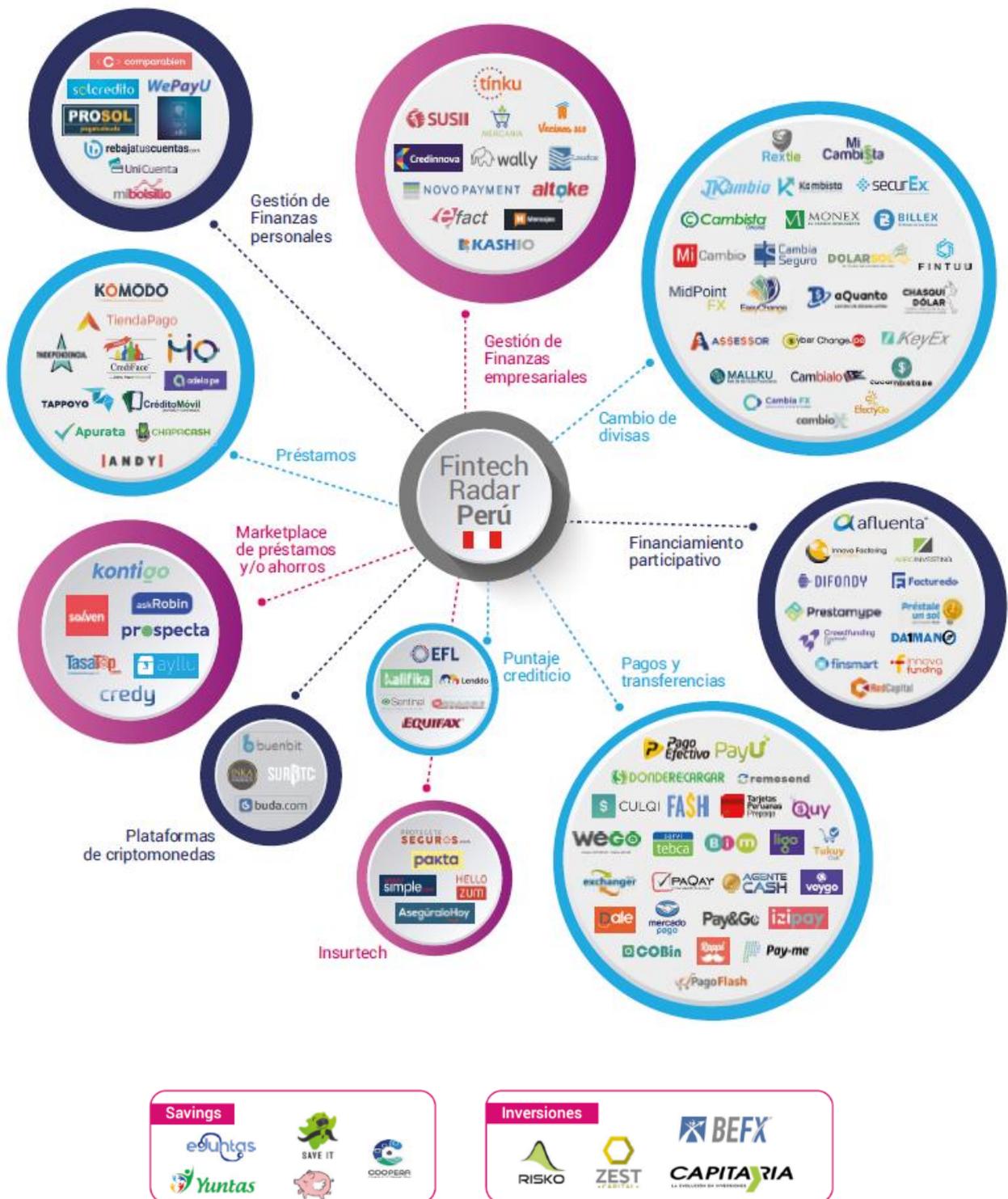
*Tabla 2. Fintech en Perú, según su tipo de negocio*

Fintech en Perú, según su tipo de negocio	
Pagos y transferencias	25
Cambio de divisas	25
Gestión de finanzas empresariales	12
Financiamiento participativo	12
Préstamos	11
Gestión de finanzas personales	8
Market place de préstamos y ahorros	7
Puntaje crediticio	6
Insurtech	5
Savings	5
Plataformas de criptomonedas	4
Inversiones	4
<b>Total</b>	<b>124</b>

Elaboración: Propia.

Fuente: Vodanovic Legal.

Figura 5. Fintech en Perú, según su tipo de negocio



Elaboración: Vodanovic Legal.

Como se puede apreciar, los tipos de negocios predominantes y que han tenido mayor crecimiento en el mercado peruano de fintech son las de pagos y transferencias, y cambio de divisas, seguidos por las de gestión de finanzas empresariales y financiamiento participativo.

A continuación, describiremos algunas de las fintech que operan en el mercado peruano:

- Culqi

Esta compañía es una fintech peruana que ha crecido en los últimos años y cuenta actualmente con tres mil negocios *online* afiliados. Se creó a finales del año 2013 con el objetivo de simplificar los pagos de los negocios *online* ofreciendo programas de cobros automáticos, pagos únicos, entre otros, según el tipo de negocio. Recientemente, *Krealo* del grupo Credicorp ingresó al accionariado de Culqi con el objeto de promover la bancarización de las mypes no solo en Perú sino en el resto de la región. Esta fintech tiene como próximo objetivo integrar nuevos métodos de pago, además del de tarjetas, como el pago en efectivo, con lo cual podrían llegar a un sector no bancarizado. (Culqi, 2019).

- Kambista

Esta compañía se creó a finales del 2016 y es la primera casa de cambio *online* inscrita en la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. Cuenta aproximadamente con 45 mil usuarios registrados y más de 130 mil operaciones en línea realizadas. Surgió con el objetivo de solucionar los problemas de la inseguridad e informalidad; asimismo, el tipo de cambio que ofrece suele ser mejor al que ofrecen las entidades financieras tradicionales debido a que lo manejan a tiempo real.

Las transacciones se suelen realizar en un promedio de diez minutos; el usuario debe registrar sus datos, así como la cuenta bancaria en la que desea recibir el dinero. Kambista empezó a trabajar con el Banco de Crédito y posteriormente abrió cuentas en el banco Interbank.

Según su Co Founder, Paulo Valdiviezo, buscan consolidarse como los líderes en tipos de cambio y remesas en Perú, y se encuentran también explorando otros mercados de la región como Chile y Argentina. (Vodanovic Legal, 2019).

- Prestamype

Esta fintech conecta a empresarios de pequeñas y medianas empresas con inversionistas que buscan obtener un mejor rendimiento de sus ahorros. Este mecanismo es conocido en otros países como el P2P (*peer to peer lending*).

El propósito de Prestamype es promover una nueva forma de invertir: ágil y personalizada orientada a las micro y pequeñas empresas, quienes aportan aproximadamente un 24% al PBI nacional; sin embargo, no cuentan con fácil acceso al financiamiento por la vía tradicional.

Así, en los últimos años esta compañía ha logrado colocar más de 500 préstamos, de los cuales, el 24% ha superado los S/ 100,000. Los sectores que han demandado más préstamos son Comercio, Servicios, Construcción y Manufactura. (Gestión, 2019).

- Comparabien

Es una plataforma de gestión de finanzas personales creada en el año 2010, en la cual, el usuario puede elegir qué tipo de productos desea comparar entre tarjetas de crédito, préstamos personales, seguros vehiculares, depósitos a plazo, créditos vehiculares, seguros de hogar, entre otros. El usuario incluso puede conocer cuántos préstamos o tarjetas pre aprobadas tiene.

La ventaja que ofrece esta plataforma es el ahorro de tiempo, la educación financiera, el ahorro de dinero y la independencia de la información.

Es una de las primeras plataformas de comparación en la región y se encuentra en varios países de América Latina.

- Agente Cash

Es una fintech que ofrece servicios de recaudación y pagos *online* en zonas rurales a través de una red de agentes, llegando así, a zonas donde incluso la banca tradicional no tiene presencia y donde inclusive no existe internet. Agente Cash ha establecido alianzas con empresas de energía como Electro Oriente, Ensa, Hidrandina y Enosa con el objeto de recaudar el pago de los recibos de servicios de electricidad.

Debemos resaltar que esta fintech ha sido premiada por generar un impacto en promover la inclusión financiera en el Perú, en Lima Fintech Forum 2017.

- Seguro Simple

Es una de las cinco *startups* de este rubro en Perú. Fue creada en el 2014 con el objeto de simplificar la vida del usuario y eliminar así, el tradicional y engorroso proceso que implica la adquisición de un seguro por el canal tradicional.

Se trata de un corredor de seguros enteramente virtual que guía al usuario desde la cotización y elección de la póliza hasta el proceso de cobranza. Incluye seguros de automóviles, vida y salud.

Según su fundador, Nicolas Droguett, los usuarios de Seguro Simple valoran tres atributos: la variedad, al ofrecer casi todas las alternativas que ofrece el mercado; la asesoría y el ahorro puesto que revisan constantemente los precios del mercado para ofrecer un producto atractivo al usuario.

Actualmente operan también en México y uno de sus objetivos es expandirse al resto de la región. (Conexión Empresarial, 2017).

Como se puede observar, la revolución digital está transformando la manera en que las personas acceden a los productos y servicios financieros, y las fintech están creando un nuevo panorama que, aunque se encuentra aún en crecimiento, ha originado que la banca tradicional ponga mayor esfuerzo en acelerar la innovación digital y creación de nuevos productos con el objeto de mejorar la experiencia de sus clientes; en ello ahondaremos más adelante.

Ahora bien, a continuación, analizaremos los factores que moldean la industria fintech en nuestro país:

- Telecomunicaciones

Uno de los aspectos relevantes en el desarrollo de las fintech es la infraestructura tecnológica. Como se ha mencionado anteriormente, las empresas líderes en este sector se encuentran concentradas en países como China, Reino Unido y Estados Unidos, lugares que se caracterizan por contar con una sólida y potente infraestructura en telecomunicaciones.

Al respecto, es preciso conocer cuál es la situación de este sector en el Perú.

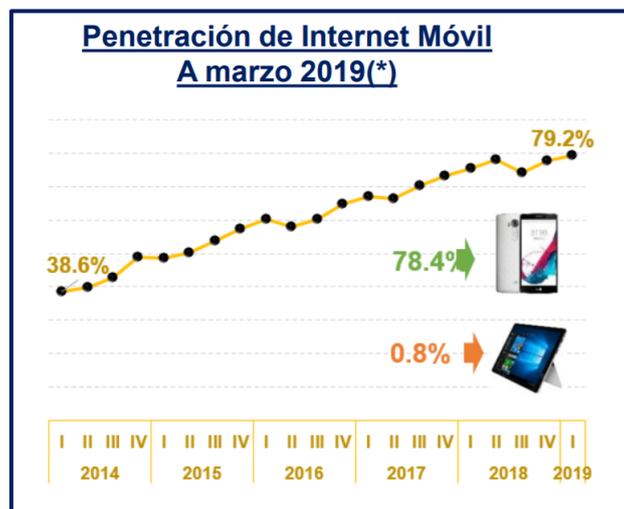
El Centro de Estudios de Telecomunicaciones de América Latina ha señalado que el Perú necesita una fuerte inversión en el sector tanto por parte de los operadores como del gobierno. Esta institución indica que debido a la complejidad de nuestra geografía es más costoso desplegar redes, por lo cual, se requiere la participación de ambos actores.

Aunado a ello, se requiere de flexibilidad comercial, mejora en el espectro radioeléctrico (necesario para la penetración de tecnologías como la 5G); así como de una adecuada legislación que brinde seguridad jurídica a operadores y usuarios. Logrando ello, se podrá alcanzar el nivel promedio de conectividad que tiene un país miembro de la OCDE y que ayudaría a optimizar nuestra economía.

En la actualidad el reto es llegar a las zonas rurales más alejadas del país, así como hacer posible el acceso a dichos servicios a las personas con menos ingresos (Gestión, 2018).

Respecto a la penetración del uso de internet móvil, esta se ha incrementado de un 38.6% en el 2014 a un 77.6% en el 2018 y a un 79.2% al primer trimestre del 2019; así, 79 de cada 100 habitantes accedieron al servicio de internet móvil en el primer trimestre del año, según un estudio realizado por OSIPTEL. Asimismo, las personas que lo hicieron desde teléfonos móviles representan un 78.4%.

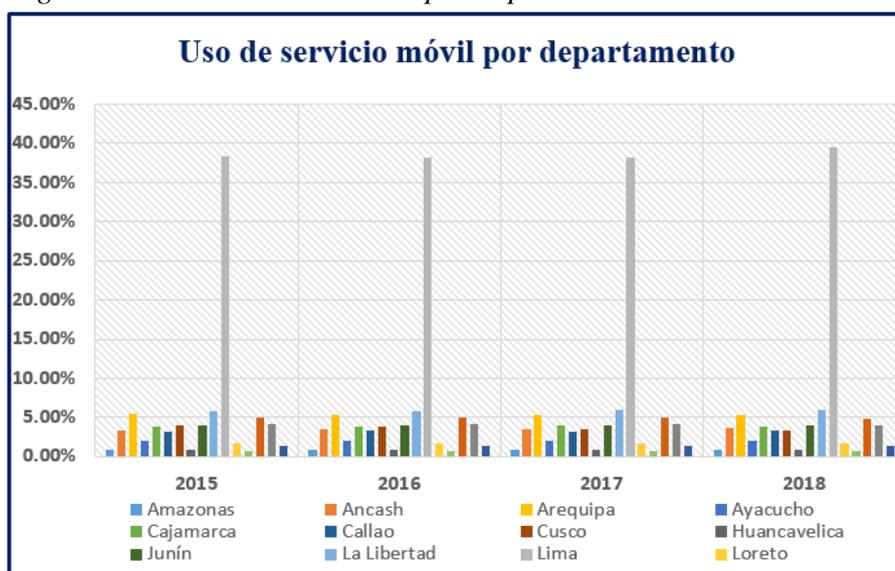
Figura 6. Penetración de internet móvil



Fuente: OSIPTEL

Como se puede observar en el cuadro anterior, el uso del internet a través de teléfonos móviles y otros dispositivos se ha incrementado en los últimos años, situación relevante para el desarrollo de la industria fintech; sin embargo, de dicho universo la mayor concentración está ubicada en Lima como se aprecia en el siguiente cuadro.

Figura 7. Uso de servicio móvil por departamento



Elaboración: Propia.

Fuente: OSIPTEL.

De la figura precedente podemos concluir que, si bien la penetración del uso del internet móvil se ha incrementado en los últimos años, el uso de dicho servicio se encuentra concentrado en Lima. Así, mientras la penetración en las zonas del interior del país no supera el 4%, en la capital ésta oscila entre un 38% y 40%. Con ello se confirma que uno de los desafíos del sector de telecomunicaciones es poder llegar al interior del país con el objeto de incrementar la conectividad a internet y así facilitar la entrada de las fintech a las zonas más alejadas. En el punto 3.5 del presente capítulo se desarrollará con mayor detalle el acceso a la telefonía móvil, acceso a internet y acceso a internet a través de teléfono móvil.

- Talento

Una de las bases para lograr el desarrollo de la industria fintech es el talento. Este sector demanda nuevos perfiles de profesionales que no solo conozcan de tecnología sino también de otras áreas como derecho especializado, marketing digital, entre otros.

Al respecto, en el Perú la atracción de talento puede significar uno de los puntos más débiles en el desarrollo de las fintech. En general, de toda la región se trata de un país que no se encuentra bien posicionado en educación y es también uno de los países que menos invierte en dicho sector tan importante para el desarrollo económico en general.

Para poder consolidar la base para el desarrollo de las fintech se requerirá de distintos perfiles de profesionales orientados a las finanzas y al mundo digital, siempre con gran capacidad analítica al ser un sector muy innovador.

- Capital

Como hemos señalado, una de las principales barreras que presenta este sector es el capital o la obtención de financiamiento. La mayoría de fintech en Perú han sido fundadas entre los años 2016 y 2018; y, según su etapa de financiamiento, el 40% se encuentra aún en una etapa pre semilla; es decir, cuentan con el apoyo de inversionistas ángeles o de familiares y amigos.

Los inversionistas ángeles son quienes están dispuestos a arriesgar por estas *startups* cuyo rendimiento muy probablemente no sea inmediato, pero sí a largo plazo. Algunos de los obstáculos que se pueden mencionar y que son percibidos por los potenciales inversionistas es que el mercado fintech en Perú aún es muy incipiente y no hay una regulación clara y especializada, lo cual genera desconfianza en estos actores. (Vodanovic Legal, 2019).

- Política

En el Perú aún no existe una regulación para la actividad de las fintech, por lo que es necesario que las autoridades relacionadas con los servicios financieros se pongan en coordinación no solo para impulsar el crecimiento de este sector y los beneficios que podría tener en nuestra economía, sino también para mitigar los riesgos que ello podría traer. Si bien algunos de estos organismos se han pronunciado respecto a la preparación de esta nueva regulación aún no ha habido un pronunciamiento definitivo. (Gestión, 2019).

- La Superintendencia de Mercado de Valores (SMV); entidad encargada de la oferta de valores mobiliarios y los servicios de intermediación financiera directa.
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS); entidad encargada de supervisar las operaciones de préstamos, intermediación financiera y dinero electrónico. Esta entidad ha señalado que se encuentra revisando el marco legal actual con el objeto de identificar algunos aspectos que puedan limitar el funcionamiento de las fintech en temas de ciberseguridad y el proceso de la nube.
- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP); entidad encargada de la supervisión de los servicios de pagos.
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (Indecopi); entidad encargada de la protección al consumidor en general incluyendo al consumidor al consumidor financiero.

Por otro lado, a diferencia de los países descritos anteriormente, en nuestro país no han existido muchas iniciativas por parte del gobierno para impulsar el desarrollo del sector, sin embargo, debemos destacar el concurso *StartUp Perú* promovido por el Ministerio de la Producción que busca financiar proyectos innovadores y que puedan tener gran impacto en el desarrollo del país.

Asimismo, a finales del 2017, se creó la Asociación Fintech del Perú como una iniciativa privada formada por empresas pertenecientes a este segmento. La Asociación pertenece a la Alianza Fintech Iberoamericana y actualmente cuenta con más de 40 empresas afiliadas cuyo objetivo es crear un espacio para compartir experiencias, apoyar el emprendimiento tecnológico, así como crear sinergias junto con la banca privada y estatal en pro del crecimiento de este nuevo sector. (Fintech Perú, 2019).

En este punto, podemos concluir que para que el ecosistema fintech pueda continuar creciendo en el Perú, el gobierno debe ser uno de los principales protagonistas por medio del

establecimiento de políticas que puedan disminuir los obstáculos o barreras que impiden la evolución de las fintech como regulaciones específicas que no limiten su desarrollo, inyección de capital en *startups* que puedan significar gran impacto en este segmento, apoyo a jóvenes profesionales con talento, así como la creación de una sólida infraestructura en telecomunicaciones.

### **3.3. Panorama de la inclusión financiera a nivel internacional**

Como hemos señalado, la inclusión financiera representa un tema de interés en las agendas de los países, razón por la cual los sectores público y privado de todo el mundo han encaminado sus esfuerzos a diseñar e implementar estrategias que amplíen la inclusión financiera.

En ese sentido, el informe Global Financial Inclusion (Global Findex) es una valiosa herramienta del Banco Mundial que ofrece un panorama riguroso y multidimensional sobre la situación actual de la inclusión financiera y cuánto nos falta por hacer para lograr la meta trazada por el Banco Mundial de alcanzar el acceso financiero global antes del 2020.

El informe Global Findex recoge información sobre cómo más de 150,000 adultos, con edades a partir de 15 años, en más de 140 países acceden a las cuentas, efectúan pagos, ahorran, solicitan préstamos y gestionan el riesgo (Banco Mundial, 2018).

A continuación, se desarrollarán los puntos clave de la edición 2017 del informe Global Findex: Medición de la inclusión financiera y la revolución de la tecnología financiera.

#### ***3.3.1. Titularidad de cuentas***

El informe Global Findex 2017 define la titularidad de cuentas como tener una cuenta individual o conjunta en una institución financiera o a través de un proveedor de dinero móvil. La primera categoría comprende las cuentas en un banco u otro tipo de institución financiera formal y regulada como, por ejemplo, una cooperativa de crédito, una cooperativa o una institución de microfinanzas. La segunda comprende servicios basados en teléfonos móviles, no vinculados a una institución financiera, utilizados para pagar facturas o para enviar o recibir dinero.

Al respecto, los resultados del informe arrojan que a nivel mundial los adultos que tienen una cuenta suman el 69%. Entre los años 2011 y 2017, 1.2 mil millones de adultos abrieron una cuenta en una institución financiera o a través de un proveedor de dinero móvil, incluidos los 515 millones desde el 2014. Este resultado representa una mejora de 7 puntos porcentuales desde el 2014 y 18 puntos porcentuales desde el 2011.

Los adultos titulares de una cuenta en economías de altos ingresos representan el 94% mientras que, en economías en desarrollo, el 63%. La mayoría de los cuentahabientes tiene una cuenta en un banco u otro tipo de institución financiera formal y regulada. África Subsahariana es la única región a nivel mundial en donde el porcentaje de adultos con una cuenta de dinero móvil supera el 10%, alcanzando el 21%.

Si bien se registra un crecimiento en la titularidad de cuentas a nivel mundial, este crecimiento no ha sido uniforme entre las economías en desarrollo. Por ejemplo, en la India, el porcentaje de adultos con una cuenta se ha más que duplicado desde el 2011, llegando a un 80%. Un factor importante que impulsó este crecimiento fue la política gubernamental llamada ADHAR lanzada en el 2014, destinada a incrementar la titularidad de cuentas entre adultos no bancarizados a través de tarjetas de identificación biométricas. Esta política benefició a grupos tradicionalmente excluidos y ayudó a asegurar un crecimiento inclusivo en la titularidad de cuentas. Así, la iniciativa del gobierno redujo tanto la brecha de género (de 20% en el 2014 a 6% en el 2017) como la que existe entre los más ricos y los más pobres. De igual modo, Indonesia presenta un crecimiento equitativo en la titularidad de cuentas entre hombres y mujeres, ya que la proporción de adultos con una cuenta se incrementó del 20% en el 2011 al 49% en el 2017.

A diferencia de India e Indonesia, en donde se ha reducido la brecha de género, existen algunas economías que, si bien han experimentado un crecimiento en la titularidad de cuentas, han perdido oportunidades de obtener un mejor resultado debido a que las mujeres no se encontraban lo suficientemente incluidas.

En relación a **la brecha de género en la titularidad de cuentas**, cabe precisar que, a nivel mundial, el 72% de los hombres y el 65% de las mujeres tienen una cuenta, registrando una diferencia de 7 puntos porcentuales.

La brecha de género es similar en las economías en desarrollo, registrándose una diferencia de 8 puntos porcentuales. Es decir, el 67% de los hombres tienen una cuenta mientras que las mujeres alcanzan el 59%. En algunas economías en desarrollo, como es el caso de Marruecos, Mozambique y Perú, se registra una brecha de género de dos dígitos mientras que en otras, como es el caso de Bolivia, Sudáfrica y Vietnam, no se registra una brecha de género significativa.

Por su parte, en las economías de altos ingresos no existe una brecha de género perceptible. Sin embargo, cabe precisar que algunas economías de este grupo si se presenta

una diferencia, como, por ejemplo, en Arabia Saudita la brecha de género es de 22 puntos porcentuales.

En relación a **la brecha en la titularidad de cuentas entre ricos y pobres en la titularidad de cuentas**, a nivel mundial, en promedio, los adultos más pobres tienen menos probabilidades que los más ricos de tener una cuenta.

La brecha global en la titularidad de cuentas entre los más ricos y los más pobres no ha experimentado cambios significativos desde que se recopilaron los datos iniciales. En el informe del 2011, los adultos más ricos tenían 17% más de probabilidad que los más pobres de tener una cuenta. A la fecha, la brecha entre ricos y pobres es de 13 puntos porcentuales. En el 60% más rico de los hogares, el 74% de los adultos tiene una cuenta, mientras que en el 40% más pobre de los hogares, únicamente el 61%.

En las economías en desarrollo, la brecha se redujo ligeramente entre el 2011 y 2014, de 20 a 14 puntos porcentuales, y desde entonces no ha cambiado significativamente.

Si bien en la mayoría de las economías individuales la brecha se ha mantenido prácticamente sin cambios desde el 2011, en algunas economías, las políticas del gobierno han impulsado la titularidad de cuentas entre los adultos más pobres. Este es el caso de la India. En el 2014, el 60% más rico de los hogares tenía 15% más de probabilidad que el 40% más pobre de los hogares de tener una cuenta. Desde entonces, gracias en parte a una política estatal dirigida a aumentar la inclusión financiera, la titularidad de cuentas ha aumentado tanto entre los adultos más ricos como entre los más pobres, reduciendo la brecha a 5 puntos porcentuales.

Un aspecto a resaltar en la titularidad de cuentas es **el crecimiento del dinero móvil** en algunas regiones del mundo. Si bien a nivel mundial, solamente el 4% de adultos tiene una cuenta de dinero móvil, existen regiones en donde el porcentaje es mucho más alentador. Este es el caso de África Subsahariana. Los resultados del informe del 2014 mostraron que el 12% de los adultos en dicha región tenía una cuenta de dinero móvil, mientras que a nivel mundial solo el 2%. Actualmente, África Subsahariana mantiene el liderazgo mundial en el uso de dinero móvil: el 21% de los adultos en la región tiene una cuenta de dinero móvil. Un dato importante es que esta región alberga a las diez economías del mundo en donde las cuentas de dinero móvil superan a las cuentas en una institución financiera.

Cabe hacer hincapié en que la difusión de las cuentas de dinero móvil ha creado nuevas oportunidades para brindar un mejor servicio a los grupos tradicionalmente excluidos del sistema financiero formal. De manera particular, se han mostrado algunas señales de que el

dinero móvil podría estar impulsando el cierre de las brechas de género y las brechas entre los más ricos y los más pobres. Por ejemplo, en Kenya las mujeres son 11% más propensas que los hombres a tener solo una cuenta de dinero móvil y es más probable que los adultos más pobres tengan una cuenta de dinero móvil.

Para mayores detalles sobre la información desarrollada en el presente punto, consultar el Anexo II.

### **3.3.2. *Los No Bancarizados***

Global Findex 2017 define como adultos no bancarizados a aquellos sin una cuenta en una institución financiera o a través de un proveedor de dinero móvil. Al respecto, el informe reporta que en el mundo, alrededor de 1700 millones de adultos permanecen no bancarizados, lo que representa el 31% de los adultos.

En su edición 2014, el informe Global Findex reportó que la cifra de adultos no bancarizados ascendía a 2000 millones.

Tomando en consideración que la titularidad de cuentas es casi universal en las economías de altos ingresos, prácticamente todos los adultos no bancarizados se ubican en economías en desarrollo. Al respecto, casi la mitad vive en solo siete economías en desarrollo: Bangladesh, China, India, Indonesia, México, Nigeria y Pakistán. China registra la mayor población no bancarizada del mundo con 225 millones de adultos sin cuenta, seguida de India (190 millones), Pakistán (100 millones) e Indonesia (95 millones).

Cabe precisar que del total de adultos no bancarizados en el mundo, las mujeres representan el 56%, es decir, alrededor de 980 millones de mujeres no tienen una cuenta.

Incluso en las economías donde se ha incrementado con éxito la titularidad de cuentas y se registra un porcentaje relativamente pequeño de adultos no bancarizados, existe un número significativo de mujeres no bancarizadas. Por ejemplo, en Kenya, donde solo una quinta parte de los adultos se encuentra no bancarizado, aproximadamente dos tercios de ellos son mujeres. Por su parte, en China e India, las mujeres representan casi el 60% de los adultos no bancarizados.

De otro lado, los adultos que no tienen una cuenta tienden a concentrarse entre los hogares más pobres. A nivel mundial la mitad de los adultos no bancarizados pertenecen al 40% de los hogares más pobres dentro de su economía y la otra mitad, pertenece al 60% más rico. Este patrón se replica en economías donde la mitad o más de la mitad de los adultos se encuentran no bancarizados. En tales economías los adultos no bancarizados tienen la misma probabilidad

de pertenecer a los hogares más pobres como a los más ricos. En cambio, en las economías donde solo el 20% o 30% de los adultos no tiene cuenta, es más probable que los no bancarizados pertenezcan a los hogares más pobres.

Por otra parte, el informe arroja que la mayoría de los adultos no bancarizados son jóvenes. Así, a nivel mundial, el 30% de los adultos no bancarizados tiene entre 15 y 24 años. El otro 70% de adultos no bancarizados tienen 25 o más años.

En las economías en desarrollo, del total de adultos, el 23% pertenece al grupo de adultos no bancarizados que tienen entre 15 y 24 años.

Por último, el informe muestra que los adultos no bancarizados tienden a tener un bajo nivel educativo y tienen más probabilidades de estar fuera de la fuerza laboral, siendo las mujeres quienes tienen mayores probabilidades que los hombres de estar fuera de la fuerza laboral.

Para mayores detalles sobre la información desarrollada en el presente punto, consultar el Anexo II.

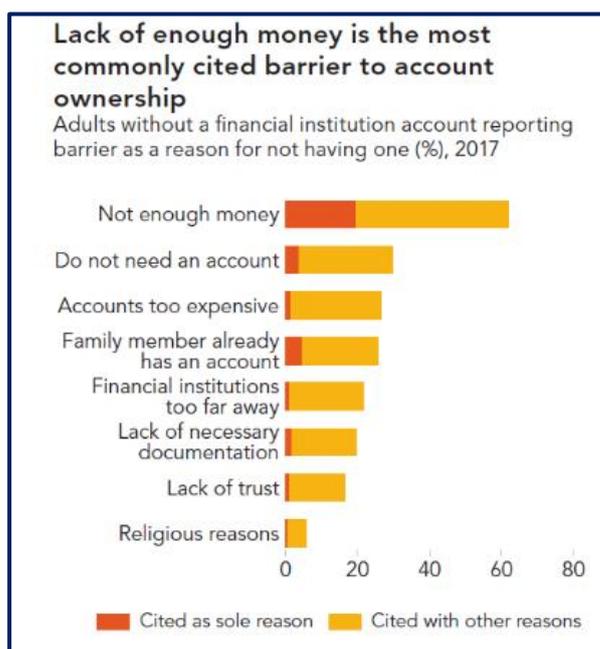
Global Findex 2017 realizó una encuesta a los adultos que permanecen no bancarizados con el objetivo de conocer los motivos que generan esta situación. Los encuestados tenían la posibilidad de elegir más de una alternativa y la mayoría eligió dos. El mayor número de los encuestados consideró que la barrera para tener una cuenta es la falta de dinero suficiente. Así, alrededor del 66% de los encuestados señaló que tiene muy poco dinero para tener una cuenta y el 20% eligió esta barrera como la única razón para no tener una cuenta. Ninguna otra razón fue elegida como única barrera por encima del 5%.

La segunda barrera citada por los encuestados, con un 30%, fue que no necesitan una cuenta. Sin embargo, solo el 3% la citó como única razón. De ello se desprende que los encuestados que citaron la falta de necesidad como una de las razones para no tener una cuenta, podrían estar abiertos al uso de servicios financieros si estos son accesibles y se adaptan a sus necesidades.

La tercera barrera citada, con un 26%, fue el costo. En este punto, cabe hacer énfasis en que en Brasil, Colombia y Perú, casi el 60% de los encuestados mencionó el costo como una barrera.

Entre otras barreras, los encuestados citaron que un miembro de la familia ya tiene una cuenta (26%), que las instituciones financieras están demasiado lejos (22%), que carecen de la documentación necesaria para abrir una cuenta (20%), que el sistema financiero genera desconfianza (16%) y las preocupaciones religiosas (6%).

*Figura 8. Razones por las que los adultos permanecen no bancarizados a nivel mundial*



Fuente: Base de Datos Global Findex.

### 3.3.3. *Patrones de ahorro y crédito*

En relación al **ahorro**, a nivel mundial, en el 2017, el 48% de los adultos señaló haber ahorrado en los últimos 12 meses. En las economías de altos ingresos, el 71% señaló haber ahorrado, mientras que en las economías en desarrollo solamente el 43%.

Los adultos entrevistados reportaron haber ahorrado de distintas formas, entre las que se encuentran el ahorro formal, el ahorro semiformal y otros métodos de ahorro.

A nivel mundial, la mayoría de adultos ahorra formalmente, alcanzando el 27%. En las economías de altos ingresos, el 55% de los adultos señaló haber ahorrado de esta forma mientras que, en las economías en desarrollo, el 21% lo hizo así.

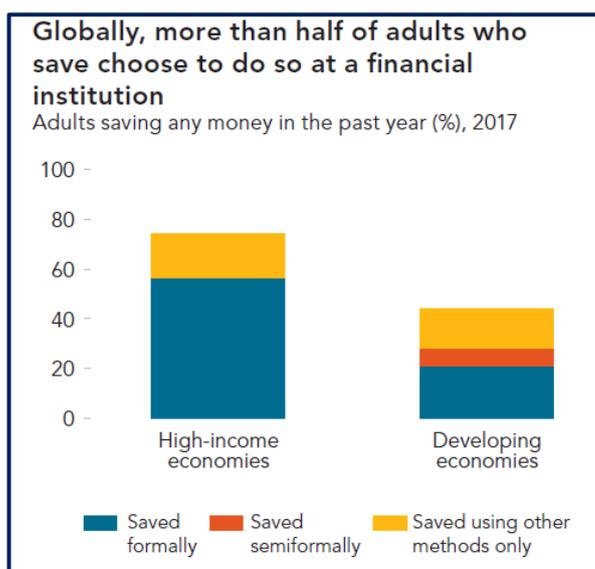
Cabe precisar que en las economías en desarrollo, la probabilidad de que los hombres ahorren formalmente supera en 6 puntos porcentuales a la de las mujeres, mientras que la probabilidad de los adultos ricos supera en 15 puntos porcentuales a la de los pobres.

El ahorro semiformal, a través de un club de ahorro o una persona fuera de la familia, ocupa el segundo lugar en las formas de ahorro elegidas por los adultos en las economías en desarrollo, alcanzando el 11%. Este porcentaje incluye el 7% de los adultos que ahorró semiformalmente, pero no formalmente.

Este método de ahorro es común en África Subsahariana, en donde el 26% de los adultos señaló haber ahorrado en el último año utilizando un club de ahorro o una persona fuera de la familia. Este porcentaje incluye el 19% de los adultos que reportó haber ahorrado únicamente de manera semiformal.

Una forma de ahorro común en las economías de altos ingresos y las economías en desarrollo es el ahorro distinto a los métodos formal y semiformal, como, por ejemplo, el ahorro en efectivo (“debajo del colchón”), en ganado, en joyas, en bienes raíces o en acciones. Así, a nivel mundial, el 16% de adultos indicó haber ahorrado de esta manera.

*Figura 9. Formas de ahorrar a nivel mundial*



Fuente: Base de Datos Global Findex.

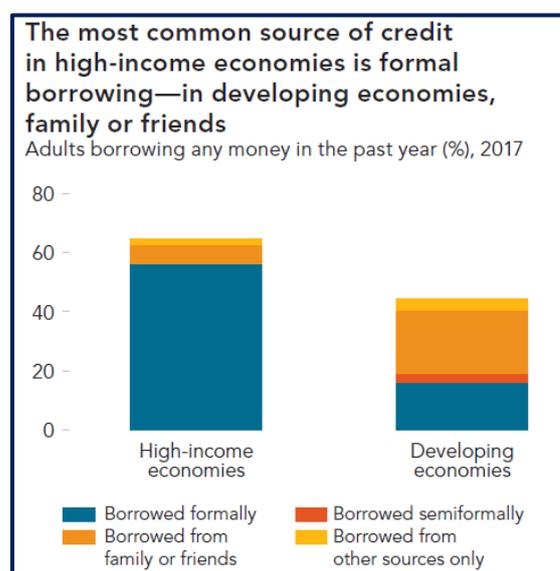
Finalmente, cabe hacer hincapié en que, si bien se registra un crecimiento en el número de adultos que ahorra formalmente, éste no ha ido aparejado con el incremento en la titularidad de cuentas. Tener una cuenta no implica necesariamente el uso de las cuentas para ahorrar. Así, en las economías de altos ingresos, en donde el 94% de los adultos tiene una cuenta, solo el 55% de aquellos señaló haber ahorrado formalmente en los últimos 12 meses. Por su parte, en las economías en desarrollo, en donde el 63% de los adultos tiene una cuenta, únicamente el 21% de aquellos indicó haber ahorrado de manera formal en el último año. Un ejemplo de

lo descrito es China, donde la proporción de adultos con una cuenta ha alcanzado el 80% y solo el 43% de dicho grupo informó haber ahorrado formalmente en el último año.

En relación al **crédito**, a nivel mundial, en el 2017, el 47% de los adultos señaló haber pedido dinero prestado en los últimos 12 meses, incluso mediante el uso de una tarjeta de crédito. En las economías de altos ingresos, el 64% señaló haber pedido dinero prestado, mientras que en las economías en desarrollo solamente el 44%.

En relación a las fuentes de crédito, se identificaron las siguientes: crédito formal, crédito semiformal a través de un club de crédito, crédito obtenido de familiares o amigos y otras fuentes de crédito.

*Figura 10. Fuentes de crédito a nivel mundial*



Fuente: Base de Datos Global Findex.

En las economías de altos ingresos, la principal fuente de crédito es la formal; alrededor del 90% de los prestatarios reportó haber obtenido créditos en una institución financiera o mediante el uso de una tarjeta de crédito. Un tercio tomó prestado dinero de una institución financiera, mientras que dos tercios tomaron prestado usando una tarjeta de crédito, pero no lo hicieron de una institución financiera.

Por su parte, en las economías en desarrollo es más común que los prestatarios obtengan préstamos de sus familiares o amigos. A pesar de ello, cabe precisar que el crédito formal es la fuente más usual en algunas economías en desarrollo, como Argentina, Brasil, China, Perú y Turquía.

De otro lado, el 3% de los prestatarios en las economías en desarrollo señaló haber obtenido créditos semiformales. Sin embargo, debe notarse que en algunos países en desarrollo la participación fue mucho mayor; tal es el caso de África Subsahariana, donde entre el 11% y 18% obtuvo un crédito semiformal.

Finalmente, el 4% de los prestatarios reportó haber accedido a otras fuentes de crédito, incluidos los prestamistas informales.

En definitiva, la inclusión financiera a nivel mundial ha venido en aumento, sobretudo en algunas economías, como, por ejemplo, India y la región de África Subsahariana, los que apoyados en los avances tecnológicos han logrado elevar la titularidad de cuentas en sus naciones. Estas experiencias brindan un marco de referencia y ejemplo a seguir para otros países en desarrollo, quienes pueden encontrar un aliado en la innovación tecnológica para promover la inclusión financiera.

### **3.4. Panorama de la inclusión financiera en América Latina y Perú**

Al igual que en el panorama internacional, a continuación se desarrollarán los principales puntos del informe Global Findex 2017 respecto a los avances de la inclusión financiera en América Latina y en nuestro país.

#### ***3.4.1. América Latina***

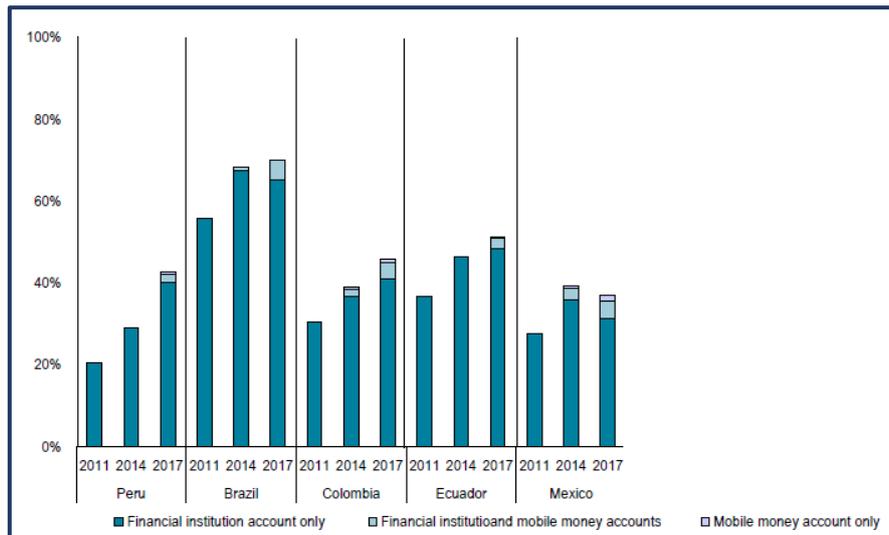
##### ***3.4.1.1. Titularidad de cuentas***

El informe muestra que en América Latina y el Caribe cada vez son más los adultos que tienen una cuenta, ya sea en una institución financiera o a través de un proveedor de dinero móvil. En el 2017, los adultos que indicaron tener una cuenta alcanzan el 54%, lo que representa un incremento de 3 puntos porcentuales desde el 2014 y de 15 puntos porcentuales desde el 2011; año en el que el porcentaje de adultos titulares de una cuenta apenas bordeaba el 39%.

Con el propósito de conocer cuál ha sido el avance en los países de la región, a continuación comentaremos los resultados obtenidos en dichas naciones.

Cabe precisar que el informe ubica a Chile y Uruguay dentro de las economías de altos ingresos, por lo que, los resultados obtenidos en estos países han sido considerados en un grupo distinto. En consecuencia, no figuran en el siguiente gráfico.

Figura 11. Titularidad de cuentas en América Latina



Fuente: Base de Datos Global Findex.

Como se aprecia, Brasil, Ecuador y Colombia son los países donde la titularidad de cuentas ha alcanzado un mayor desarrollo. Así, el 70%, 51% y 46%, respectivamente, de los adultos en dichas naciones tiene una cuenta en una institución financiera o a través de un proveedor de dinero móvil.

Un aspecto a resaltar es el incremento de la titularidad de cuentas de dinero móvil, especialmente en Brasil, Colombia y México. En estos países la titularidad de dichas cuentas se ha casi triplicado en los últimos tres años; y, tomando lo indicado en el Panorama de la Industria Fintech en América Latina, el resultado parece obedecer al desarrollo de las fintech en dichas naciones.

En lo que respecta al incremento en la titularidad de cuentas en Brasil, debemos indicar que este país ocupa el tercer lugar entre los mercados de transacciones digitales más grandes a nivel mundial y tiene una alta capacidad móvil del 83%. A partir del 2016, se empezó a regular la apertura de cuentas remotas, facilitando de esta manera que las entidades financieras más pequeñas puedan prestar sus servicios a áreas remotas de manera digital. Adicionalmente, se debe resaltar que, en el 2018, el Banco Central implementó una nueva tecnología basada en *blockchain* para mejorar la regulación de las instituciones financieras (The Economist Intelligence Unit, 2018).

Por su parte, el gobierno colombiano con miras de aumentar la inclusión financiera ha impulsado normas que promueven la creación de productos financieros electrónicos, facilitan el acceso a los microcréditos y fomentan la participación de agentes no bancarios, incluidas

las fintech. Ello, ha permitido que la oferta de los productos de dinero electrónico alcance su auge. (The Economist Intelligence Unit, 2018).

En lo que respecta a México, The Economist Intelligence Unit (2018) en el reporte “*Microscopio global de 2018*”, ha señalado que si bien en el 2017 dicho país experimentó una caída de 2 puntos porcentuales respecto al 2014 en el número de adultos con una cuenta bancaria, se ha registrado un significativo aumento en el uso de servicios financieros no tradicionales, tales como las billeteras de dinero móvil que se vienen desplegando para atender al mercado no bancarizado y fomentar así la inclusión financiera. Un ejemplo es la tarjeta Saldazo, la que se ha convertido en el primer servicio bancario formal para el 42% de sus usuarios.

En relación a **la brecha de género en la titularidad de cuentas**, el informe Global Findex reporta que en América Latina, en el 2017 dicha brecha alcanzó un poco más de los 6 puntos porcentuales. Es decir, mientras que el 57.8% de los hombres tiene una cuenta, solo el 51.3% de las mujeres es titular de una cuenta. Cabe precisar que la brecha de género ha experimentado un retroceso de 0.8 puntos porcentuales respecto al 2014. En consecuencia, podemos sostener que si bien la titularidad de cuentas aumentó en los últimos tres años, la brecha de género se agravó.

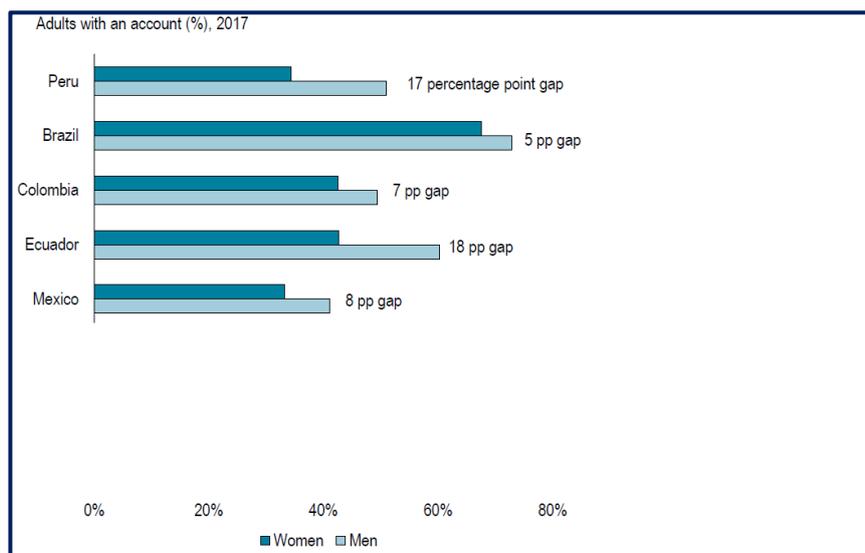
Para el BID, el aumento en la brecha de género se sustenta en factores culturales, mientras que para el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) el resultado posiblemente se atribuya a que las mujeres se encuentran en una situación de desventaja frente a los hombres en cuanto a conocimientos y comportamientos financieros. (Asociación de Bancos del Perú, 2018).

Ahora bien, analizando los datos obtenidos en los países de la región, se aprecia que Ecuador es la nación que registra una mayor brecha de género con casi 18 puntos porcentuales. Así, mientras que el 60.2% de los hombres tiene una cuenta, solo el 42.6% de las mujeres es titular de una cuenta.

Perú le sigue los pasos a Ecuador con una brecha de género de 17 puntos porcentuales. El detalle de este resultado se analizará en el Panorama de la Inclusión Financiera en el Perú.

En el otro extremo se encuentra Brasil, que registra una brecha de género de 5 puntos porcentuales. Es decir, mientras que el 73% de los hombres tiene una cuenta, el 68% de las mujeres es titular de una cuenta.

*Figura 12. La brecha de género en la titularidad de cuentas en América Latina*



Fuente: Base de Datos Global Findex.

En relación a **la brecha en la titularidad de cuentas entre ricos y pobres**, el informe arroja que en el 2017, los adultos más pobres tienen menos probabilidades que los más ricos de tener una cuenta, siendo la brecha entre estos grupos de 21 puntos porcentuales. Así, en el 60% más rico de los hogares, el 63% de los adultos tiene una cuenta, mientras que en el 40% más pobre de los hogares, solamente el 42%.

Al igual que en la brecha de género, Ecuador es el país que presenta una mayor brecha en la titularidad de cuentas entre ricos y pobres en la región, con 30 puntos porcentuales. Es decir, mientras el 63% de los adultos que pertenecen a los hogares más ricos tiene una cuenta, solamente el 33% de los adultos que pertenecen a los hogares más pobres es titular de una cuenta.

Perú le sigue los pasos a Ecuador con una brecha de 26 puntos porcentuales. El detalle de este resultado se analizará en el Panorama de la Inclusión Financiera en el Perú.

En el otro extremo se encuentran Colombia y México, que registran una brecha en la titularidad de cuentas entre ricos y pobres de 18 puntos porcentuales. En el caso de Colombia, mientras el 53% de los adultos que pertenecen a los hogares más ricos tiene una cuenta, el 35% de los adultos que pertenecen a los hogares más pobres es titular de una cuenta. Por su parte, en México, el 44% de los adultos que pertenecen al primer grupo tiene una cuenta y los adultos que pertenecen al segundo grupo alcanzan el 35%.

En definitiva, se puede apreciar que los países donde se registran menores brechas, tanto de género como entre ricos y pobres, son precisamente los países en los que el sector fintech

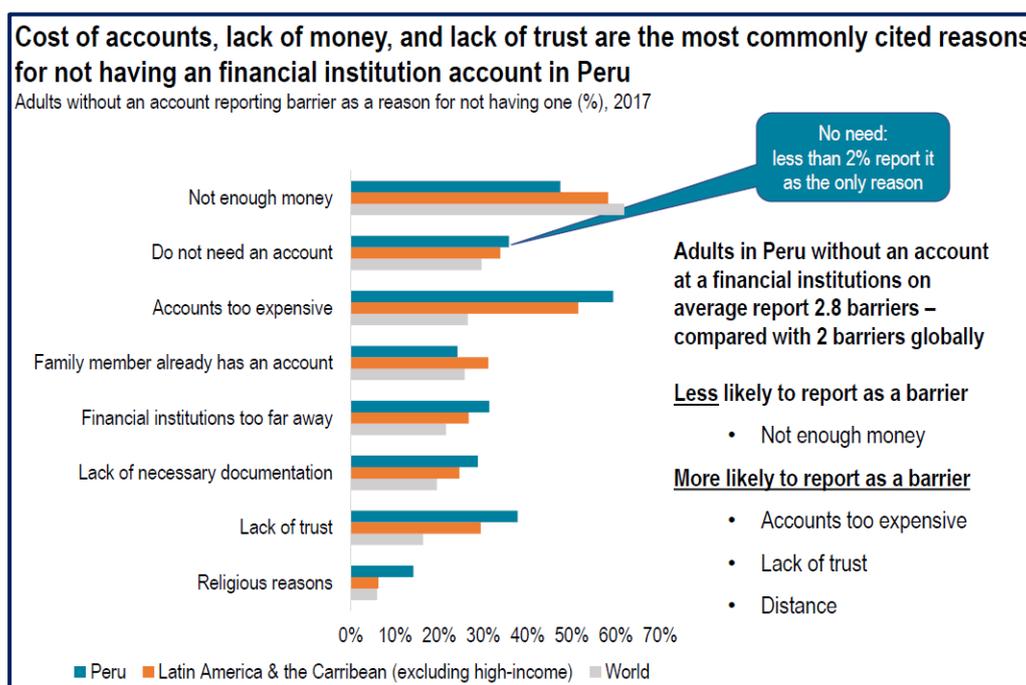
ha alcanzado un mayor desarrollo en la región. Por lo que, estas nuevas tecnologías estarían fomentando mayor igualdad de acceso a los servicios financieros entre hombres y mujeres, así como entre ricos y pobres

### 3.4.1.2. Los No Bancarizados

Global Findex 2017 reporta que en América Latina, alrededor de 207 millones de adultos no tienen una cuenta. Dicho de otro modo, el 46% de los adultos se mantiene no bancarizados.

Entre las razones que motivan que los adultos se mantengan no bancarizados en América Latina, encontramos las siguientes:

Figura 13. Razones por las que los adultos permanecen no bancarizados en América Latina



Fuente: Base de Datos Global Findex.

Como se aprecia, la barrera más citada por los adultos sin una cuenta en una institución financiera es la falta de dinero suficiente con 58%, seguida del costo con 52%, mientras que las barreras menos citadas son que el sistema financiero genera desconfianza y que carecen de la documentación necesaria para abrir una cuenta, con 25% y 6%, respectivamente

Cabe precisar que, a diferencia de los resultados obtenidos a nivel mundial, en donde el costo ocupa la tercera barrera más citada con 26 puntos porcentuales, en América Latina el costo es la segunda barrera por la que los adultos no tienen una cuenta en una entidad formal, con 52 puntos porcentuales.

Finalmente, revisados los datos obtenidos en los países de la región, se aprecia que los adultos de estas naciones han identificado como principales barreras el costo y la falta de dinero suficiente, asignándoles incluso el mismo orden. El único país en el que el orden se invierte es Perú, donde los adultos no bancarizados han identificado como principal barrera el costo con 59%, seguida de la falta de dinero suficiente con 47%.

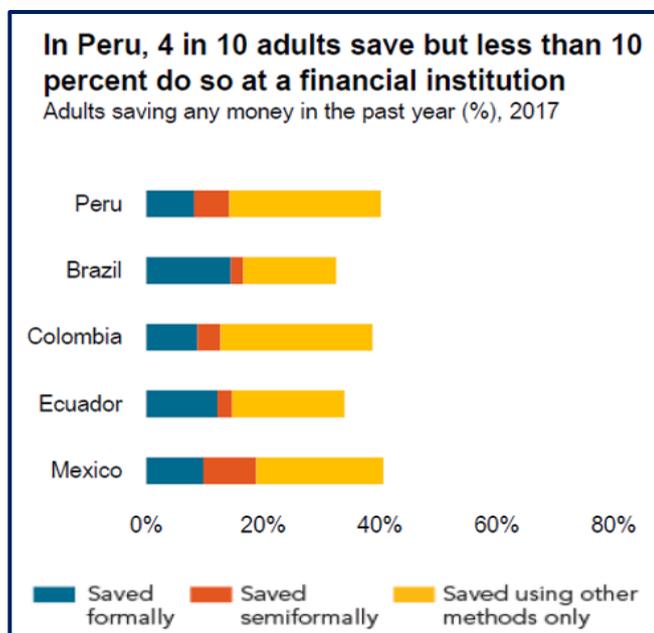
### 3.4.1.3. Patrones de ahorro y crédito

En relación al **ahorro**, el informe Global Findex señala que en América Latina, en el 2017, el 37% de los adultos señaló haber ahorrado en los últimos 12 meses.

A diferencia del patrón mostrado a nivel mundial, en el que la mayoría de los adultos ahorra de manera formal, en América Latina la amplia mayoría de los adultos que informó haber ahorrado lo hizo en efectivo (“debajo del colchón”), en ganado, en joyas, en bienes raíces o en acciones; el 12% ahorró en una institución financiera, es decir, formalmente y el 7% lo hizo de manera semiformal a través de un club de ahorro o una persona fuera de la familia.

Revisados los resultados obtenidos en los países de la región, se verifica que el patrón de las formas de ahorro se repite en las distintas naciones.

Figura 14. Formas de ahorro en América Latina



Fuente: Base de Datos Global Findex.

Cabe precisar que en Colombia y Perú se registran las tasas más altas de ahorro en efectivo (“debajo del colchón”), en ganado, en joyas, en bienes raíces o en acciones.

De otro lado, los patrones de ahorro varían según el género y el ingreso. En América Latina, la probabilidad de que los hombres ahorren supera en 13 puntos porcentuales a la de

las mujeres, mientras que la probabilidad de que los adultos ricos ahorren supera en 15 puntos porcentuales a la de los pobres.

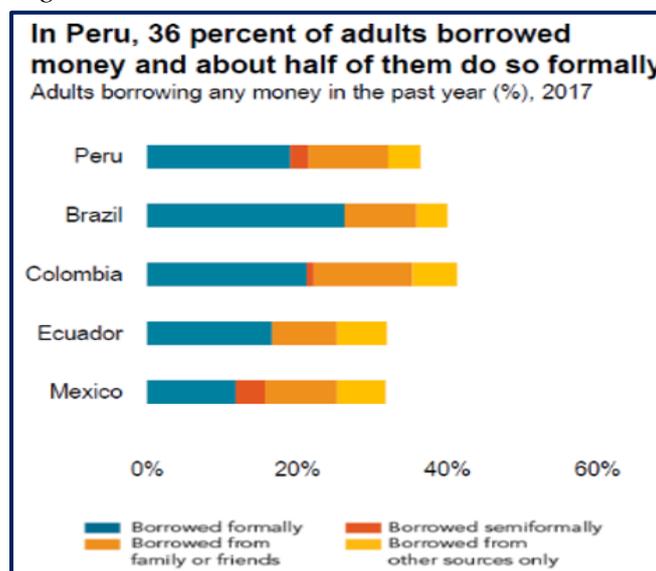
Así, mientras que el 44% de los hombres ahorra, solo el 31% de las mujeres también lo hace; y, mientras que el 47% de los adultos que pertenecen a los hogares más ricos ahorra, los adultos que pertenecen a los hogares más pobres alcanzan el 33%.

A modo de conclusión, debemos indicar que en América Latina casi cuatro de cada diez adultos ahorran y que poco más del 10% de los adultos que ahorran, lo hace en una institución financiera.

En relación al **crédito**, el informe señala que en América Latina, en el 2017 el 38% de los adultos señaló haber pedido dinero prestado en los últimos 12 meses, incluso mediante el uso de una tarjeta de crédito.

A diferencia del patrón mostrado a nivel mundial, la principal fuente de crédito en América Latina es el crédito formal. Así, el 21% de los prestatarios informó haber obtenido un préstamo de una institución financiera o haber utilizado una tarjeta de crédito. El crédito obtenido de familiares o amigos es la segunda fuente de financiamiento con el 15%, mientras que el crédito semiformal a través de un club de ahorro alcanza el 3%.

*Figura 15. Fuentes de crédito en América Latina*



Fuente: Base de Datos Global Findex.

Debemos precisar que en Brasil, Colombia y Perú se registran las tasas más altas de crédito formal de la región.

De otro lado, los patrones de crédito varían según el género y el ingreso. Así, en América Latina, la probabilidad de que los hombres obtengan un préstamo supera en 8 puntos porcentuales a la de las mujeres, mientras que la probabilidad de que los adultos ricos obtengan un préstamo supera en 13 puntos porcentuales a la de los pobres.

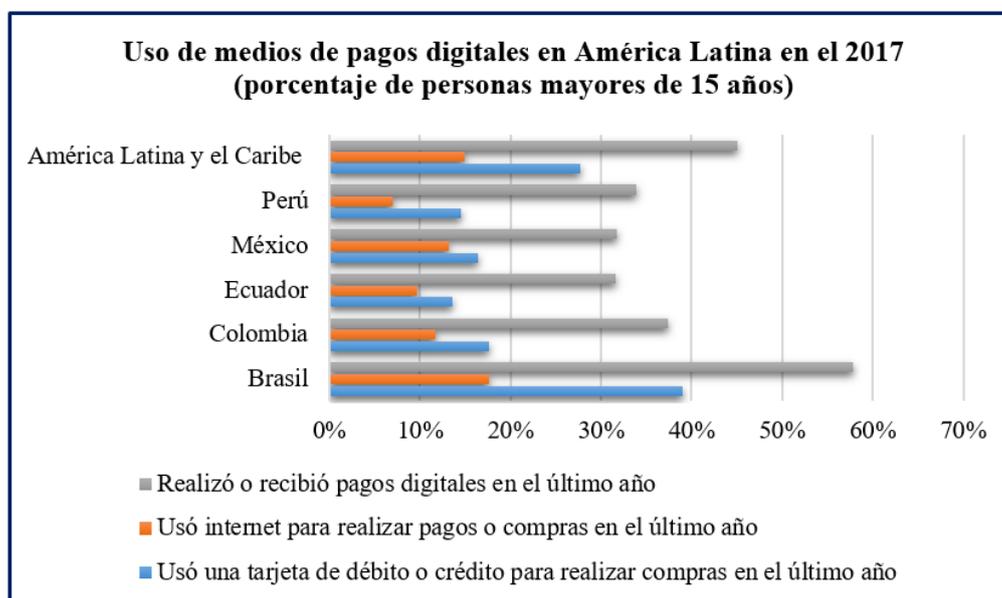
Así, mientras que el 42% de los hombres pide prestado dinero, solo el 34% de las mujeres también lo hace; y, mientras que el 43% de los adultos que pertenecen a los hogares más ricos pide prestado dinero, los adultos que pertenecen a los hogares más pobres alcanzan el 30%.

Para concluir, debemos señalar que en América Latina casi cuatro de cada diez adultos obtienen un préstamo y que el 21% de este grupo, lo hace en una institución financiera.

#### 3.4.1.4. Pagos

En relación al **uso de medios de pagos digitales**, el informe Global Findex 2017 reporta que en América Latina, el 15% de los adultos señaló haber utilizado el servicio de internet para realizar pagos o hacer compras en el último año, el 28% indicó haber usado una tarjeta de crédito o débito para realizar compras y el 45% manifestó haber realizado o recibido pagos digitales en el último año.

Figura 16. Uso de medios de pagos digitales en América Latina



Elaboración: Propia.

Fuente: Base de Datos Global Findex.

Cabe precisar que, si bien con respecto al 2014 se registra un decremento de 4 puntos porcentuales en el uso de una tarjeta de crédito o débito para realizar compras, se registra un

incremento en el uso de internet para realizar pagos o hacer compras y en el uso de pagos digitales, de 8 y 7 puntos porcentuales, respectivamente.

Debemos resaltar que, dentro de los países de la región, Perú muestra un mayor incremento en el uso de pagos digitales respecto al 2014, registrando un aumento de 12 puntos porcentuales, seguido de Colombia con un incremento de 8 puntos porcentuales.

Sin embargo, a pesar de esta mejora, nuestro país no logra alcanzar el porcentaje obtenido por otros países de la región, como Brasil y Colombia, donde el uso de pagos digitales alcanza el 58% y 37%, respectivamente.

Nuevamente debemos hacer hincapié en que es precisamente en estas economías, donde la industria fintech ha alcanzado un mayor desarrollo en América Latina.

Finalmente, debemos indicar que, si bien en la región el uso de servicios de internet para realizar pagos o hacer compras se ha incrementado en 8 puntos porcentuales respecto al 2014, el número de adultos que utilizan el servicio de internet para pagar o comprar representa la tercera parte de los adultos que hacen uso de los pagos digitales.

En relación al **pago de recibos de servicios**, el informe muestra que el pago de los servicios en efectivo es un patrón común a los países de América Latina. Así, el 72% de los adultos señaló haber realizado el pago de recibos de servicios en efectivo en el último año.

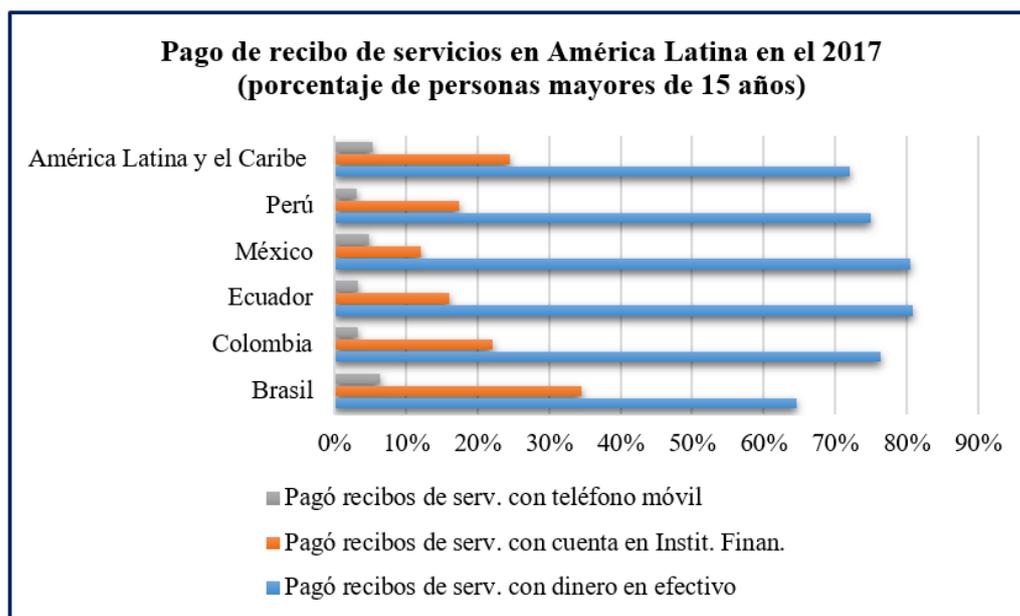
Por su parte, el pago de servicios empleando una cuenta en una empresa del sistema financiero y a través de un teléfono móvil, alcanzan el 24% y 5%, respectivamente.

Ahora bien, debemos resaltar que, en la región se ha experimentado un decremento en el uso de efectivo de 17 puntos porcentuales respecto al 2014, en el que el 89% de los adultos informó haber realizado el pago de recibos de servicios en efectivo en el último año.

Un dato importante es que Perú es el país de la región que muestra el mayor decremento en el uso de efectivo respecto al 2014, registrando un decremento de 23 puntos porcentuales, seguido de Brasil y Colombia, con un decremento de 22 y 20 puntos porcentuales, respectivamente.

En este punto, debemos señalar que, si bien en estos últimos dos países se registra el mayor avance en pagos digitales de la región, el uso de efectivo aún está presente en alrededor del 80% de su población. Por lo que, todo apunta a que los pagos digitales aún no estarían desplegando sus efectos en el uso de efectivo para el pago de recibos de servicios.

Figura 17. Pago de servicios en América Latina



Elaboración: Propia.

Fuente: Base de Datos Global Findex.

En relación al pago de recibos de servicios empleando una cuenta en una institución financiera, se aprecia en la región un incremento de 14 puntos porcentuales respecto del 2014, en el que los adultos que realizaban el pago de servicios de este modo alcanzaban solo el 10%.

Los países de la región en los que se ha registrado un mayor incremento en el pago de servicios a través de una cuenta en una institución financiera son Brasil, Colombia y Perú, registrando un aumento de 21, 19 y 16 puntos porcentuales, respectivamente, respecto al 2014.

De otro lado, Brasil y Colombia son los países de la región en donde se verifica un mayor porcentaje de adultos que informaron haber realizado el pago de servicios a través de una cuenta en una institución financiera. Así, en Brasil en el 2017, el 35% de los adultos realizó el pago de servicios empleando una cuenta, mientras que en Colombia el número de adultos alcanzó el 22%.

Finalmente, en relación al pago de servicios empleando un teléfono móvil, debemos indicar que si bien se registra un incremento en el porcentaje de adultos en América Latina que utiliza un teléfono móvil para realizar este tipo de pagos respecto al 2014, el porcentaje apenas supera el 5%, lo que representa la quinta parte de los adultos que realizan el pago de servicios a través de una cuenta en una institución financiera.

A modo de conclusión, podemos sostener que la inclusión financiera en América Latina viene mostrando avances, pero aún hay mucho camino por recorrer para lograr que los adultos

excluidos o subatendidos por el sector financiero tradicional puedan acceder a servicios financieros de calidad y que respondan a sus necesidades. En este punto, las fintech vienen tomando un papel cada vez más relevante, puesto que, como se verá en el capítulo VI, en países como México o Colombia, han logrado atraer a los adultos que se encontraban excluidos financieramente a través del aprovechamiento del avance tecnológico, la penetración de los smartphones y el creciente uso de los servicios digitales.

### 3.4.2. Perú

En primer término, nos referiremos a la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera y las acciones adoptadas en el marco de la estrategia, para luego abordar el panorama de la inclusión financiera en nuestro país.

#### 3.4.2.1. Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF)

La ENIF fue elaborada por la CMIF y aprobada mediante Decreto Supremo N° 191-2015-EF. El objetivo general de la estrategia es “promover el acceso y uso responsable de servicios financieros integrales, que sean confiables, eficientes, innovadores y adecuados a las necesidades de los diversos segmentos de la población”. (CMIF, 2015, p. 45).

En aras de alcanzar el objetivo trazado, la estrategia se organizó en base a tres pilares: acceso, uso y calidad y, se consideraron las siguientes medidas para contribuir a su desarrollo:

*Tabla 3. Medidas para contribuir al desarrollo del acceso, uso y calidad*

Pilares	Medidas
Acceso	Expansión de la cobertura geográfica de servicios financieros.
Uso	Desarrollo de un ecosistema de productos y servicios financieros complementarios, que permitan satisfacer las necesidades de la población de manera oportuna y respondan a las características de los diferentes segmentos.
Calidad	Diseñar mecanismos que permitan que los atributos de productos y servicios respondan a las necesidades de los clientes y promover el incremento de la confianza de la población en los proveedores de servicios financieros formales.

Elaboración: Propia.

Fuente: ENIF.

En línea con lo anterior, la ENIF estableció siete líneas de acción en las que los sectores público y privado deben trabajar articuladamente. A continuación, se muestra un cuadro con estas líneas de acción, señalando su objetivo y la entidad que lidera el grupo de trabajo.

Tabla 4. Las siete líneas de acción de la ENIF

Línea de acción	Objetivo	Entidad líder
Pagos	Promover el desarrollo de canales e instrumentos digitales de pagos minoristas, fomentando la innovación.	BCRP
Ahorro	Fomentar el ahorro formal para todos los segmentos de la población de manera segura, confiable, y adecuada a sus necesidades.	SBS
Financiamiento	Fomentar el acceso y profundización del financiamiento, con productos adecuados a las necesidades de personas y empresas, de manera responsable.	MEF
Seguros	Fomentar el acceso y uso de productos y servicios de seguros para todos los segmentos de la población de manera confiable, eficiente y adecuada a sus necesidades.	SBS
Protección al consumidor	Proteger los derechos de los consumidores, garantizando la transparencia de la información, el establecimiento de sistemas de resolución de conflictos adecuados, así como de incentivos para la generación de prácticas de negocios adecuadas.	SBS
Educación financiera	Mejorar los conocimientos, actitudes y capacidades financieras de todos los segmentos de la población para la adecuada toma de decisiones.	MINEDU/SBS
Grupos vulnerables	Diseñar y ejecutar de acciones y medidas fuertemente focalizadas que permitan trabajar las causas que impidan lograr una situación de inclusión financiera para todos los segmentos de población, y en particular los grupos vulnerables.	MIDIS

Elaboración: Propia.

Fuente: ENIF.

Por último, la ENIF fijó los siguientes objetivos para la inclusión financiera hacia el 2021, los que se encuentran sujetos a monitoreo y evaluación permanente:

Tabla 5. Objetivos fijados por la ENIF para la inclusión financiera hacia el 2021

Indicadores de impacto y metas de inclusión financiera	Escenario Base (2014)	Meta (2021)
% de personas viviendo en distritos con presencia de instituciones financieras formales	92.0%	100.0%
% de adultos con cuentas en las instituciones financieras formales	29.0%	75.0%
Nº de pagos electrónicos anuales por persona	14.5	80
% de PYMES que usan instrumentos financieros	6%	30.0%

Elaboración: Propia.

Fuente: ENIF.

Como se puede apreciar, la ENIF se enfoca en el desarrollo de las tres dimensiones de la inclusión financiera, desarrolladas en el capítulo II del presente trabajo de investigación. En esa línea, la estrategia plantea como meta para el 2021 que en el Perú no solo se incremente el número de personas titulares de una cuenta, sino que ésta sea utilizada para ahorrar dinero, realizar o recibir pagos y facilite el acceso al financiamiento.

En el marco de la ENIF y con el objetivo de alcanzar las metas trazadas, se han implementado distintas acciones, tales como el incremento de la presencia bancaria, la

promoción del dinero electrónico (Billetera Móvil – BIM), la digitalización de los pagos del gobierno, adecuaciones normativas para las facturas negociables, la implementación de la plataforma Págalo.pe, entre otras.

En este punto, consideramos oportuno referirnos brevemente al incremento de la presencia bancaria y al dinero electrónico.

En relación al incremento de la **presencia bancaria**, la SBS ha señalado que “a junio de 2018, el 82% de los distritos del Perú cuenta con acceso al sistema financiero, logrando que el 98% de las personas adultas tenga cercanía a un servicio financiero”. (El Peruano, 2019, párr.1). Es decir, de los 1,874 distritos de nuestro país, en 1,531 distritos hay presencia del Sistema Financiero a través de oficina, cajero automático o ATM, o cajero corresponsal.

Cabe precisar que se registra un notable avance respecto a junio 2013, en el que solo el 42% de los distritos tenía acceso al sistema financiero.

La SBS atribuye este progreso a los canales de bajo costo y al uso de la tecnología, pero en especial al incremento de los cajeros corresponsales. De acuerdo al Reporte de indicadores de inclusión financiera de los Sistemas Financiero, de Seguros y de Pensiones (2018), a junio de 2018, se registraron 149,867 cajeros corresponsales, 24,087 cajeros automáticos o ATMs y 4,675 oficinas.

Por otro lado, desagregando el porcentaje de los distritos que cuentan con acceso al sistema financiero, debemos indicar que el 100% de los distritos de Callao, Lambayeque, Piura y Tumbes tiene acceso al sistema financiero. Los resultados son menos alentadores en Loreto y Amazonas, donde el 55% y 56%, respectivamente, de los distritos cuentan con acceso al sistema financiero.

Por último, el referido reporte muestra que por cada 100 mil habitantes adultos por departamento, hay 867 puntos de atención (oficina, cajero automático o ATM, o cajero corresponsal), registrándose un incremento de más del 300% respecto a junio de 2013, en el que apenas existían 240 puntos de atención por cada 100 mil habitantes.

Los departamentos donde se registra un mayor número de puntos de atención por cada 100 mil habitantes son Arequipa, Lima y Callao, con 1,586, 1,069 y 984, respectivamente; mientras que los departamentos donde se registra un menor número de puntos de atención son Loreto, Puno y Madre de Dios, con 294, 300 y 301, respectivamente.

En definitiva, los números muestran que se ha experimentado un importante crecimiento de la presencia bancaria; sin embargo, los resultados del informe Global Findex que se

desarrollarán en el siguiente punto, muestran que a pesar de este avance, la titularidad de cuentas aún no alcanza el nivel de otros países en América Latina. Por lo que, se concluye que en el Perú, la presencia bancaria no es el factor primordial para la apertura de cuentas.

En relación al **dinero electrónico**, debemos indicar que esta es una de las primeras, sino la primera, innovaciones apoyadas en la tecnología digital en el Perú. El dinero electrónico fue promovido por la Asociación de Bancos del Perú (ASBANC) y tiene por objeto reducir el uso del efectivo e incrementar la inclusión financiera a través del acceso de diversos segmentos, actualmente excluidos, al sistema financiero formal aprovechando la alta penetración de los teléfonos móviles en el país. (Vega, M., Vásquez, J. & Abad, L., 2015).

El 17 de enero de 2013 se publicó la Ley N° 29985, la cual regula las características básicas del dinero electrónico, definido por la norma como un “valor monetario representado por un crédito exigible a su emisor”.

En ese contexto, ASBANC creó el Modelo Perú, una plataforma de dinero electrónico operada por Pagos Digitales Peruanos S.A., que permite cargar dinero en efectivo en un teléfono celular y realizar transacciones financieras diversas, como enviar (P2P) y retirar dinero (*cash out*), o pagar servicios, sin necesidad de contar con una cuenta bancaria.

Esta plataforma une a las empresas de telecomunicaciones, entidades del gobierno, entes reguladores e instituciones de cooperación internacional y, según lo señalado por ASBANC (2016) “se ha puesto como meta lograr 5 millones de afiliaciones y de ese número tener unas 2.1 millones de billeteras activas haciendo transacciones efectivas con el dinero electrónico”. (párr.3).

Respecto a sus avances, Pagos Digitales Peruanos S.A. (2019) indica que el número total de transacciones desde febrero de 2016 a diciembre de 2018 alcanzó alrededor de 8 millones, con un monto acumulado de S/ 300 millones. Asimismo, el operador señala que al cierre del 2018, el número de usuarios activos llegó a 611,226, cifra que representa un crecimiento de 53.5% en relación al 2017.

No obstante, el crecimiento es aún incipiente y como se puede apreciar, el proyecto está aún lejos de alcanzar la meta trazada. Al respecto, Felaban (2019) en su estudio “Los Servicios Financieros Digitales en América Latina” sostiene que el impacto que ha tenido el dinero electrónico en el Perú ha sido limitado, atribuyéndose el resultado a la baja aceptación por el público y al reducido número de establecimientos que aceptan este medio de pago.

En consecuencia, resulta necesario darle un nuevo enfoque destinado a convertir a la Billetera Móvil en un medio de pago cada vez más atractivo, no solo para atraer nuevos usuarios, sino también para captar el interés de los distintos comercios. En otras palabras, se necesita crear un ecosistema, en el que todos los actores (bancos, emisores, comercios, usuarios y empresas tecnológicas) utilicen la plataforma de manera integrada.

Es importante recordar que la experiencia internacional muestra evidencia de que el dinero móvil constituye una herramienta potente para fomentar la inclusión financiera de las personas subatendidas o excluidas del sistema financiero tradicional y, que, además, impulsa el cierre de brechas.

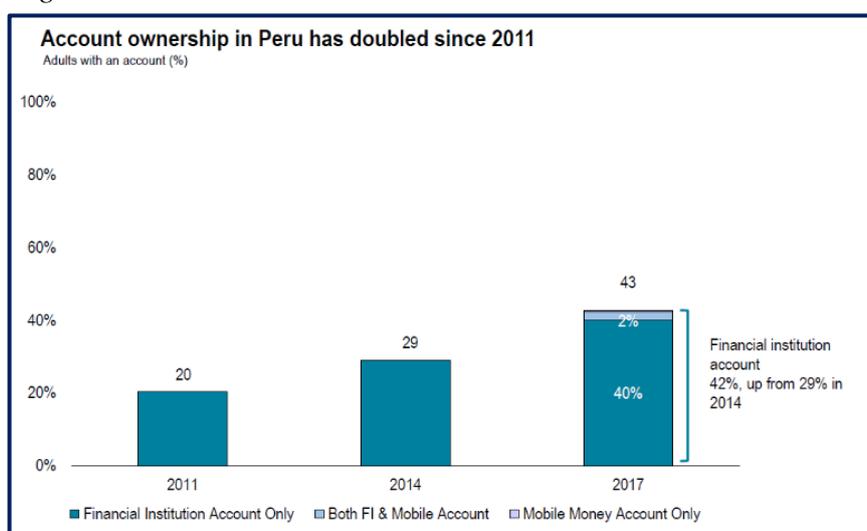
Habiendo comentado el plan nacional de inclusión financiera, a continuación, revisaremos el avance de la inclusión financiera en nuestro país.

### 3.4.2.2. Titularidad de cuentas

El informe Global Findex muestra que en el Perú se ha producido un avance importante en la titularidad de cuentas. En el 2017, los adultos que informaron que tienen una cuenta, en una institución financiera o a través de un proveedor de dinero móvil, alcanzan el 43%. Esta cifra representa un incremento de 14 puntos porcentuales respecto al 2014 y el doble de lo reportado en el 2011; año en el que los adultos titulares de una cuenta sumaban apenas el 20%.

Si bien el avance es alentador, no debemos perder de vista que nuestro país aún se posiciona con una de las tasas más bajas en América Latina, ubicándose solo por encima de El Salvador, Nicaragua, Haití y México.

Figura 18. Titularidad de cuentas en Perú



Fuente: Base de Datos Global Findex.

Desagregando el porcentaje de adultos que informaron tener una cuenta, se verifica que el 40% es titular de una cuenta en una institución financiera, el 1% es titular de una cuenta de dinero móvil y el 2% es titular de una cuenta de dinero móvil y una cuenta en una institución financiera.

Asimismo, es preciso indicar que el porcentaje en la titularidad de cuentas de dinero móvil se atribuye al lanzamiento en el 2016 de la Billetera Móvil, a la que nos referimos en el punto anterior y que, como indicamos, aún se encuentra lejos de alcanzar la meta trazada en su lanzamiento.

Por otra parte, hay que mencionar que la titularidad de cuentas no ha aumentado en todos los grupos por igual. Los grupos en los que se reporta un mayor incremento son los adultos mayores de 25 años, los hombres, los ricos y los adultos que forman parte de la fuerza laboral. En los demás grupos, si bien se reporta un incremento, éste no alcanza los niveles conseguidos en los grupos antes mencionados.

En relación a **la brecha de género en la titularidad de cuentas**, el informe evidencia que el Perú registra la segunda mayor brecha de género dentro de las economías de América Latina, con 17 puntos porcentuales. Así, mientras el 51% de los hombres tiene una cuenta, solo el 34% de las mujeres es titular de una cuenta. En consecuencia, tomando lo señalado en los puntos anteriores, se advierte que la brecha de género en nuestro país más que duplica al promedio mundial y al promedio de América Latina.

Hay que mencionar, además, la brecha de género lejos de reducirse, se ha incrementado en 4 puntos porcentuales respecto al 2014, en el que se reportó una brecha de 13 puntos porcentuales. Es decir, mientras el 35.7% de los hombres tenía una cuenta, solo el 22.5% de las mujeres era titular de una cuenta.

En relación a **la brecha en la titularidad de cuentas entre ricos y pobres**, en el Perú los adultos más pobres tienen menos probabilidades que los más ricos de tener una cuenta, alcanzando esta brecha los 26 puntos porcentuales. Así, en el 60% más rico de los hogares, el 53% de los adultos tiene una cuenta, mientras que en el 40% más pobre de los hogares, únicamente el 27% de los adultos es titular de una cuenta.

Al igual que en la brecha de género, la brecha entre los ricos y pobres se ha agravado en 4 puntos porcentuales respecto al 2014, en el que se reportó una brecha de 22 puntos porcentuales. Es decir, mientras el 38% de los adultos que pertenecen a los hogares más ricos

tenía una cuenta, solamente el 16% de los adultos que pertenecen a los hogares más pobres era titular de una cuenta.

Dicho esto, podemos señalar que, si bien nuestro país ha experimentado un crecimiento en la titularidad de cuentas, aún se encuentra a 32 puntos porcentuales de distancia de la meta trazada por la ENIF para la inclusión financiera hacia el 2021. De otro lado, podemos sostener que el crecimiento en la titularidad de cuentas no ha ido acompañado de una reducción en la brecha de género y en la brecha entre ricos y pobres, tendiendo las mujeres y los adultos que pertenecen a los hogares más pobres cada vez menos probabilidades que los hombres de tener una cuenta.

### ***3.4.2.3. Los No Bancarizados***

Global Findex 2017 reporta que en nuestro país, alrededor de 13 millones de adultos permanecen no bancarizados, lo que representa el 57% de los adultos.

De los adultos no bancarizados, el 58% son mujeres, el 51% pertenece al 40% más pobre de los hogares, el 20% tiene educación primaria o menos y el 38% se encuentra fuera de la fuerza laboral.

En relación a las razones que motivan que los adultos se mantengan no bancarizados en el Perú, la Figura 13 presentada en el punto 3.4.1. muestra que en nuestro país la barrera más citada por los adultos sin una cuenta en una institución financiera es el costo con 59%. A diferencia del resultado a nivel mundial, en el que el costo es la tercera barrera más citada con 26%, en nuestro país el costo es el principal motivo que lleva a los adultos a no tener una cuenta.

En este punto, es importante señalar que las *startups* apoyadas en la tecnología vienen atacando esta barrera con miras a captar el mayor número de clientes. Así, las fintech ofrecen servicios financieros que se caracterizan por sus bajos costos de transacción.

La segunda y tercera barrera más citada son la falta de dinero suficiente y que el sistema financiero genera desconfianza con el 47% y 38%, respectivamente. Recordemos que, a nivel mundial y América Latina, la falta de dinero suficiente es la barrera más citada con 66% y 58%, respectivamente, mientras que en nuestro país ocupa el segundo lugar.

Entre otras barreras, los encuestados citaron que las instituciones financieras están demasiado lejos (31%), que carecen de la documentación necesaria para abrir una cuenta (29%), que un miembro de la familia ya tiene una cuenta (24%) y las preocupaciones religiosas (14%).

Cabe notar que la distancia no ha sido identificada como una de las barreras significativas citadas por los encuestados. Ello probablemente se atribuya a que, a junio de 2018, el 82% de los distritos del Perú cuenta con acceso al sistema financiero.

Ahora bien, en el capítulo II del presente trabajo de investigación, describimos las limitaciones que dan lugar a los problemas de acceso a los servicios financieros, propuestas por los autores Beck y De La Torre, y que se clasifican en geográficas, socioeconómicas y de oportunidades.

Dicho lo anterior, una vez analizadas las barreras señaladas por los adultos no bancarizados en el Perú, se verifica que las principales barreras (costo y falta de dinero suficiente) corresponden a limitaciones socioeconómicas, las que se evidencian cuando los servicios financieros parecen inaccesibles a ingresos específicos, grupos sociales o étnicos, ya sea por costos elevados, analfabetismo financiero o discriminación. (Beck y De La Torre, 2007).

Para concluir, podemos sostener que resulta necesario que los actores públicos y privados involucrados en el crecimiento de la inclusión financiera en el Perú, diseñen una política de inclusión financiera que además de centrarse en la educación financiera, abarque acciones claves orientadas a combatir las limitaciones identificadas por el informe, como, por ejemplo, rediseñar los productos financieros para hacerlos más accesibles a todos los sectores de la población, promover la transparencia de la información de los servicios financieros y fomentar mejores prácticas de mercado.

#### ***3.4.2.4. Patrones de ahorro y crédito***

En relación al **ahorro**, el informe Global Findex señala que en el Perú, en el 2017, el 40% de los adultos señaló haber ahorrado en los últimos 12 meses. Este porcentaje es ligeramente superior al registrado en América Latina.

Al igual que en los demás países de la región, en el Perú la forma más común de ahorro es el ahorro en efectivo (“debajo del colchón”), en ganado, en joyas, en bienes raíces o en acciones. El segundo método de ahorro es el formal, alcanzando solo el 8% mientras que el ahorro semiformal a través de un club de ahorro, crédito obtenido de familiares o amigos ocupa el último lugar.

De otro lado, los patrones de ahorro varían según el género y el ingreso. En nuestro país, la probabilidad de que los hombres ahorren supera en 14 puntos porcentuales a la de las

mujeres, mientras que la probabilidad de que los adultos ricos ahorren supera en 21 puntos porcentuales a la de los pobres.

Así, mientras que el 47% de los hombres ahorra, solo el 33% de las mujeres también lo hace; y, mientras que el 48.7% de los adultos que pertenecen a los hogares más ricos ahorra, los adultos que pertenecen a los hogares más pobres alcanzan el 27.3%.

Para concluir, debemos señalar que si bien el Perú registra un incremento en el número de adultos que ahorra, similar al de titularidad de cuentas, solo 8% lo hace de manera formal. En otras palabras, en nuestro país 4 de 10 adultos ahorra, pero menos de 10% de los que ahorran, lo hace en una institución financiera. Dicho esto, se puede sostener que a pesar que el número de adultos titulares de una cuenta en una institución financiera alcanza el 42%, y que probablemente dentro de este grupo se encuentren los adultos que señalaron haber ahorrado, no todos lo hacen de manera formal, recurriendo muchos de ellos al ahorro en efectivo o invertido en ganado, joyas, bienes raíces o acciones.

En relación al **crédito**, el informe reporta que en el Perú, en el 2017 el 36% de los adultos señaló haber pedido dinero prestado en los últimos 12 meses, incluso mediante el uso de una tarjeta de crédito. Nuestro país ha experimentado un incremento de 4 puntos porcentuales respecto al 2014.

La fuente más común de crédito en el Perú, a diferencia del ahorro, es el formal. El 19% de los prestatarios informó haber obtenido un préstamo de una institución financiera o haber utilizado una tarjeta de crédito. Siguiendo el patrón de América Latina, el crédito obtenido de familiares o amigos es la segunda fuente de crédito más común, con casi 16%, mientras que el crédito semiformal a través de un club de ahorro alcanza el 4%, siguiendo el patrón de las economías en desarrollo.

Finalmente, en relación a las brechas de género e ingreso, en Perú la probabilidad de que los hombres obtengan un préstamo supera en 6 puntos porcentuales a la de las mujeres, mientras que la probabilidad de que los adultos ricos obtengan un préstamo supera en 17.5 puntos porcentuales a la de los pobres.

Así, mientras que el 22% de los hombres pide prestado dinero, solo el 16% de las mujeres también lo hace; y, mientras que el 26.1% de los adultos que pertenecen a los hogares más ricos pide prestado dinero, los adultos que pertenecen a los hogares más pobres alcanzan el 8.5%.

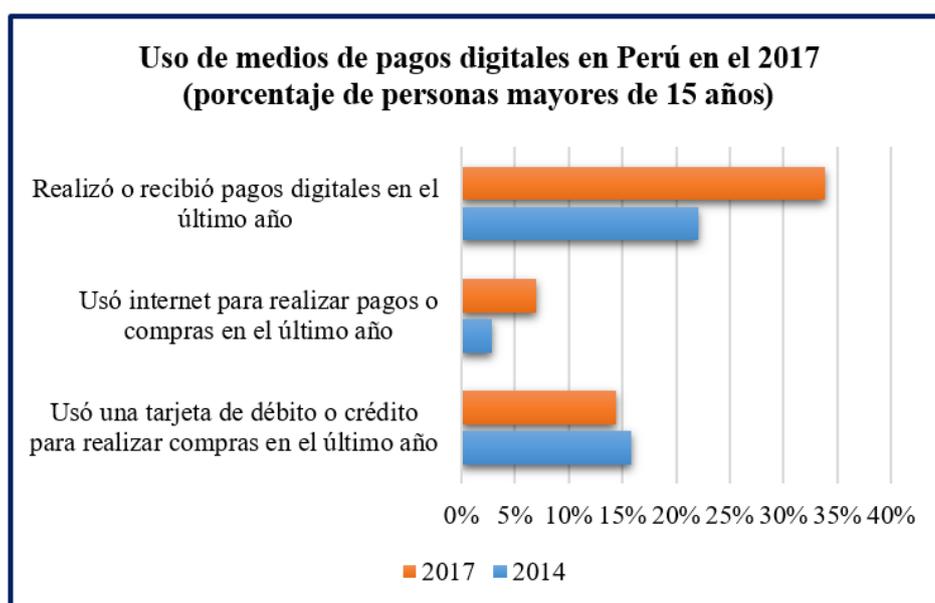
### 3.4.2.5. Pagos

En relación al **uso de medios de pagos digitales**, el informe Global Findex 2017 reporta que en el Perú, el 7% de los adultos señaló haber utilizado el servicio de internet para realizar pagos o hacer compras en el último año, el 14.5% indicó haber usado una tarjeta de crédito o débito para realizar compras y el 34% manifestó haber realizado o recibido pagos digitales en el último año.

Como se aprecia, a pesar del incremento de la penetración de internet en nuestro país, existe un bajo porcentaje de adultos que usan este servicio para realizar pagos o efectuar compras.

Un punto a destacar es el incremento en el uso de pagos digitales en el país. Respecto al 2014, se verifica un avance de 12 puntos porcentuales. En el 2014, el 22% de los adultos realizó o recibió pagos digitales.

*Figura 19. Uso de medios de pagos digitales en el Perú*



Elaboración: Propia.

Fuente: Base de Datos Global Findex.

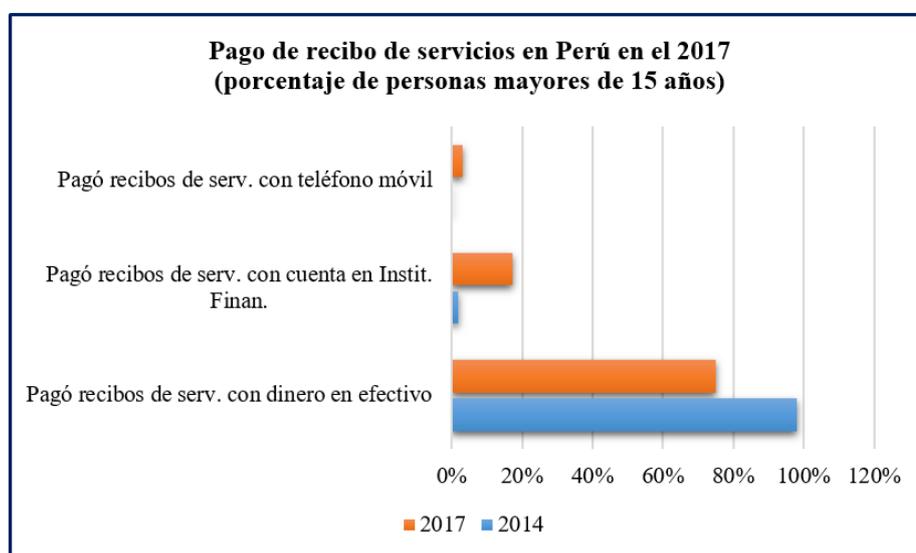
Si bien se registra un avance en los pagos digitales, el Perú se mantiene en desventaja frente a otros países de América Latina, como Brasil y Colombia. En Brasil, el 58% de los adultos utilizó pagos digitales en los últimos 12 meses mientras que, en Colombia, el 37% lo hizo.

Finalmente, el uso de una tarjeta de crédito o débito para realizar compras experimentó un ligero retroceso, pasando de 16% en el 2014 a 14.5% en el 2017.

En relación al **pago de recibos de servicios**, en nuestro país, la amplia mayoría de estas transacciones se realiza en efectivo, alcanzando el 75%. Por su parte, el pago de servicios empleando una cuenta en una empresa del sistema financiero y a través de un teléfono móvil, alcanzan el 17% y 3%, respectivamente.

Un aspecto a resaltar en el uso de efectivo, es el decremento de 23 puntos porcentuales respecto al 2014, en el que el 98% de los adultos informó haber realizado el pago de recibos de servicios en efectivo en el último año. Perú es el país de la región que muestra el mayor decremento en el uso de efectivo.

*Figura 20. Pago de servicios en el Perú*



Elaboración: Propia.

Fuente: Base de Datos Global Findex.

En relación al pago de recibos de servicios empleando una cuenta en una institución financiera, se aprecia un incremento de 15 puntos porcentuales respecto del 2014, en el que los adultos que realizaban el pago de servicios de este modo alcanzaban solo el 2%.

Finalmente, en relación al pago de servicios empleando un teléfono móvil, debemos indicar que si bien se registra un incremento en el porcentaje de adultos en Perú que utiliza un teléfono móvil para realizar este tipo de pagos respecto al 2014, el porcentaje apenas supera el 3%.

Dicho lo anterior, se puede concluir que en el Perú los adultos generalmente no usan medios de pago electrónicos para realizar sus pagos. Por lo que, el aprovechamiento de la tecnología digital, como veremos en el siguiente punto, puede ofrecer un panorama alentador

para el incremento de la titularidad de cuentas y, en consecuencia, para la promoción de la inclusión financiera.

Con este último punto, hemos terminado de revisar los resultados del informe Global Findex 2017. En esta instancia, es oportuno complementar el referido informe con los resultados del reporte Microscopio Global 2018, publicado por The Economist Intelligence Unit. “Microscopio Global evalúa el entorno propicio para la inclusión financiera en 5 categorías: políticas públicas y apoyo del gobierno, estabilidad e integridad, productos y puntos de venta, protección del consumidor e infraestructura, y 55 países.” (The Economist Intelligence Unit, 2018, p.7).

En su última edición, Colombia y Perú ocupan los dos primeros lugares en la clasificación general. The Economist Intelligence Unit (2018) señala que en el Perú la inclusión financiera es una prioridad central para el gobierno y que si bien aún se registra un número importante de adultos no bancarizados, existe un alto nivel de compromiso del sector público y privado para adoptar las acciones destinadas a incrementar la inclusión financiera.

Por último, debemos resaltar que el reporte señala que el gobierno ha visto potencial en las fintech y trabajará con los actores interesados para lograr el equilibrio del riesgo y la innovación.

Consideramos relevante el hallazgo del reporte debido a que las fintech pueden representar una oportunidad para atraer a las personas que se encuentran subatendidas o excluidas del sistema financiero tradicional, utilizando como principal herramienta la tecnología.

A propósito de la tecnología, a continuación desarrollaremos cómo la tecnología digital puede impulsar la inclusión financiera.

### **3.5. El aumento de la inclusión financiera a través de la tecnología digital**

Actualmente, la tecnología digital, a través de sus distintas expresiones, como el uso de los teléfonos celulares y el acceso a internet, permite identificar oportunidades para alcanzar niveles más altos de inclusión financiera, siendo el primer paso para lograrlo la reducción del número de adultos sin una cuenta.

Dicho lo anterior, con el propósito de explorar en los siguientes capítulos la contribución de los servicios digitales - en específico, las fintech - a la inclusión financiera, a continuación, se presenta información sobre el uso de teléfonos celulares y el acceso a los servicios de

internet y se comentan algunas experiencias de como la tecnología digital ha contribuido al incremento de la titularidad de cuentas.

El Banco Mundial (2018) ha señalado en el informe Global Findex 2017 que, a nivel mundial, alrededor de mil cien millones, o cerca de dos tercios de todos los adultos no bancarizados, tienen un teléfono celular; y muestra evidencia de cómo la tecnología digital ha contribuido en el incremento de la titularidad de cuentas, eliminando las barreras que restringen el acceso a los servicios financieros, como la distancia y el costo. Un ejemplo a destacar es *M-Pesa* en Kenya. El país africano es actualmente un referente en los pagos digitales a través de teléfonos móviles gracias a esta app que nació como respuesta a la pobre infraestructura de las instituciones financieras y las dificultades e inseguridad para trasladar efectivo.

En lo que respecta a Perú, Global Findex arroja que el 70% de los adultos no bancarizados tiene un teléfono celular.

A efectos de complementar la información proporcionada por el informe del Banco Mundial y los datos presentados en el punto 3.2 del presente capítulo, recurriremos al Informe Técnico “Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs) en los Hogares - IV Trimestre 2018”, elaborado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI).

En relación al **acceso a la telefonía móvil**, el INEI (2018) sostiene que “en el cuarto trimestre del 2018, en el 91.3% de los hogares del Perú existe al menos un miembro con teléfono celular. Comparado similar trimestre del año anterior, la cobertura de hogares que tienen telefonía móvil se incrementó en 1.1 puntos porcentuales.” (p. 3).

La información desagregada muestra que en 95 de cada 100 hogares de Lima Metropolitana existe al menos una persona que tiene celular, en el Resto Urbano 94 de cada 100 hogares tiene un celular, mientras que en el Área Rural 81 de cada 100 posee uno.

*Tabla 6. Perú: Hogares que tienen telefonía móvil, según área de residencia*

Perú: Hogares que tienen telefonía móvil, según área de residencia			
Trimestre: Octubre-Noviembre-Diciembre 2017 y 2018			
(Porcentaje)			
Área de residencia	Oct-Nov-Dic 2017	Oct-Nov-Dic 2018 P/	Variación (Puntos porcentuales)
<b>Total</b>	<b>90,2</b>	<b>91,3</b>	<b>1,1</b>
Lima Metropolitana	93,9	95,4	1,5
Resto urbano 1/	93,9	93,7	-0,2
Área rural	78,2	81,1	2,9

1/ No incluye Lima Metropolitana.  
P/ Preliminar.  
Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Como se aprecia, si bien el uso de la telefonía móvil es mayor en Lima Metropolitana, el resultado no es disímil en los otros dos ámbitos geográficos. Es más, el acceso a la telefonía móvil en el Área Rural viene registrando un crecimiento del doble que en Lima Metropolitana.

En relación al **acceso a internet**, el INEI (2018) señala que, en el cuarto trimestre del 2018, el 56.6% de la población de 6 y más años de edad del país accede a internet. Comparado con el mismo trimestre del año anterior, se observa un incremento de 5.6 puntos porcentuales.

*Tabla 7. Perú: Población que hace uso de internet, según área de residencia*

Perú: Población de 6 años y más de edad que hace uso de Internet, según área de residencia				
Trimestre: Octubre-Noviembre-Diciembre 2017 y 2018				
(Porcentaje del total de población de 6 años y más de edad de cada área de residencia)				
Área de residencia	Oct-Nov-Dic 2017	Oct-Nov-Dic 2018 P/	Variación (Puntos porcentuales)	
<b>Total</b>	51,0	56,6	5,6	***
Lima Metropolitana	73,8	77,7	3,9	***
Resto urbano 1/	51,7	59,1	7,4	***
Área rural	16,0	19,7	3,7	***

\* Existe diferencia significativa, con un nivel de confianza del 90%.  
 \*\* La diferencia es altamente significativa, con un nivel de confianza del 95%.  
 \*\*\* La diferencia es muy altamente significativa, con un nivel de confianza del 99%.  
 1/ No incluye Lima Metropolitana.  
 P/ Preliminar.  
**Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.**

Como se aprecia, el acceso a internet se concentra en Lima Metropolitana con 77.7%. Por su parte, en el Resto Urbano la población usuaria del servicio alcanza el 59.1% y en el Área Rural la población usuaria es de apenas el 19.7%.

Debemos resaltar que los mayores usuarios de internet es la población de 19 a 24 años y de 12 a 18 años, con 84.4% y 74.9%; y, que se registra una brecha de género en el acceso a internet de 7 puntos porcentuales. Así, mientras el 60.1% de hombres hace uso de internet, el 53.1% de mujeres accede a este servicio.

En relación al **acceso a internet a través de teléfono móvil**, el informe del INEI (2018) reporta que, en el cuarto trimestre del 2018, el 82% de la población que usa internet lo hace a través de un teléfono celular, pudiendo ser un celular propio (con o sin plan de datos), un celular de un familiar o amigo o un celular del centro de trabajo.

En comparación al mismo trimestre del año anterior, el acceso a internet a través de un teléfono móvil ha mostrado un alentador crecimiento de 8.8 puntos porcentuales.

La información desagregada muestra que en Lima Metropolitana, el 86.4% de la población que accede a internet lo hace a través de un teléfono celular, mientras que en el Resto Urbano y en el Área Rural, el 79.8% y 68.8%, respectivamente.

*Tabla 8. Perú: Población que hace uso del servicio de internet a través del teléfono celular, según área de residencia*

Perú: Población de 6 años y más de edad que hace uso del servicio de Internet a través del teléfono celular, según área de residencia			
Trimestre: Octubre-Noviembre-Diciembre 2017 y 2018			
(Porcentaje del total de población de 6 años y más usuaria de Internet)			
Área de residencia	Oct-Nov-Dic 2017	Oct-Nov-Dic 2018 P/	Variación (Puntos porcentuales)
<b>Total</b>	<b>73,2</b>	<b>82,0</b>	<b>8,8 ***</b>
Lima Metropolitana	78,4	86,4	8,0 ***
Resto urbano 1/	70,7	79,8	9,1 ***
Área rural	55,2	68,8	13,6 ***

**Nota:** Se incluye celular propio (con o sin plan de datos), celular de un familiar o amigo o celular de su centro de trabajo.  
 \* Existe diferencia significativa, con un nivel de confianza del 90%.  
 \*\* La diferencia es altamente significativa, con un nivel de confianza del 95%.  
 \*\*\* La diferencia es muy altamente significativa, con un nivel de confianza del 99%.  
 1/ No incluye Lima Metropolitana.  
 P/ Preliminar.  
**Fuente:** Instituto Nacional de Estadística e Informática - Encuesta Nacional de Hogares.

Debemos indicar que los mayores usuarios de internet a través del teléfono celular es la población de 25 a 40 años y de 41 a 59 años, con 93.1% y 91.5%; y, que no se evidencia una brecha de género, equiparándose así el acceso de las mujeres y hombres a internet a través de sus móviles.

De otro lado, un dato relevante es el incremento en el acceso a internet a través de teléfono móvil en el Área Rural de 13.6 puntos porcentuales respecto al cuarto trimestre del 2017.

En definitiva, el incremento en el acceso a la tecnología digital – a pesar de que aún hay mucho por hacer en este campo - y las ventajas que ofrece, representa una oportunidad para promover que los adultos excluidos o subatendidos por el sector financiero tradicional puedan acceder a los servicios financieros a través de la apertura de una cuenta, ya sea a través de una institución financiera o una cuenta móvil.

Sin perjuicio de lo señalado, cabe precisar que, si bien un primer acercamiento a la inclusión financiera se produce a través de la titularidad de una cuenta, las ventajas se generan al usarla de manera activa ya sea para ahorrar dinero, administrar riesgos y efectuar o recibir pagos.

En este tercer capítulo se ha analizado el panorama de la industria fintech y la inclusión financiera, tanto a nivel internacional como en el Perú.

## **CAPÍTULO IV. IMPACTO DE LAS FINTECH EN EL SECTOR FINANCIERO**

En este capítulo se describirá el impacto de la industria fintech en el sector financiero tradicional y las sinergias que pueden derivarse de la colaboración entre la banca tradicional y las fintech.

### **4.1. Impacto de las fintech en el sector financiero tradicional**

Si bien los servicios financieros, como el ahorro, cambio de divisas, inversiones, entre otros, no han sufrido un gran cambio en los últimos años, sí está cambiando la manera en la que se están abordando estas necesidades debido a la irrupción de las nuevas tecnologías. (Chishti y Barberis, 2016).

En ese sentido, es preciso describir los efectos de la revolución fintech en el sector financiero tradicional. Para tales efectos, nos referiremos a la experiencia del cliente y al *open banking*.

- Experiencia del cliente

El rápido avance de la tecnología y la aparición de las fintech en los últimos años ha originado el surgimiento de una nueva generación de clientes que exige rapidez y sencillez en su interacción con los proveedores de los servicios financieros, impulsando así la transformación del sector. Es así que, el éxito en el proceso de transformación digital del sector financiero tiene como factor clave la experiencia al cliente, para ello no basta con crear un servicio digital, sino que este brinde completa satisfacción a sus clientes. (Iguar, 2016).

La experiencia del cliente comprende todos los aspectos de interacción del usuario final con la entidad proveedora de servicios. Ya que actualmente existe un mayor uso de la banca móvil, cada vez más entidades financieras están adoptando la revolución digital a través del establecimiento de equipos internos de diseño, contratando talento especializado y asociándose con compañías especializadas en dicho rubro. (Chishti y Barberis, 2016).

En línea con lo anterior, podemos mencionar algunos procesos tradicionales ofrecidos por los bancos que se han visto influenciados por las fintech. (KPMG, 2017).

- Transferencias de dinero. Se puede decir que las fintech han sido pioneras en el segmento de pagos instantáneos permitiendo realizar transferencias de manera instantánea y fácil desde cualquier móvil. Ello hizo que las entidades bancarias reaccionaran y empezaran a lanzar aplicaciones que permitieran realizar transferencias bancarias a través del teléfono móvil sin necesidad de acercarse a alguna agencia o

sucursal. Tal es el caso de BIZUM en España, que fue lanzado en conjunto por varios bancos como el BBVA, Santander, Bankia, entre otros.

- Elección de productos. Una de los segmentos fintech que ha influenciado en este proceso es el de gestión de finanzas personales o comparadores. Así, estas compañías ofrecen gran variedad de información actualizada de diversos productos y servicios financieros como seguros, préstamos, tarjetas de crédito, depósitos, cuentas, entre otros. Un ejemplo en América Latina es Comparabien una de las primeras fintech en este rubro que, entre otros, permite comparar todas las opciones de cuentas de ahorro que hay en el mercado para luego poder elegir y solicitarlo de manera sencilla y rápida.
- Préstamos. Además de los comparadores financieros, se encuentran las fintech que otorgan préstamos, tales como las plataformas de *crowdfunding* y *crowdlending*.

Estas fintech se caracterizan por la sencillez y rapidez en la aceptación al crédito y en la entrega de fondos. Los plazos que manejan son incluso mucho menores a los de las empresas del sistema financiero. Esta nueva forma de acceder a productos financieros está generando una nueva cultura financiera, por lo que, el sistema financiero tradicional deberá adaptarse al nuevo mercado.

- Open Banking

El *Open Banking* es una tendencia actual que surge como resultado de la intervención de la tecnología en el sistema financiero. Producto de ello, los bancos pueden brindar mejores servicios y ofrecer más productos en base a la mayor información que pueden obtener por medio del enlace de su plataforma con otras.

Dicho concepto se origina con el desarrollo de las API (*Application Programming Interface*). La API bancaria está vinculada con la programación y se basa en la inclusión en los aplicativos financieros de otras aplicaciones que el usuario ya utiliza regularmente. Según Igual (2016), una de las ventajas que proporcionan son el ahorro en costos debido a que hace posible que no sea tan complejo incorporar a una plataforma o un servicio los datos de una aplicación.

Los primeros casos de éxito en el uso de las API fueron Paypal, Visa y Mastercard que habilitaron el acceso a terceros la información de sus usuarios para realizar operaciones de pagos y compras de forma más rápida y sencilla.

El *Open Banking* es un modelo que cambia la forma tradicional de funcionamiento de los bancos brindando información a otras compañías - como las del sector fintech - que ofrecen

otros servicios a los usuarios de servicios financieros. De esa manera, se logra sincronizar la información que tienen los bancos sobre sus clientes con otras aplicaciones y, así pueden ofrecer todos los servicios desde su misma plataforma de una manera personalizada.

Tomando en cuenta algunas salvedades como el tema de la seguridad de la información, en el que no ahondaremos, podemos decir que el *Open Banking* permite que tanto bancos como usuarios y otras compañías del sector fintech se ven beneficiados ya que estos últimos cuentan con un mercado en el que la innovación es uno de los ejes principales; mientras que los bancos se benefician con el modelo creado por aquellos, otorgando así una mejor experiencia a sus clientes. (Cámara de Comercio de Bogotá, 2018).

Como se ha mencionado en capítulos anteriores, en Europa ya se ha implementado el *Open Banking* con el objeto de simplificar el sistema de transacciones y pagos; así como para mejorar la competencia e innovación. Mientras en algunos países de Asia como Japón, la entrada en vigencia de dicha directiva, ha impulsado también la apertura de su sistema financiero obligando a los bancos a la utilización de APIs para que puedan colaborar con las fintech. Asimismo, China ha experimentado un rápido crecimiento en el desarrollo del *Open Banking* debido al aumento en el uso de internet y el smartphone que, hoy en día, forman parte esencial de la vida del consumidor. Por otro lado, en el caso de América Latina, en México la nueva Ley Fintech promulgada recientemente regula, entre otros, a las APIs tomando en cuenta temas como la confidencialidad y privacidad.

Según una encuesta realizada por Accenture (2017) en Europa, la mayoría de ejecutivos del sector financiero considera al *Open Banking* como una oportunidad de mejora más que una amenaza; sin embargo, también considera que ello traerá consigo un mayor riesgo de fraudes y problemas en temas de seguridad de la información.

Finalmente, Deloitte, en su estudio “*Beyond Fintech*” (2017), identifica algunas fuerzas que están cambiando el panorama competitivo de los servicios financieros, dentro de las que se encuentran la experiencia del cliente, previamente comentada, y la nueva fuerza laboral.

- Nueva fuerza laboral

La inteligencia artificial representa uno de los motores de las fintech. Las máquinas son capaces cada vez más de replicar el comportamiento humano y potencialmente podrían convertirse en asistentes digitales que puedan llegar a reemplazar ciertas capacidades básicas de algunas personas. Ello hace que se disminuyan los esfuerzos, el tiempo, así como el personal requerido para realizar ciertas tareas.

Dicho lo anterior, apreciamos que la irrupción de las fintech ha influenciado la forma en la que eran prestados la mayoría de servicios financieros por los bancos tradicionales, obligándolos a adentrarse en el camino de la innovación digital. Consideramos que ello ha originado que se brinde un mejor servicio a la nueva generación de usuarios que así lo exigía, así como a mejorar el funcionamiento interno de las mismas instituciones financieras.

#### **4.2. Sinergia entre la banca tradicional y las fintech**

Ante la ola de digitalización, los bancos se han orientado a iniciar una serie de proyectos con el objeto de lograr la mayor satisfacción de sus clientes; mientras que las fintech se han enfocado en captar la atención en usuarios desatendidos o no satisfechos con los servicios brindados por la banca tradicional.

Frente a este nuevo panorama de dos enfoques distintos también se vislumbra uno nuevo basado en la colaboración de ambos. (Iguar, 2016).

Según Vodanovic (2018), en la creación de esta colaboración, la entidad bancaria brinda los recursos, la marca posicionada, así como la experiencia regulatoria; mientras que la fintech aporta la mejora en la experiencia del usuario, infraestructuras flexibles y almacenamiento de información.

Según un estudio realizado por McKinsey (2017), las instituciones financieras se vienen involucrando cada vez más con las fintech y el número de acuerdos está creciendo en algunos lugares como Asia, casi el doble del promedio mundial. A diferencia de otros países, en China las instituciones financieras se suelen asociar con empresas de tecnología de gran envergadura. Así, en el 2017 cada uno de los cuatro principales bancos de dicho país, se asoció con al menos una fintech en 2017. Ejemplo de ello, es la alianza entre Construction Bank, *Alibaba* y *Ant Financial*. (McKinsey, 2018).

Por otro lado, en América Latina en países como Colombia la regulación ha impulsado la creación de estas sinergias permitiendo a los bancos invertir en fintech. Del mismo modo, en México donde el gobierno ha impulsado la promulgación de la Ley Fintech con el objeto de lograr el desarrollo del sector. Incluso en Perú, donde no hay aún una regulación específica y clara al respecto, se están empezando a dar alianzas y asociaciones estratégicas entre los principales bancos y algunas fintech.

Las opciones de asociación son diferentes según la necesidad de ambos actores. En ese sentido, se pueden dar alianzas simples, adquisiciones, *joint ventures*, prestación de servicios, entre otros.

Se pueden destacar los siguientes tipos de alianzas (Igual, 2016):

- Creación de incubadoras y aceleradoras

Las incubadoras apoyan a equipos que recién han comenzado a convertir su idea en un negocio (en edad temprana) a impulsar la compañía hacia adelante a través de la formación, el mentoring y el financiamiento. Así, las incubadoras buscan realizar el mayor número de pruebas de los productos de los nuevos emprendimientos y construir un modelo de negocio estable.

Un ejemplo de ello es INNpuls Colombia, una incubadora que busca promover el emprendimiento, la innovación y la productividad, forjando compañías innovadoras y productivas.

Por su parte, las aceleradoras se enfocan en *startups* más desarrolladas y se caracterizan por la formación intensiva con el objeto de lograr un crecimiento que podría tardar largos periodos. Una de las funciones más importantes de las aceleradoras es lograr una compañía que esté lista para la inversión.

Un ejemplo es el proyecto “Programa de Aceleración BBVA Open Innovation”, que tiene como finalidad brindar a las *startups* asesoramiento personalizado de expertos del banco para aumentar sus probabilidades de éxito.

- Alianzas estratégicas

Para ofrecer determinados servicios, una fintech puede requerir de una licencia bancaria, que podría obtener a través de una alianza con un banco o asociación estratégica, tal es el caso de *Number26* (N26) con Wirecard Bank en Alemania. N26 es un banco digital con sede en dicho país y se encuentra en varios países de Europa. Luego de aproximadamente año y medio de fundada, logró una asociación con Wirecard, un banco alemán, con el objeto de obtener el respaldo y garantía que necesitaba para realizar operaciones en el resto de Europa.

Otro ejemplo de colaboración se dio entre *LendingClub* y Union Bank en Estados Unidos, con ello la fintech logró ampliar su base de clientes y también ofrecer algunos productos del banco.

- Inversión o compra de empresas

Algunos grupos grandes del sector financiero están apostando por esta modalidad, principalmente, en el rubro de pagos, *big data* y préstamos. Tal es el caso de Krealo en Perú, una unidad del Grupo Credicorp especializado en negocios digitales con el objeto de dar mayor

valor a los productos y servicios financieros ofrecidos por el grupo. En el 2018, invirtió en la fintech peruana *Culqi* (pasarela de pagos) logrando una alianza con el objeto de mejorar sus servicios y conseguir la satisfacción de sus clientes. Con esta inversión y, a través de las subsidiarias de Credicorp, como el Banco de Crédito y MiBanco se busca brindar más y mejores soluciones al sector de pymes.

- Acuerdos de servicios

Ejemplo de esta alianza es la reciente entre la fintech Kontigo y la Caja Arequipa en Perú. Esta fintech conecta a solicitantes de préstamos con la entidad financiera, convirtiéndose esta en la primera caja municipal del país en otorgar y aprobar préstamos *online*. Kontigo apunta a bancos o entidades financieras que están empezando su incursión en la banca digital como cajas municipales, cooperativas y otras microfinancieras. (Kontigo.pe, 2019).

De lo expuesto, podemos concluir que, desde el punto de vista de los bancos, la estrategia consiste en incorporar en su *core* de negocio a las fintech que se vislumbren con gran proyección o impacto de rivalidad. Por lo que, la propuesta será apoyar su desarrollo y proponer alguna alianza con las fintech que tengan capacidad de generar un impacto en el sector. Por otro lado, la fintech puede buscar fortalecer su posición como en el caso de *Culqi* y ofrecer mejores servicios a sus usuarios. En ese sentido, y desde cualquier frente, consideramos importante estas alianzas para abordar la exclusión financiera y digital. Esta última puede conllevar a la primera debido a la falta de conectividad o acceso a la tecnología de algunas personas. Facilitando el acceso a la digitalización se podría abordar directamente la exclusión financiera, en lo cual ahondaremos con más precisión en el capítulo VI.

En este capítulo se ha detallado el impacto de la industria fintech en el sector financiero tradicional y la sinergia entre la banca tradicional y las fintech, basada en la colaboración.

## **CAPÍTULO V. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

En este capítulo se describirá la metodología de investigación utilizada para la realización del presente estudio.

### **5.1. Enfoque metodológico**

El presente trabajo de investigación se desarrolla bajo el enfoque cualitativo (también conocido como investigación interpretativa), de tipo fenomenológico, el mismo que se emplea cuando se busca comprender el fenómeno estudiado a partir de la perspectiva, experiencias y opiniones de los participantes. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

El enfoque o aproximación cualitativa se caracteriza por basarse en una lógica y proceso inductivo, es decir, el investigador primero explora y describe el fenómeno, para luego desarrollar teorías; así como por apoyarse en métodos de recolección de datos no estandarizados ni predeterminados completamente, lo cual quiere decir que tal recolección reside en conseguir opiniones de los participantes. (Hernández, Fernández y Baptista, 2014).

Para llevar a cabo la investigación, se ha utilizado las siguientes técnicas de recolección de datos: revisión de literatura, revisión de estudios, revisión de experiencias internacionales y entrevistas estructuradas con preguntas abiertas.

Mediante la revisión de literatura, se ha logrado establecer el concepto de inclusión financiera para el marco del presente trabajo de investigación, así como analizar aspectos relevantes relacionados con aquella y las fintech.

Por su parte, la revisión de estudios y la revisión de experiencias internacionales ha permitido conocer cuál es el panorama de la inclusión financiera y las fintech a nivel internacional y en el Perú, y cómo estas compañías han logrado promover la inclusión financiera en otros países.

Finalmente, a través de las entrevistas estructuradas con preguntas abiertas realizadas a expertos, se ha logrado recoger información valiosa de cómo las fintech pueden ser una herramienta potente para fomentar la inclusión financiera en nuestro país y qué aspectos deben desarrollarse para que estas compañías puedan ofrecer servicios financieros inclusivos y bancarizar a las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional.

Ahora bien, las actividades que se han realizado en el proceso de investigación se detallan a continuación:

- Planteamiento del problema.

En esta primera fase se realizó una revisión inicial de la literatura, así como de estudios en inclusión financiera e industria fintech con el objetivo de apoyar el planteamiento del problema.

- La inmersión inicial en el campo

La inmersión inicial implica sensibilizarse con el entorno en que se desarrollará el estudio. Para tales efectos, en esta fase se realizó la revisión más acuciosa de estudios en inclusión financiera (panorama en el Perú) y revisión de experiencias internacionales de cómo las fintech han promovido la inclusión financiera en distintas naciones. Ello con el objeto de verificar la factibilidad del estudio.

- La definición de la muestra inicial de estudio y acceso a ésta.

En esta fase se identificó a los expertos que podían aportar información a la investigación y se les contactó a efectos de coordinar una entrevista y recoger sus puntos de vista sobre el tema materia de análisis.

Cabe precisar que se ha convocado a tres perfiles de entrevistados: directores ejecutivos de fintech, abogados financieros especializados en asesoría a compañías del sector fintech y representantes de bancos del país.

El motivo de la convocatoria a estos tres tipos de perfiles es el aporte de los distintos enfoques que puedan ofrecer al presente trabajo de investigación desde el rol que cumplen en el contexto actual.

- La recolección de los datos y su análisis.

En esta fase se realizaron entrevistas estructuradas con preguntas abiertas a los tres perfiles de expertos y se recogió la mayor cantidad de información posible con la finalidad de realizar una interpretación correcta y objetiva. Asimismo, se realizó el análisis de los resultados obtenidos en las entrevistas.

- La interpretación de los resultados y la elaboración del informe de resultados.

En esta a última fase se analizó la información recabada en las entrevistas realizadas a los expertos y se interpretaron los resultados. De este modo, se determinó cómo las fintech pueden ser una herramienta potente para fomentar la inclusión financiera en nuestro país y qué aspectos deben desarrollarse para que estas compañías puedan ofrecer servicios financieros inclusivos

y bancarizar a las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional.

Por último, debemos indicar que el enfoque cualitativo ha sido de gran ayuda para estudiar y comprender el fenómeno materia de investigación, permitiéndonos identificar cuáles son las oportunidades de mejora que deben implementarse en el Perú en aras de que las fintech constituyan un actor estratégico para la promoción de la inclusión financiera, sobre todo en el contexto actual, caracterizado por las oportunidades que ofrecen los avances tecnológicos.

## **5.2. Muestreo**

### **5.2.1. Población**

Según Walpole & Myers (1998), la población se refiere al universo entendido como el conjunto de elementos (personas, objetos o fenómenos) sujetos a investigación que presentan características comunes, y respecto del cual, se selecciona un subconjunto (conocido como muestra) con la finalidad de estudiar el conjunto en su totalidad.

En esa línea, para abordar la presente investigación se ha elegido tres poblaciones o universos. Ello con el objetivo de poder contar con distintos enfoques, puntos de vista y experiencias.

- Empresas fintech identificadas en el estudio “El panorama de la industria fintech en el Perú”, realizado por Vodanovic Legal en noviembre de 2018 y actualizado a junio de 2019.
- Abogados financieros especializados en asesoría a compañías del sector fintech.
- Bancos del Perú.

### **5.2.2. Muestra**

La técnica de muestreo utilizada para la presente investigación es de tipo no probabilística, también llamada, muestra dirigida.

A diferencia de la técnica de muestreo probabilística que permite conocer la probabilidad que cada sujeto a estudio tiene de ser incluido en la muestra a través de la sección al azar, en la técnica de muestreo no probabilística, la selección de los sujetos a estudio depende de determinadas características, condiciones o criterios definidas por el investigador (Walpole & Myers, 1998).

Dicho esto, la muestra quedó conformada por 15 expertos:

Población	Muestra
124 empresas fintech identificadas en el Perú.	<p>Andrés Sánchez Fundador y CEO de Mercania</p> <p>Erick Rodríguez Co Fundador y Director Comercial de Agente Cash</p> <p>Javier Castro Fundador y CFO de Latin Fintech</p> <p>Juan Carlos Zamalloa Fundador y CEO de Ayllu</p> <p>Matías Fernández Country Manager de Solven</p> <p>Mario Cruz Co Fundador y CEO de Kontigo.pe</p> <p>Martin Mendoza del Solar Fundador y CTO de Rebaja Tus Cuentas</p> <p>Oscar Salas Country Manager de Afluenta Presidente de la Asociación Fintech Perú</p> <p>Alberto Falcón Director de Estrategia Corporativa de AgroInvesting</p>
Abogados financieros especializados en asesoría a compañías del sector fintech.	<p>Álvaro Castro Lora</p> <p>Ljubica Vodanovic</p> <p>Oscar Montezuma Panez</p>
Bancos del Perú.	<p>Claudia Ganoza Banco BBVA Perú</p> <p>Denisse Cuellar Banco de Crédito del Perú</p> <p>Nelson Bértoli Banco Pichincha</p>

### 5.3. Fuentes y técnicas de recolección de datos

A continuación, se detalla las fuentes de información y técnicas para recoger los datos necesarios para el desarrollo de la presente investigación:

Fuentes de información	
Primarias	Entrevistas
Secundarias	Libros y revistas
	Documentos (informes, revistas, periódicos y publicaciones)
	Datos estadísticos (bases de datos)

Técnicas de recolección de datos		
Técnicas	Instrumentos	Procedimiento
Entrevistas	Cuestionario estructurado con preguntas abiertas.	Realización de las entrevistas de acuerdo al cuestionario previamente elaborado y enfocado en cada uno de los expertos que forman parte de la muestra según el universo al que pertenecen. Ello con la finalidad de recoger distintas opiniones y puntos de vista en relación al tema materia de investigación. Para mayor información sobre el cuestionario, ver el Anexo N° III.
Análisis documental	Ficha textual	Análisis y síntesis de la información documental obtenida en libros, informes, revistas, periódicos y publicaciones sobre la materia de investigación a efectos de determinar que se trate de información confiable y comprensible.
Datos estadísticos (bases de datos)	Selección y resumen de datos	Análisis de las bases de datos a través de la selección y resumen de los datos relacionados al presente trabajo de investigación.
Corte y clasificación	Ficha textual	Identificación de los temas generales y específicos con el objeto de clasificarlos.
Metacodificación	Ficha textual y documental	Análisis de la relación entre los temas planteados por el marco teórico con el objeto de extraer otros nuevos.

#### **5.4. Técnicas de análisis de datos**

Para el análisis de los datos se utilizaron las siguientes técnicas:

- Entrevistas estructuradas

Para el análisis de la información obtenida a través de las entrevistas, estas se transcribieron a Word y las respuestas se compararon con las de los otros grupos de expertos a efectos de identificar puntos de vista en común y diferencias en torno al tema, que permitan relevar la información más importante.

- Análisis documental

Para el análisis de la información obtenida de libros, informes, revistas, periódicos y publicaciones se utilizó la técnica de síntesis, con el objeto de identificar la información más relevante para la investigación.

- Análisis de datos estadísticos

Con el objeto de analizar los datos estadísticos (bases de datos) se realizó la selección de los datos más importantes para su tabulación y la posterior elaboración de gráficos.

En este quinto capítulo se ha descrito la metodología de investigación utilizada en el presente trabajo de investigación.

## **CAPÍTULO VI. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

Con el objeto de recoger los distintos puntos de vista y apreciaciones de expertos en relación al tema materia de la presente investigación, se realizaron entrevistas estructuradas con preguntas abiertas a 15 especialistas.

En ese sentido, y con el propósito de contar con una visión integral de las fintech como herramienta para promover la inclusión financiera en el Perú, se convocaron a tres perfiles de entrevistados: directores ejecutivos de fintech, abogados financieros especializados en asesoría a compañías del sector fintech y representantes de bancos del país.

En esa línea, se formularon distintas preguntas destinadas a abordar los siguientes temas:

- Evaluación de las iniciativas implementadas en el marco de la ENIF.
- El rol actual de la banca en la inclusión financiera y su relación con las fintech en el Perú.
- Las fintech como herramienta para promover la inclusión financiera en el Perú.
- Tipos de fintech que apoyan la inclusión financiera en el Perú.
- Cómo las fintech enfrentan las barreras de costo y falta de confianza en el Perú
- Principales riesgos que afrontan las fintech en el Perú.
- Limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos en el Perú.
- Oportunidades que ofrece el contexto actual para que las fintech puedan promover la inclusión financiera en el Perú.
- Aspectos que deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera.

Los resultados de las entrevistas realizadas muestran que todos los expertos coinciden en que las fintech constituyen una herramienta potente para mejorar la inclusión financiera en nuestro país; sin embargo, también consideran que existen aspectos a mejorar, con miras a que las fintech puedan ofrecer servicios financieros inclusivos.

A continuación se presenta una revisión de los puntos más resaltantes de las entrevistas.

### **a. Evaluación de las iniciativas implementadas en el marco de la ENIF**

Los especialistas coinciden en que, si bien la promulgación de la ENIF muestra el compromiso del gobierno con la inclusión financiera, la estrategia carece de medidas concretas

que permitan promover que los excluidos o subatendidos por el sector financiero tradicional accedan y utilicen los servicios financieros.

En el marco de la ENIF se han implementado diversas medidas entre las que se encuentran el dinero electrónico y el factoring.

El dinero electrónico fue concebido como un instrumento de inclusión financiera; sin embargo, como señalamos en el capítulo III, el proyecto está aún lejos de alcanzar la meta trazada. Al respecto, los entrevistados señalan que, hasta el momento, esta iniciativa no ha logrado despegar y atribuyen este hecho al alto costo regulatorio. Así, la Ley que regula las características básicas del dinero electrónico como instrumento de inclusión financiera (Ley N° 29985) y la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros (Ley N° 26702) establecen que las Empresas Emisoras de Dinero Electrónico deben tener un capital social mínimo que, de acuerdo a la Circular N° G-202-2019, ha sido actualizado para el trimestre julio-septiembre de 2019, a S/ 2,490,595.

Adicionalmente, el Reglamento de Operaciones con Dinero Electrónico, aprobado mediante Resolución S.B.S. N° 6284-2013, establece que las Empresas Emisoras de Dinero Electrónico deben constituir fideicomisos por el cien por ciento (100%) del dinero electrónico emitido. Es decir, por cada sol que emitan tienen que tener un sol en el fideicomiso, el mismo que cobra un *fee*, resultando sumamente oneroso emitir dinero electrónico.

En esa línea, los expertos sostienen que el alto costo para emitir dinero electrónico ha generado que a la fecha solo existan cuatro empresas emisoras, distintas a las Empresas de Operaciones Múltiples, registradas ante la SBS: Gmoney S.A., Servitebca, Tarjetas Peruanas y Peruana Soluciones. De las cuales, solo una viene operando de manera seria, mientras que las demás hacen *white labor* o línea blanca para terceros.

Por otro lado, los especialistas opinan que una iniciativa que sí ha funcionado para fomentar la inclusión financiera de las pymes es el *factoring*. A la fecha, se tiene un mercado de facturas electrónicas que está creciendo de manera sostenida y se espera un mayor crecimiento para los próximos años. Este mecanismo ha permitido que las pymes encuentren una nueva fuente de financiamiento, distinta al descuento de letras de cambio.

Finalmente, los entrevistados manifiestan tener conocimiento de que se viene desarrollando la Política Nacional de Inclusión Financiera<sup>3</sup> y esperan que la referida política incorpore a las fintech como mecanismo para generar inclusión financiera y se emita la regulación que permita a estas compañías ofrecer productos financieros inclusivos.

#### **b. El rol actual de la banca en la inclusión financiera y su relación con las fintech en el Perú**

Los especialistas señalan que el modelo actual de la banca no está logrando atender a segmentos excluidos o subatendidos y que actualmente hay pocos bancos realizando esfuerzos en incluir financieramente a estos segmentos. Ello principalmente porque no cuentan con información suficiente que permita realizar una adecuada evaluación de riesgo o porque el costo de levantar una infraestructura – acorde con los procesos de la banca tradicional - para llegar a dichos segmentos es mayor.

Por otro lado, los expertos coinciden en que hoy en día la banca está abocada a la digitalización, siendo ésta uno de sus principales preocupaciones. Los ejecutivos de los bancos manifiestan que se encuentran enfocados en aquella y la ven como un medio para desarrollar el *open market* lo que implica llegar a más clientes proporcionando una amplia oferta de productos digitales, así como nuevas y mejores experiencias a nivel de usuario. Asimismo, puesto que las herramientas digitales conllevan menores costos, también la consideran como un soporte para llegar a segmentos pocos penetrados e incrementar la bancarización.

En ese orden de ideas, surgen las fintech con distintos objetivos según su modelo de negocio en nuestro entorno financiero. Algunas de ellas están orientadas a llegar a un segmento desatendido por los bancos como es el caso de Independencia y Latin Fintech, que a través de sus plataformas proporcionan microcréditos a personas excluidas o subatendidas; mientras, otras actúan como canalizadores de créditos entre personas, que antes no tenían acceso a los servicios financieros ya sea por desinformación o tiempo, e instituciones financieras; tal es el caso de las plataformas de Kontigo y Solven. Así, las fintech pueden representar el rol de un potencial competidor o bien el de colaborador frente a una institución financiera.

---

<sup>3</sup> El 05 de agosto de 2019, se publicó el Decreto Supremo N° 255-2019 que aprueba la Política Nacional de Inclusión financiera. En dicho Decreto se describe el actual contexto de la inclusión financiera en el Perú y se establecen los objetivos prioritarios del plan, así como sus lineamientos orientados al año 2030.

Cabe resaltar que en la Política se menciona a las fintech como empresas que están irrumpiendo el mercado financiero, convirtiéndose en una fuente alternativa de financiamiento para la Mipyme; y que, aunque estos emprendimientos traen grandes beneficios también implican potenciales riesgos para el mercado. Asimismo, la norma hace referencia al Proyecto de Ley que regula el financiamiento participativo financiero del que comentaremos más adelante.

Respecto al rol de competidor, los especialistas indican esto no se puede ver aún en nuestro país ya que, si bien el sector de fintech está en crecimiento, el mercado aún es incipiente. Asimismo, existe en nuestro país y en la mayoría de la región, cierto porcentaje de personas ya bancarizadas, lo cual, en opinión de algunos especialistas, hace más difícil el despegue más rápido de estas compañías como sucedió en los casos de China o Kenya, lugares que tenían gran índice de desbancarización y que fueron descritos anteriormente. Por otro lado, algunos de los expertos señalan que no hay un banco *online* o totalmente digital aún en el Perú como el caso de *Nubank* en Brasil que represente una real competencia o que implique una pérdida de posición importante para alguno de los bancos presentes en el mercado.

Desde la perspectiva de algunos ejecutivos de los bancos - con mayor posición en el mercado peruano - a quienes se ha entrevistado, las fintech pueden representar la posibilidad de una alianza en tanto puedan ofrecer un modelo de solución ya probado que, a los bancos les tomaría mucho más tiempo, esfuerzo y recursos desarrollar, y que les permita mejorar sus procesos y llegar a más segmentos sobre todo a los que aún no han podido llegar y que se encuentran excluidos o subatendidos.

En el caso particular del Banco BBVA Perú, la entrevistada indicó que la innovación abierta les ha permitido entender que no pueden hacer las cosas solos y que pueden hacer las cosas de manera más ágil a través de procesos ordenados que les permitan conectar con las fintech de manera ágil, eficiente y oportuna, para entregar productos de calidad en manos de sus clientes.

Dicho lo anterior, podemos concluir que los bancos ven la posibilidad de crear alianzas con *start ups* (incluidas las fintech) que les permitan mejorar sus procesos, implementar soluciones o aplicaciones desarrolladas de manera ágil y flexible, así como acercarse a segmentos a los que no han tenido llegada, por ejemplo, a través de herramientas provistas por las fintech que les permitan obtener información sobre el comportamiento crediticio de personas o empresas que se encuentran aún desatendidas y bajo la sombra de la informalidad.

Finalmente, debemos indicar que la digitalización ha impulsado a los bancos a crear internamente áreas de innovación con el objeto de mejorar la experiencia de usuario y captar nuevos clientes, ejemplo de ello es YAPE, el producto lanzado en el 2017 por el Banco de Crédito del Perú para transferir dinero entre cuentas a través de teléfonos celulares sin la necesidad de conocer el número de cuenta de destino y que ya ha alcanzado el millón de usuarios. (Gestión, 2019).

A diferencia de los bancos, en el sector de las microfinancieras como cajas o cooperativas no se aprecia el mismo panorama de innovación debido a que no cuentan aún con las herramientas necesarias para llevar a cabo una transformación digital desde sus áreas internas. Por lo que, en este sector las fintech resultan una alternativa muy atractiva para mejorar sus procesos; ejemplo de ello, son las alianzas entre la Caja Arequipa y Kontigo, y Financiera Credinka y Ayllu.

### **c. Las fintech como herramienta para promover la inclusión financiera en el Perú**

Como se ha mencionado en el capítulo IV, el panorama fintech en el Perú presenta hoy en día más de cien compañías, de las cuales, segmentos como el de pagos y transferencias, cambio de divisas y *lending* o préstamos son los predominantes y continúan en crecimiento.

Dependiendo del segmento y público al que estén dirigidos, los entrevistados han señalado que las fintech constituyen una herramienta para promover la inclusión financiera en el Perú debido a que, al ser uno de sus pilares la tecnología, esta les permite acercar los servicios financieros a segmentos excluidos por medio de la mejora en procesos, nuevas experiencias de usuarios, entre otros.

Así, con las distintas herramientas o soluciones que pueden brindar estas compañías a instituciones financieras a nivel tecnológico o con su propia oferta de productos - como créditos o gestión de finanzas- pueden impulsar la inclusión financiera.

A continuación, mencionaremos los tipos de fintech que a criterio de nuestros entrevistados están contribuyendo directa o indirectamente a la promoción de la inclusión financiera:

- **Pagos y transferencias**

De acuerdo con el panorama fintech presentado en el capítulo IV, a la fecha existen 25 fintech brindando el servicio de pagos y transferencias en el Perú.

Dentro de este grupo, debemos destacar a Agente Cash, premiada en Lima Fintech Fórum 2017 como la fintech que más ha desarrollado la inclusión financiera en el Perú.

Agente Cash es una fintech que facilita el acceso a servicios financieros, en específico de recaudación, mediante una plataforma tecnológica que utiliza el sistema IVR (llamadas), SMS y Web (en lugares donde haya cobertura) y una red de agentes en zonas rurales donde el sistema financiero no tiene presencia.

A través de esta plataforma, que no requiere de internet para operar, los pobladores de las zonas rurales pueden realizar el pago *on line* de sus recibos de electricidad, evitando así largas horas de viaje para desplazarse a otros distritos.

En opinión de su Co Fundador y Director Comercial, Erick Rodríguez, las fintech constituyen una herramienta valiosa para promover la inclusión financiera en el Perú debido a que, a través del uso de la tecnología, permiten acercar los servicios financieros a aquellos que se encuentran excluidos o subatendidos por la banca tradicional. Asimismo, señala que Agente Cash fomenta la inclusión financiera brindando a sus usuarios un producto que se ajuste a sus necesidades y promoviendo la educación financiera en zonas rurales con el propósito de que sus pobladores sean más propensos a tomar servicios financieros como, por ejemplo, créditos. Al cierre de junio del presente año, Agente Cash tiene presencia en 7 regiones: Amazonas, Cajamarca, Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad y Ancash. En Amazonas y Cajamarca, tiene presencia en el 100% de los distritos, incluso en algunos centros poblados y caseríos. Asimismo, cuenta con más de 1000 agentes, procesan alrededor de 255 mil transacciones mensuales y registran 30 millones de recaudación mensual.

#### ▪ **Gestión de Finanzas Empresariales**

Al 2019, se han identificado 12 fintech en el Perú dedicadas a la gestión de finanzas empresariales, es decir, que facilitan el manejo de recursos, activos y pasivos de una empresa.

En opinión del Fundador y CEO de Mercania, Andrés Sánchez, la tecnología, y en específico las fintech, tienen el potencial para promover la inclusión financiera en el Perú. El entrevistado señaló que la gran masa de personas no bancarizadas quiere y necesita tener productos y servicios financieros, y que hoy en día, han encontrado soluciones imperfectas como, por ejemplo, ante la falta de facilidades crediticias, estas personas piden dinero prestado a los prestamistas, lo que representa una alternativa informal y muy onerosa.

Asimismo, precisó que las fintech son un valioso mecanismo para promover la inclusión financiera de las Mipymes. En el Perú hay 22 millones de Mipymes, que representan el 98% de las empresas en el Perú y de las cuales, el 80% se encuentra no bancarizado debido a la falta de información; los bancos no cuentan con data suficiente que les permita calcular el riesgo de dichas empresas. En ese sentido, modelos de negocio como Mercania (comercio colaborativo) permiten acercar los servicios y productos financieros a aquellos que se encontraban excluidos.

Mercania brinda una solución digital montada sobre una plataforma de comercio colaborativo que permita interconectar a los actores del ecosistema del comercio doméstico

(bancos, distribuidores y Mipymes que conforman el canal tradicional) ofreciéndoles dos soluciones: (i) una solución tecnológica, y (ii) una solución financiera a través de la canalización de líneas de crédito revolventes para la compra de mercadería.

Así, Mercania estructura la información comercial de las mipymes (5 referencias semanales de 20 años) que poseen los productores y distribuidores, y se la provee a los bancos para que estos puedan realizar el análisis de riesgos para el otorgamiento de líneas de crédito.

El especialista señala que con este modelo de negocio están rompiendo las causas que generan el círculo vicioso de la informalidad y, como consecuencia de ello, están apoyando a la formalización de la Mipymes, incluyéndolas financieramente. Asimismo, están promoviendo la educación financiera a través de los Amigos Mercania (cara física de Mercania), que son personas capacitadas tanto por los distribuidores como por las instituciones financieras para poder asesorar y acompañar a las Mipymes en este proceso.

Actualmente, Mercania viene trabajando con alrededor de 150 Mipymes, de las cuales el 90% se encontraba no bancarizado, y hoy todas ellas cuentan con líneas de crédito.

- **Financiamiento Participativo**

Otro de los segmentos que cuenta con un importante número de fintech en Perú es el de financiamiento participativo. Actualmente, se han identificado alrededor de 12 compañías; entre ellas, AgroInvesting, la única orientada al sector agrícola. Esta compañía, fundada en 2017, conecta a solicitantes de créditos que pertenecen al sector agrícola con inversionistas. Con ello dan la posibilidad a este nicho de la población, cuya gran parte se encuentra no bancarizada, de acceder a créditos mediante garantías hipotecarias. En la primera fase de la empresa, han colocado aproximadamente S/ 11.5 millones; la mayoría de solicitudes que han recibido provienen de Huánuco y otros lugares del interior del país cuya principal actividad es la agricultura.

En opinión de su representante, Alberto Falcón, su modelo de negocio está apoyando en gran medida a la inclusión financiera puesto que el actual proceso de evaluación crediticia de la banca tradicional no cuenta con una política adecuada para perfilar a las personas que pertenecen al sector agrícola; y, si bien algunas cajas han intentado atender este segmento, por el tamaño de mercado, no han podido cubrir toda la demanda. Precisa también que no se toma en cuenta la realidad de este sector cuyos flujos son distintos al de otros sectores del mercado; así, AgroInvesting ha realizado un amplio estudio y a pesar de que algunos bancos consideran al sector agrícola como de alto riesgo, para ellos no lo es, prueba de ello es que los tickets que

han administrado son de morosidad cero. Asimismo, en la evaluación que han realizado del sector, consideran que, si logran cubrir la demanda y lograr un gran impacto, se puede incrementar los índices de inclusión financiera de manera relevante.

- **Marketplace de préstamos**

En el Perú, a la fecha existen 7 marketplaces de préstamos. Las fintech que ofrecen este servicio conectan a las personas que desean solicitar un crédito con diferentes originadores (instituciones financieras) por medio de plataformas tecnológicas muy útiles en términos de diversificación.

En opinión del representante de Kontigo, al darle la posibilidad a más personas para que puedan ser evaluadas para el otorgamiento de un crédito se está apoyando a la inclusión financiera. De ese modo, colaboran con la captación de mayor clientela y también incluyen financieramente a personas que por desinformación o falta de tiempo no tenían el acceso a dichos servicios. En esa misma línea, el representante de Solven indica que no solo se está ayudando a las instituciones financieras con las que trabajan a crecer en volumen de créditos, sino que, también están brindando mayor acceso a créditos a personas que no estaban bancarizadas por medio de la integración de nueva tecnología. Respecto a Kontigo, reciben 35 mil visitantes al mes y a la fecha se han evaluado cerca de 50 mil solicitudes de créditos a través de su plataforma; mientras que Solven recibe alrededor de 30 mil visitas al mes y han generado aproximadamente 300 mil solicitudes de crédito.

- **Préstamos o *lending***

Al 2019, en el Perú se han identificado 11 fintech dentro del segmento de préstamos. Este segmento es uno de los predominantes luego del segmento de cambio de divisas y pagos y transferencias. La mayoría de estas fintech se centran en el sector de microcréditos ofreciendo oportunidades a más personas de poder acceder a créditos de manera más sencilla y rápida, evitando los trámites tradicionales que se realizan en el proceso de la banca tradicional. Sus principales clientes son personas entre 25 y 40 años que requieren préstamos personales o para su negocio, y la mayoría de solicitudes son realizadas por medio de sus smartphones.

Al tener como público objetivo el mismo que el de las microfinancieras, estas compañías están promoviendo la inclusión financiera en el país. Así, en opinión del CEO de Latin Fintech, este modelo de negocio está apoyando a la inclusión financiera puesto su base de clientes son poco o nada atendidos por los bancos; se trata de personas que se encuentran en un sistema financiero informal o que no pueden crecer debido a que consumen con sus propios recursos

por no poder acceder a financiamiento. Creada en el 2016 y ganadora del Open Talent 2017 (organizado por BBVA), como representante de Perú, Latin Fintech espera superar los 90 mil créditos en el 2019 y duplicar el crecimiento del año precedente. Actualmente ofrecen créditos por importes de S/500 hasta S/ 3000 siendo los bancos sus canales de desembolso y recaudación.

Finalmente, debemos señalar que, en opinión de los entrevistados, las fintech afrontan las barreras de costo y falta de confianza (principales razones por las que los adultos permanecen no bancarizados en el Perú) de la siguiente manera:

En relación al costo, los entrevistados señalaron que las fintech permiten abaratar costos al evitar que los clientes se desplacen e inviertan su tiempo y dinero. Asimismo, los especialistas resaltaron cómo las fintech combaten esta barrera según el tipo de servicios que presten. Así, en el caso de los marketplaces de préstamos, las fintech presentan a sus usuarios distintas propuestas de financiamiento, de las cuales, estos eligen, ya sea por afinidad o por precio, la que mejor se acomode a sus necesidades. De este modo, las fintech permiten que sus clientes puedan acceder a préstamos con mejores tasas de interés.

En el caso de las fintech del segmento de préstamos, los especialistas indican que combaten el costo al ofrecer tasas de interés que respondan al perfil crediticio del usuario; mientras que las fintech del segmento de cambio de divisas permiten que sus usuarios ahorren al ofrecer tipos de cambio más competitivos.

En relación a la confianza, los especialistas indicaron que las fintech han logrado ganar la confianza de sus usuarios a través de notas de prensa que muestran su labor y, sobre todo, a través un “boca a boca” sólido.

#### **d. Principales riesgos que afrontan las fintech en el Perú**

Los riesgos más citados por los entrevistados fueron el riesgo cibernético, el riesgo operacional, el riesgo legal, el riesgo reputacional y el riesgo regulatorio. Para mayor detalle, a continuación presentamos los resultados desagregados según el perfil de los entrevistados.

Los directores ejecutivos de fintech enfatizaron en el riesgo regulatorio, el riesgo operacional y el riesgo cibernético. En relación al riesgo regulatorio, señalaron que la promulgación de normas que no se ajusten a la realidad del mercado podría generar que se frene la innovación y se corte el mercado de golpe. Uno de los entrevistados citó el siguiente ejemplo: si la SBS emitiera una norma exigiendo a las casas de cambio la constitución de un fideicomiso para operar, este requisito podría frenar la innovación e incluso generar la salida

del mercado de varias compañías, por el alto costo que genera la constitución de un fideicomiso.

En relación al riesgo operacional, los especialistas indicaron que debido al gran impacto que puede tener este riesgo en el desarrollo de sus operaciones, se requiere de la implementación de estrategias que mitiguen este riesgo y vayan a la par con la innovación.

Respecto al riesgo cibernético, los entrevistados indicaron que por la actividad que desarrollan, las fintech cada vez recogen mayor información de sus usuarios, encontrándose expuestos a sufrir el robo de estos datos. Por lo que, se requiere de una base sólida en ciberseguridad que proteja los datos personales de sus usuarios.

Cabe precisar que los directores ejecutivos de fintech también citaron como riesgo el no poder escalar su modelo de negocio ya sea por no lograr la masa crítica, por no obtener financiamiento o por no tener una solución lo suficientemente buena que ataque un punto de dolor por la que alguien esté dispuesto a pagar.

Por su parte, los abogados financieros especializados en asesoría a fintech enfatizaron en el riesgo legal, al señalar que muchas de estas compañías no se han preocupado por conocer, entender y aplicar las normas que aplican a sus modelos de negocio. Los especialistas señalan que, si bien en el país no existe una regulación específica, si existe una regulación transversal como la de prevención de lavado de activos, protección al consumidor, protección de datos personales, normas tributarias, entre otras.

En ese sentido, los expertos indicaron que es el *compliance* juega un rol muy importante para el manejo de este riesgo puesto que el cumplimiento de las normas es lo único que les asegura [a las fintech] que crezcan de manera seria y puedan captar inversores.

Cabe señalar que los abogados también se refirieron al riesgo de lavado de activos. Señalaron que actualmente éste no es relevante puesto que el mercado fintech en el Perú aún es incipiente, pero que es un riesgo que no debe dejarse de lado.

Finalmente, el riesgo más citado por ambos grupos fue el riesgo reputacional. Los entrevistados indicaron que el mal manejo de los riesgos anteriormente señalados puede generar un riesgo reputacional. Asimismo, señalan que las fintech surgieron posterior a la crisis financiera del 2007 que ocasionó la desconfianza de los consumidores, por lo que lo peor que les podría suceder a las fintech es que pierdan la confianza de sus usuarios.

**e. Limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos en el Perú**

Tanto los abogados financieros especializados en asesoría a fintech como algunos directores ejecutivos de fintech coinciden en que uno de los principales límites que enfrenta este sector son los topes a las tasas de interés.

Como se ha mencionado en el punto anterior, las compañías que otorgan financiamiento conforman uno de los principales segmentos del mercado de fintech y son las que podrían apoyar más en la promoción de la inclusión financiera en el Perú; sin embargo, al no poder reflejar el riesgo crediticio de los usuarios en el precio del crédito, estos se ven restringidos a brindar préstamos solo al nivel del riesgo que esté por debajo del tope de la tasa. Ello, debido a que existe una diferencia en la regulación respecto a la libertad para fijar tasas de interés entre los sectores que se encuentran dentro del sistema financiero y los que se encuentran fuera de aquel (como el caso de las fintech), lo que genera un mercado informal, así como la exclusión de potenciales inversionistas.

Algunos entrevistados, consideran esta política como una ventaja competitiva injustificada para los bancos y que lo más óptimo sería que las fintech puedan competir con otras tasas de interés.

Otra limitación reportada es el desarrollo de la contratación digital o electrónica. En opinión de los abogados especialistas, esta debería ser más abierta; por ejemplo, en cuanto a la firma digital, herramienta que debe proporcionar agilidad y seguridad en las transacciones financieras, no se permite realizar ciertas transacciones *online* si no se cuenta con ella; sin embargo, esta debe ser generada por medio de certificados digitales emitidos por entidades altamente reguladas, lo que representa costos muy altos. Ello representa una barrera al querer canalizar nuevos productos como lo comenta el representante de Solven.

En esa misma línea, los expertos coinciden en que tampoco la regulación tributaria favorece a las fintech puesto que solo las operaciones de crédito realizadas por entidades supervisadas y reguladas por la SBS no se encuentran gravadas con el Impuesto General a las Ventas (IGV). Ello constituye una limitación más para el desarrollo de las fintech, por lo que, los especialistas señalan que en este aspecto también las reglas deberían ser iguales para ambos actores, sobre todo, si partimos del hecho de que es por la naturaleza de dicha operación financiera que, por política fiscal, no se grava y no por la entidad que presta dicho servicio.

Sobre este punto podemos concluir que la regulación puede resultar una barrera o limitación si no se desarrolla de manera adecuada.

**f. Oportunidades que ofrece el contexto actual para que las fintech puedan promover la inclusión financiera en el Perú**

Los entrevistados identificaron distintas oportunidades en el contexto actual para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera en el Perú. En esa línea, los expertos sostienen que una oportunidad se encuentra en las características de nuestro país, en donde el número de adultos no bancarizados alcanza el 57%, como señalamos en el capítulo III del presente trabajo de investigación. Por tanto, existe espacio para nuevos desarrollos que permitan atraer a las personas que se encuentran excluidas hacia los servicios financieros.

Asimismo, algunos representantes de fintech señalan que la Alianza del Pacífico es una oportunidad para ingresar a otros mercados de América Latina como México, Colombia o Chile. Por medio de dicha alianza se busca mejorar la economía de los países que la integran y para ello, se cuenta con grupos de trabajo con distintas agendas que, entre otros, incluyen temas de digitalización con el objeto de promover y mejorar el desarrollo de negocios de la economía digital, así como el impulso a la mypes.

Adicionalmente, los expertos señalaron como una oportunidad la creación de *sandboxes* regulatorios (cajas de arena) en el Perú. Un *sandbox* regulatorio es “un entorno de pruebas para nuevos modelos de negocio que aún no están protegidos por una regulación vigente, supervisados por las instituciones regulatorias” (BBVA, 2017, párr.3).

Los entrevistados sostienen que los *sandboxes* regulatorios son una oportunidad para impulsar el crecimiento de las fintech al crear un espacio de acompañamiento, así como para el desarrollo de marcos regulatorios para nuevos modelos de negocio al flexibilizar el cumplimiento de algunas normas para que no frenar la innovación, pero sin relajar la protección de los derechos de los consumidores.

Actualmente no existen *sandboxes* regulatorios en el Perú, pero los especialistas indican tener conocimiento que en el Proyecto de Ley que regula el financiamiento participativo financiero, presentado el 13 de mayo del 2019 al Congreso de la República, hay un punto referido a *sandboxes*.

Por otro lado, el *Open Banking* es otra oportunidad identificada por los expertos, quienes sostienen que es una alternativa que puede ayudar a abrir el mercado y, en consecuencia, generar competencia, pero que adoptarlo en el Perú supone retos legales que van desde la

regulación de responsabilidades respecto al manejo de la información de los clientes hasta cómo hacer para que el sistema funcione para ambos lados (entidades financiera y terceros proveedores).

Finalmente, los entrevistados identificaron como una oportunidad el apoyo que vienen recibiendo para su desarrollo por parte de algunas entidades del sector público, en especial del Ministerio de la Producción, y del sector privado a través de la formación, el *mentoring* y el financiamiento.

Sobre este punto podemos concluir que el entorno actual ofrece distintas oportunidades para que las fintech puedan promover la inclusión financiera en el país, pero se requiere del esfuerzo conjunto del sector público (instituciones regulatorias) y privado para aprovechar estas oportunidades y apoyar así el desarrollo del país a través del incremento de la inclusión financiera.

**g. Aspectos que deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera**

Los entrevistados coinciden en que las propias características de nuestro país constituyen una oportunidad para poder impulsar la inclusión financiera a través de las fintech debido a que existe un porcentaje significativo de personas con necesidad de acceder a servicios financieros y que se encuentran excluidos. Sin embargo, existen aspectos importantes que deben desarrollarse para poder lograrlo.

Uno de los aspectos señalados por los especialistas es que se pueda contar con un marco regulatorio que vaya de la mano con los proyectos de inclusión financiera, de tal manera que no resulte en una limitación que frene el desarrollo del sector. En general, los entrevistados mencionan que es importante identificar qué modelos de negocio requieren de una regulación específica, por un lado; y, por otro, que las normas sean uniformes para todos los actores (como en el caso de los beneficios tributarios para empresas del sistema financiero) y que se revise la política fiscal en pro de la inclusión financiera; con ello se mejorará la competitividad y el dinamismo en el mercado.

Otro de los puntos clave identificado por los especialistas que debe desarrollarse es el tema de infraestructura en telecomunicaciones ya que sin ella no se puede mejorar el acceso a la conectividad; es importante para que tanto personas del ámbito urbano como rural puedan gozar de los beneficios de la tecnología.

Las empresas de telefonía también juegan un rol trascendental puesto, si bien en una zona alejada puede no haber internet, si se mejora la calidad del servicio de las líneas móviles, se pueden realizar otras transacciones con mayor rapidez. Tal es el caso de Agente Cash, cuya plataforma no requiere de internet para poder operar sino principalmente de la línea móvil.

De lo expuesto, se puede concluir que no solo se requiere de la acción de la entidad pública sino también de la privada para poder lograr el impulso del sector y la inclusión financiera. Ejemplo de ello son países como Colombia, México y Brasil, los cuales lideran el crecimiento del sector en América Latina debido a la acción de sus gobiernos y entidades privadas.

Finalmente, algunos especialistas señalaron que, incluso si el gobierno repotenciara el tema de la infraestructura, otro aspecto relevante a tomar en cuenta es la educación financiera ya que, en la actualidad, no solo el sector rural tiene desconfianza de la banca tradicional sino también parte del sector urbano. Existe desconocimiento y es algo en lo que el gobierno o en su defecto, las entidades privadas deberían prestar mayor atención.

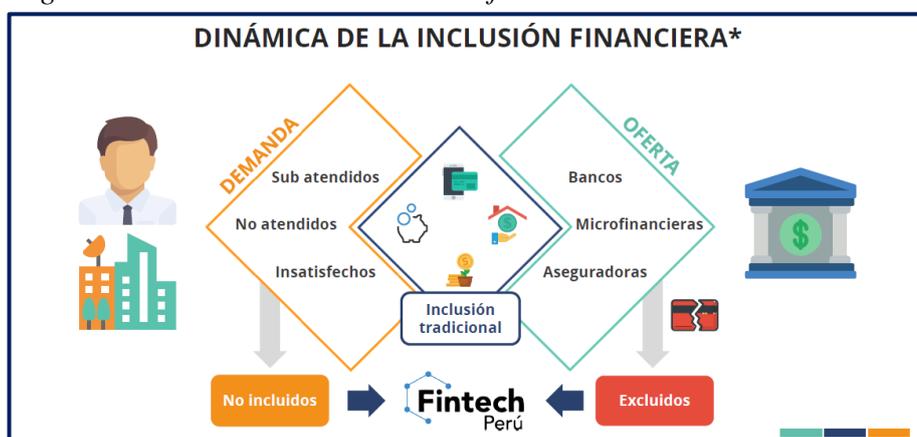
En este sexto capítulo se han presentado los resultados de las entrevistas realizadas a los expertos con el propósito de contar con una visión integral del tema materia de la presente investigación.

## CAPÍTULO VII. LAS FINTECH COMO HERRAMIENTA PARA PROMOVER LA INCLUSIÓN FINANCIERA

En este capítulo se describirá cómo la revolución fintech ha contribuido a mejorar la inclusión financiera a nivel internacional y se analizará cómo esta industria se constituye en una gran aliada para lograr la inclusión financiera en el Perú.

La dinámica de la inclusión financiera se puede describir de la siguiente manera: los agentes económicos tienen necesidades financieras específicas que la oferta busca atender con productos y servicios masivos. La intersección entre la oferta y la demanda determina los agentes que utilizan los servicios financieros formales debido a que encontraron productos y servicios que se ajustan a sus necesidades. (Zamalloa, 2017).

Figura 21. Dinámica de la inclusión financiera



Fuente: Zamalloa J. (2017). "Inclusión Financiera en Perú. Desarrollo bajo una perspectiva multidimensional"

Sin embargo, existen agentes económicos que, por distintos motivos como el uso indirecto de los servicios financieros, la falta de necesidad de los servicios o razones culturales y/o religiosos se autoexcluyen del sistema. Así también, existen agentes involuntariamente excluidos del sistema financiero ya sea porque no son sujetos de crédito por bajos ingresos o alto riesgo, por simple discriminación o por la falta de comprensión de las cláusulas contractuales. (Demirgüç-Kunt, Beck y Honohan, 2008).

De igual modo, existen agentes económicos insatisfechos, que no han logrado encontrar productos o servicios financieros idóneos a sus necesidades; y subatendidos, es decir, agentes incluidos en el sistema financiero formal pero que no son íntegramente satisfechos por la oferta existente.

De esta manera, los agentes económicos excluidos (voluntaria o involuntariamente), subatendidos e insatisfechos buscan una solución en sistemas paralelos, surgiendo la oferta que empieza a proveer servicios financieros innovadores y flexibles que buscan satisfacer las necesidades no cubiertas por el sistema financiero tradicional. (Zamalloa, 2017).

En esa línea, cabe señalar que la última década ha estado marcada por un rápido crecimiento de las nuevas tecnologías. Al respecto, el Banco Mundial (2014) señaló en su Informe sobre el desarrollo financiero global 2014: Inclusión Financiera, que las nuevas tecnologías son prometedoras para expandir la inclusión financiera puesto que permiten reducir los costos de transacción, los problemas de información y las barreras de acceso.

Dicho lo anterior, resulta conveniente referirnos al rol que están teniendo las fintech en la inclusión financiera. La experiencia muestra que estos modelos de negocio pueden hacer frente a dos de las barreras que han impedido la mejora en los niveles de inclusión financiera: (i) las limitaciones generadas por la falta de demanda ante la ausencia de productos y servicios financieros que respondan a las necesidades y aporten valor a los usuarios, y (ii) los bajos márgenes de utilidad que genera atender a segmentos excluidos a través del método tradicional frente a los altos costos en los que se incurre. (Banco Interamericano de Desarrollo. 2017).

La fintech se caracterizan por enfocarse en un producto o servicio financiero específico y por buscar satisfacer las necesidades de los usuarios, respondiendo a sus nuevas preferencias producto de la evolución tecnológica. Así también, las fintech se dirigen a segmentos específicos, lo que les permite poner al cliente y sus necesidades en el centro de su negocio con el propósito de resolver problemas concretos. En esa línea, este modelo de negocio permite afrontar los obstáculos descritos en el párrafo anterior al permitir desarrollar propuestas de valor y reducir los costos operacionales a través del uso de canales digitales.

Hay que mencionar además que las ventajas que ofrece la tecnología ha permitido que las fintech puedan disponer de mayores fuentes de información y diseñar *credit scoring* alternativos, lo que facilita que puedan acercar los servicios financieros a quienes se encuentran excluidos o subatendidos por la banca tradicional, promoviendo así la inclusión financiera.

Prosiguiendo con el análisis del tema materia de investigación, a continuación, expondremos cómo las fintech han contribuido a mejorar la inclusión financiera en otros países, con especial énfasis en América del Sur, para luego analizar cómo el sector fintech se constituye en un gran aliado para lograr la inclusión financiera en el Perú.

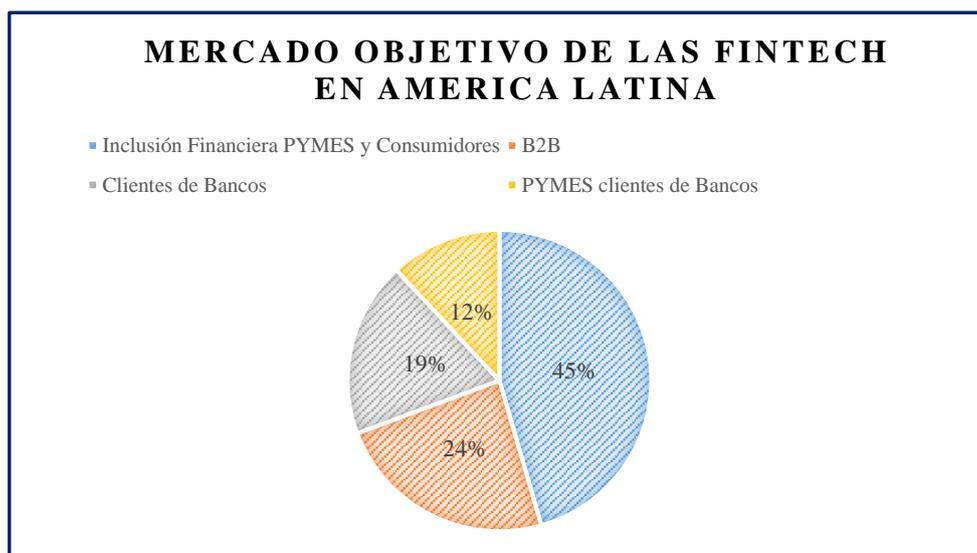
## 7.1. Las fintech como mecanismo de inclusión financiera a nivel internacional

Como se ha mencionado, las fintech pueden constituir un mecanismo importante para la promoción de la inclusión financiera y el progreso económico de un país ya que varias compañías del sector, como hemos visto, según su modelo de negocio, tienen como público objetivo a personas que se encuentran excluidas o sub bancarizadas; o están orientadas a las pequeñas y medianas empresas de distintos sectores que no cuentan aún con acceso a servicios financieros o cuyas necesidades no han podido ser cubiertas en su totalidad debido a la gran demanda que representa este sector en algunas regiones como América Latina.

Los motivos que originan un porcentaje relevante de personas o grupos excluidos son distintos como los elevados costos y altas tasas de interés – que varía según el país – la desconfianza de las personas en la banca tradicional, la falta de políticas internas que brinden confianza a los inversionistas, así como la infraestructura de telecomunicaciones; todo ello aunado a la falta de educación financiera que existe en esta región.

Según Finnovista (2018), en América Latina, el usuario excluido o subatendido representa el mayor segmento *target* para las fintech. Según el estudio realizado por esta entidad, el 45% de las compañías (del total identificadas) pertenecientes a este sector, consideran que su propuesta de valor está enfocada en segmentos excluidos del sistema financiero que comprende tanto a personas naturales como pequeñas y medianas empresas.

Figura 22. Mercado objetivo de las fintech en América Latina



Elaboración: Propia.  
Fuente: Finnovista.

Así, las fintech encuentran una gran oportunidad en estos nichos para poder facilitar su acceso a los servicios financieros aprovechando factores como la penetración de teléfonos móviles, específicamente de *smartphones*, en distintas regiones de América Latina. A continuación, ahondaremos un poco más en países de esta región con mercados similares al de Perú y luego se comparará con países de otras regiones de Asia y África.

Uno de los países con un mercado afín al de Perú es México, actualmente uno de los principales ecosistemas del sector fintech en América Latina. Si bien, su población es mayor, las características que presenta su entorno son similares. Además de los factores que moldean el sector fintech en este país y que han sido descritos en el capítulo III; ambos países tienen por lo menos un 50% de su población excluida del sistema financiero formal. (Finnovista, 2018). Al respecto, como se ha indicado anteriormente, el gobierno de dicho país, ha puesto rápidamente su foco de atención en las fintech al percibir las como una herramienta para la promoción de la inclusión financiera en México; así, durante el III Foro Internacional de Inclusión Financiera 2017, el ex presidente de dicho país, Enrique Peña Nieto, señaló que el país venía avanzando en inclusión financiera y como parte de su agenda de Estrategia de Educación Financiera impulsaría, entre otras, las empresas del sector fintech, lo que originó la promulgación de la Ley Fintech, que tiene como uno de sus principales pilares a la inclusión financiera.

Según el reporte de inclusión financiera 2018, publicada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México (CBNV), luego de la entrada de la Ley Fintech, se estima que haya una tasa de crecimiento promedio de 17% anual durante los próximos cinco años.

El segmento que predomina en este país, al igual que en el resto de la región, es el de pagos y remesas junto con el de préstamos, gestión de finanzas empresariales y *crowdfunding* impulsados por el nivel de exclusión y la alta penetración de móviles como se ha mencionado previamente. En el caso de *lending* o préstamos, la mayoría se ha enfocado en pymes, así como en personas con negocio que tenían dificultad para poder crecer debido a la imposibilidad de acceder a financiamientos por la vía tradicional.

Cabe destacar los casos de fintech como *Konfio*, plataforma que ofrece créditos en línea para pymes en México a través de una calificación de créditos alternativa. Asimismo, se debe precisar que este grupo económico – pymes – representa aproximadamente el 99% del total de unidades económicas de dicho país – igual que en Perú – y genera el 75% de empleos remunerados aportando alrededor del 50% del PBI en México. (CBNV, 2018). Sin embargo,

los motivos por los que no han podido despegar en los últimos años son la escasez de oferta crediticia, la lentitud de los procesos propios de las entidades financieras; así como las altas tasas de interés debido a que las instituciones financieras tradicionales no han creado un modelo o perfil adecuado para estas unidades de negocio.

Según el estudio realizado por esta fintech, en el 2018, las pymes consideraron como principal atributo al momento de elegir un préstamo el proceso rápido y sencillo (57.62%), así como tasas de interés accesibles (15.81%). (Forbes, 2018). Identificados dichos problemas, los fundadores de *Konfio* se propusieron dar una solución teniendo como principal aliado para ello a la tecnología. Para el CEO de dicha empresa, las herramientas tecnológicas hacen más fácil el proceso para que las pymes puedan acceder a financiamiento. Hoy en día, sus tasas de interés son más bajas que las que ofrece la banca tradicional y atienden aproximadamente a un millón de usuarios. Recientemente han realizado alianzas trascendentales con compañías como *Paypal* con el objeto de llegar a un segmento potencial de cinco millones de pymes, así como a personas naturales con actividad empresarial. (El economista, 2019).

Otro caso es *Vexi*, creada a mediados del 2018, una tarjeta de crédito – administrada totalmente desde una aplicación - cuyo público objetivo son los jóvenes no bancarizados o desatendidos por la banca tradicional. Así, para solicitar la tarjeta no se requiere de un historial crediticio; *Vexi* utiliza un *score* crediticio con variables no tradicionales integrando información proporcionada por la banca tradicional, data pública y otras, socioeconómicas o psicométricas, provenientes de redes sociales y otras fuentes. Respecto al importe de créditos, se les otorga montos pequeños al principio, los cuales luego pueden incrementarse según su comportamiento crediticio. *Vexi* ha logrado incluir a un 20% de nuevos usuarios al sistema financiero; con ello, también se está ayudando a la formación de un historial crediticio para estas personas, con lo cual en un futuro pueden acceder a otros tipos de financiamiento. (Finnovista, 2019),

*Kueski*, del sector *lending* y creada en el 2012, es un ejemplo del impulso al consumo de crédito vía smartphones. Esta fintech ha superado los 500 mil préstamos otorgados en México al 2018 por medio del uso de la inteligencia artificial y el *big data*. Su modelo de riesgos utiliza el *machine learning* con el objeto de predecir qué personas tienen mayor posibilidad de cumplir con el pago de un crédito e incluso el importe conveniente para evitar un sobre endeudamiento; así, se incluye a personas que antes no eran consideradas por la banca tradicional debido a su

falta de información o de historial crediticio. Esta fintech ha destacado también por alcanzar gran recaudación de inversionistas extranjeros desde sus inicios.

Otro sector en auge en México es el de *crowdfunding*, que ha puesto en contacto a inversores con emprendedores eliminando la brecha bancaria. Esta modalidad ofrece beneficios para la inclusión financiera al reducir los costos de transacción generando así una mayor competencia para los demás proveedores de servicios financieros. Para lograr mitigar los riesgos propios de este segmento y reducir la asimetría de información, se incorporó dentro de la Ley Fintech un capítulo dedicado al *crowdfunding* que; entre otros puntos, señala que estas compañías podrán operar solo con la autorización del CNBV y que deberán cumplir con ciertas obligaciones. Algunas de las compañías más importantes de este segmento son *Afluenta* – presente también en Argentina y Perú – *Kubo Financiero* y *Prestadero*. Durante el 2017, aproximadamente 8 mil empresas accedieron a financiamiento para sus proyectos vía esta modalidad reflejando una tasa de crecimiento de 280% en comparación con el 2015. (CBNV, 2018).

De lo expuesto, vemos que hay un incremento en el uso de servicios financieros no tradicionales en México gracias a los proveedores basados en la tecnología e innovación que están desplegando sus esfuerzos para ofrecer productos y servicios al mercado desatendido o sub bancarizado ayudando, de esa manera, al fomento de la inclusión financiera.

Otro mercado que registra mayores avances en la región es Colombia, como se describió en el capítulo III, es uno de los países con mayor atracción de capital en el sector fintech de América Latina y ocupa el primer lugar, según el reporte Microscopio Global 2018, en contar con un ambiente propicio para la inclusión financiera. Según Vodanovic Legal (2019), este país es uno de los que muestra mayor interés en las fintech en parte gracias al compromiso de sus autoridades para promover la inclusión financiera a través de las invocaciones tecnológicas.

Asimismo, según el Reporte de Inclusión Financiera 2018, presentado por la Superintendencia Financiera de dicho país (SFC), el consumidor se está digitalizando cada vez más. Así, durante el 2017, el 53% de usuarios dejó de ir a las sucursales del banco para realizar transacciones desde su *smartphone* o computadora.

La digitalización de productos y servicios financieros ha contribuido significativamente al aumento registrado en el indicador de inclusión financiera pasando de 80.1% en 2017 a 81.4% al cierre de 2018. Muestra de ello es que de los 6.334 millones de transacciones realizadas - que representaron una movilización de 7.183 billones de pesos colombianos - internet es el

canal que lidera la participación con casi el 50% del total de transacciones realizadas en número y 39% en monto superando por primera vez el de las oficinas tradicionales. Cabe resaltar también que los *millenials*, que representan en Colombia aproximadamente un 32% de la población de los adultos del país, ocupan el segundo lugar en cuanto a los indicadores de uso más altos de productos financieros (87.8%); mientras que los llamados *baby boomers* o generación X cuentan con el indicador de inclusión financiera más alto (89.1%). (SFC, 2018).

Por otro lado, el microcrédito es el tipo de crédito más usado en zonas rurales y dispersas constituyendo una de las principales herramientas para la inclusión financiera y cuyos principales proveedores vienen siendo, entre otros, las fintech. Al igual que en México, varias fintech están enfocadas en pymes; en Colombia, alrededor del 45% tiene como público objetivo a estas unidades económicas no bancarizadas y minoristas.

Una de estas fintech es *Gulungo*, una fintech cuyo objetivo es proporcionar soluciones a las pymes de Colombia. Cabe resaltar que las pymes en este país representan alrededor del 90% de las empresas y, según McKinsey, el 62% de dichas entidades no cuenta con acceso a financiamiento. A través de la plataforma de *Gulungo*, los usuarios pueden solicitar créditos 100% *online* ahorrando así tiempo y dinero puesto no hay necesidad de que el empresario acuda a alguna sucursal. Iniciaron operaciones en el 2018 y esperan llegar a los 600 préstamos por mes. Para otorgar un crédito, tienen ciertos requisitos basados en el nivel de facturación que tengan los solicitantes, así como que cuenten con reportes a la DIAN sobre sus obligaciones tributarias. (Asociación de Fintech Colombia, 2019).

Otra fintech que tiene como objetivo brindar acceso a servicios financieros a las personas con menores ingresos es *RapiCredit*, plataforma que ofrece créditos entre 110.000 y 750.000 pesos colombianos dependiendo siempre de la capacidad de pago de los usuarios. Cuentan con un algoritmo con información sociodemográfica, así como registros de experiencias de otros perfiles de clientes similares durante el proceso de otorgamiento del crédito. Esta fintech ayuda a que usuarios antes excluidos del sistema financiero puedan crear un historial creditico. Según esta compañía, se ha observado que el 36% de sus clientes, han solicitado algún crédito en la banca tradicional luego de haber sido clientes de *RapiCredit* generando así mayor inclusión financiera. (La República, 2019).

Por su parte el marco regulatorio vigente habilita ciertos modelos de negocio como el *crowdfunding*, neo bancos, *sedpes (e-money)*, entre otros; y promueve la colaboración a través de la inversión en fintech (descrito en el capítulo III). Cabe mencionar también, que este país,

a diferencia de Perú, cuenta con un Ministerio de Tecnología, dedicado exclusivamente a desarrollar y promover políticas en dicho sector.

De lo expuesto, vemos que existe en Colombia avances en la inclusión financiera promovidas por la innovación y la tecnología de las fintech. Ello lo ha posicionado como uno de los países líderes en este sector, así como entre los que cuentan con mejor entorno para el impulso de la inclusión financiera.

Otro país de la región que se ha subido a la ola de las fintech y que muestra un porcentaje importante de exclusión financiera es Argentina. En dicho país, aproximadamente, el 50% de población adulta no cuenta con una cuenta bancaria oficial. (Finnovista, 2018).

Los segmentos de fintech que predominan en este país son los mismos que los mencionados en México, Colombia y Perú. Asimismo, al igual que dichos países, la mayoría de fintech buscan brindar soluciones a población excluida o sub bancarizada, así como a pymes. Según, una encuesta realizada por Finnovista, más del 40% de las fintech entrevistadas en Argentina considera que sus servicios y productos están orientados principalmente a dicha parte de la población.

Asimismo, uno de los puntos que resaltan en Argentina es que la relación de crédito sobre PBI es muy baja. Aquel representa el 18% del PBI cuando el promedio del resto de países en la región es de 45%, lo cual representa una oportunidad para que se desarrolle más la industria de préstamos y en específico, el de las fintech. (El Cronista, 2019).

Por otro lado, si bien se trata de un país en donde el sector aún continúa desarrollándose, se debe destacar la calidad de compañías con gran innovación y tecnología que han surgido a través de los años como *Mercado Libre* (plataforma de comercio electrónico) fundada a finales de los 90 y presente en varios países de América Latina; y, que presenta además servicios como *Mercado Pago* y *Mercado Crédito* con el objeto de brindar soluciones innovadoras a los usuarios, adicionales al *ecommerce*. *Mercado Pago* procesó un volumen de dinero de 2,1 millones de dólares durante el cuarto trimestre del 2018. (Mercado Libre, 2019).

Asimismo, podemos mencionar a compañías destacadas en el sector de finanzas colaborativas como el caso de *Afluente*, que hoy en día opera en Perú y México y, próximamente, lo hará en otros países de la región como Uruguay, Chile, Colombia y Brasil. *Afluente* es la primera red de *crowdfunding* de América Latina y surgió para brindar mejores condiciones económicas a los usuarios que las que ofrece un banco.

Según su fundador se ofrece una mejor tasa y los préstamos son mucho más económicos. Señala también que, en general, los sistemas de tasas de interés en Argentina son como una esfera puesto los bancos cobran a sus clientes casi las mismas tasas - que por cierto son muy altas - por lo que dicho sistema no premia al buen pagador. Es por ello que esta fintech trata que la tasa sea más justa a las condiciones del perfil del cliente en dicho momento. Asimismo, la tecnología con la que cuentan les permite estudiar a los clientes de una manera distinta a la forma en la que lo hace un banco, incorporan un modelo de riesgo para evaluar la situación crediticia de una persona mirando su historial de pago, así como la forma en la que llevan sus finanzas personales. Esta compañía recibió inversión extranjera de la Corporación Financiera Internacional en el 2015 (institución que pertenece al Banco Mundial). (Afluente Holdings, 2019).

Es importante mencionar también algunas iniciativas que se han dado en el entorno argentino como la creación de la Cámara Fintech Argentina inaugurada en 2017 con el objeto de impulsar este sector, así como la inclusión y educación financiera del país. Asimismo, el Banco Central de la República Argentina (BCRA) en conjunto con el Ministerio de Desarrollo Social y el de Modernización vienen realizando encuentros de Innovación Financiera para promover la innovación financiera. Algunas de las empresas ganadoras de estos eventos han sido *Banca Digital SOS Móvil*, billetera móvil, que por medio de su plataforma capta a personas que no se encuentran en el sistema financiero para que puedan acceder a él por medio de distintas transacciones como transferencias de dinero, pago de facturas, recarga de celulares con tarjeta de crédito, entre otros. Esta compañía también fue ganadora de los Payments Awards edición 2014 como mejor servicio de inclusión financiera; y, *Mipim*, una aplicación para transferir dinero entre personas sin costo alguno y sin necesidad de internet. (BCRA, 2017).

Respecto a la regulación, según el reporte Microscopio Global 2018, Argentina se encuentra en una posición en la que sus autoridades han preferido observar primero cómo se desarrolla el sector de las fintech en su país antes de imponer regulaciones específicas.

Como se ha descrito, si bien las compañías fintech en Argentina se han ido desarrollando en un entorno caracterizado por las complicaciones de su convulsionado panorama político y económico como la tasa de inflación; es un ecosistema que cuenta con gran potencial y talento por los ejemplos que hemos expuesto. Consideramos que a medida que su entorno económico y político mejore también lo hará el desarrollo del sector.

Los países citados son algunos de los que presentan aún un porcentaje importante de exclusión financiera y, al mismo tiempo, lideran el desarrollo del ecosistema fintech de la región (si bien Brasil es el líder en América Latina, presenta un mayor porcentaje en titularidad de cuentas a comparación de los otros países). Vemos también que las nuevas herramientas tecnológicas están brindando mayor acceso a servicios financieros a los usuarios; por un lado, estos ahorran tiempo y dinero; y, por otro, las instituciones financieras que atienden a segmentos con menores ingresos también están siendo favorecidas por las fintech - como *marketplaces* - para llegar a cubrir dicha demanda a través de la digitalización. Asimismo, respecto a la regulación, como se describió en el capítulo VI, este puede resultar un riesgo, así como un elemento a desarrollar para impulsar el progreso de las fintech y con ello la inclusión financiera. Sin embargo, vemos que las entidades reguladoras en los países de la región no se encuentran del todo alineadas o avanzando al mismo ritmo. Si bien se han creado grupos de trabajo en algunos gobiernos, pocos son los que han dado marcos regulatorios específicos para estas compañías como el caso de México, cuya regulación es reciente y debe estar siendo complementada vía otras normas por otros organismos estatales; el Banco de México tiene hasta 2020 para emitir las normas secundarias; o el caso de Brasil y Colombia con enfoques estructurados como *sandboxes* para transacciones específicas. Claro está que se necesita un entorno regulatorio favorable, así como fortalecer las leyes de seguridad cibernética para proteger al consumidor. Se espera que a través de alianzas como la del Pacífico, que tiene como países miembros a México, Colombia, Chile y Perú, se pueda lograr una coordinación en temas de innovación tecnológica, regulación y creación de fuentes de financiamiento que impulsen el desarrollo de las pymes que son las unidades económicas más representativas de América Latina y con ello el ascenso en la inclusión financiera.

Estas situaciones y casos mencionados en países de Latinoamérica no son tan nuevos puesto compañías como *Alibaba* en Asia despegaron hace ya algunos años debido a que no podían utilizar los servicios financieros tradicionales creando así su propio servicio para atender a la población.

Como se ha descrito en capítulos anteriores, China es actualmente el líder global en innovación y adopción de tecnología fintech debido al liderazgo de empresas de tecnología, así como a la calidad de los nuevos productos ofrecidos a los usuarios. Existe una penetración del *ecommerce* aproximadamente de 1 trillón de dólares anuales en dicho país que representa más del 50% del mercado global. Ello junto con la disponibilidad de capital financiada, entre otros,

por el gobierno de Xi Yin Pi han contribuido a su liderazgo en el segmento incluyendo regulación favorable como subsidios a nivel tributario para *startups*. (Finnovista, 2018).

China tiene a ocho de los unicornios más grandes de todo el mundo y su valor representa el 70% del total. *Ant Financial* (de *Alibaba*), *Baidu* y *TenCent* tienen un gran valor en el mercado; surgieron teniendo como base a pilares como el internet, la tecnología y las telecomunicaciones; y tienen en común al UX (innovación en experiencia al cliente). Como describimos en el capítulo III, *WeChat* es la plataforma de mensajería de *TenCent* y tiene más de mil millones de usuarios por mes; en palabras de Miguel Herrera, fundador de *Quona Capital*, es como si *whatsapp*, *Paypal* y un banco se unieran para ofrecer servicios financieros a los usuarios. Por su parte, *Alipay* es la plataforma de pago de *Alibaba* enfocada en personas jóvenes y de bajos ingresos que vende más que *Amazon* e *ebay* juntos de manera anual. (Finnovista, 2018).

Como se señaló en el capítulo III, una de las diferencias entre los entornos de América Latina y China es que en este país la población se encontraba en su mayoría totalmente no bancarizada, por lo que el proceso de adopción y apertura a estos nuevos servicios y productos fue ocurriendo a pasos agigantados. Según la CAFI (*Chinese Academy of Financial Inclusion*), debido a la regulación flexible y al desarrollo de la infraestructura digital, la inclusión financiera digital en dicho país avanzó de manera muy rápida; así, según el Global Findex 2017, en China el porcentaje de adultos con una cuenta bancaria pasó del 58% en el 2011 a 77% en el 2014. Por ejemplo, Zhejiang, una ciudad ubicada al sudoeste de China, se encuentra hoy en día casi a la par de algunos países miembros de la OCDE en términos de penetración de cuentas, préstamos o créditos de instituciones financieras y uso de pagos a través de móviles. Asimismo, como se ha mencionado, la titularidad de cuentas es uno de los indicadores sobre el nivel de inclusión financiera; a través de una encuesta realizada, se determinó que el 91% de adultos en Zhejiang tenían una cuenta bancaria o una cuenta de pago móvil, ratio que supera el promedio nacional (China) determinado por el Global Findex (79%) y es casi paralelo al de los países miembros de la OCDE (94%). Dicho aumento en la penetración de cuentas provee una sólida base para el desarrollo económico en zonas rurales de China. (CAFI, 2018). Sin embargo, cabe resaltar también que debido a la gran población que tiene este país, junto con India, constituyen parte significativa del total de población no bancarizada a nivel mundial. (Banco Mundial, 2018).

Ahora, si bien ambos mercados, América Latina y China, son distintos, también existen aspectos en común que podemos mencionar como la existencia de una gran sub penetración bancaria - muy alta - para personas, consumidores finales y pymes. Asimismo, hay una penetración baja de tarjetas de crédito y débito, aunque existen bancos tradicionales bien posicionados. También, como ya hemos recalcado, existe una necesidad enorme para la inclusión financiera, lo cual representa una gran oportunidad de mercado aprovechando la penetración del internet y *smartphones* que existe en ambos lugares; por ejemplo, ambas regiones usan el *chat* dejando de lado a los mensajes de texto o *sms*.

Por otro lado, si bien América Latina es una región grande solo es la mitad de la población de China y si bien este país tiene diferencias regionales, tiene un marco regulatorio federal; mientras que, en América Latina, como se ha descrito en párrafos anteriores, se tiene diferentes coyunturas económicas, políticas y sociales. Adicional a ello, el *ecommerce* en América Latina aún no es muy alto por problemas de regulación, seguridad cibernética, entre otros; y, finalmente, en nuestra región no hay gigantes tecnológicos que generen un gran impacto a gran escala, pero probablemente se avencinen algunos incluso con la ayuda del país asiático.

En efecto, China puede estar más inclinado en invertir en América Latina que en otras regiones del mundo debido a las similitudes que hemos mencionado, sobre todo en México y Brasil por el tamaño de sus mercados. (Finnovista, 2018). Muestra de ello es la inversión realizada por *TenCent* en *Nubank* de Brasil en el 2018 con el objeto de ayudar a construir una plataforma de finanzas personales que brinde todos los servicios financieros.

En la actualidad, si bien marcas chinas como *Huawei* venden, principalmente, equipos móviles en la mayoría de países de América Latina, poco a poco vienen celebrando contratos de infraestructura con algunos países como México e impulsando también el talento e invitándolos a sus centros de innovación en Asia. (El economista, 2018). Además de ello, puesto que, como se ve en el panorama actual, Norteamérica le ha venido cerrando las puertas a estas marcas gigantes de China, América Latina se presenta como una oportunidad para que el gigante asiático pueda expandirse. Esa mayor interacción entre ambas regiones definitivamente puede dar el gran impulso al desarrollo de la innovación tecnológica y con ello a la inclusión financiera y la economía en general en América Latina.

Otra región que constituye un referente a nivel global sobre el incremento en la titularidad de cuentas a través de herramientas tecnológicas es África específicamente en Kenya. Dicho

país perteneciente a África Subsahariana mantiene el liderazgo mundial en el uso de dinero móvil (descrito en el capítulo III).

Se debe mencionar respecto al uso del móvil que, a diferencia de China, en Kenya los servicios financieros móviles son ofrecidos a través de operadores de telefonía o redes móviles y las cuentas de dinero móvil no necesitan estar asociadas con una cuenta de alguna institución financiera o banco. (Banco Mundial, 2018).

Cuando se lanzó la aplicación de *M-Pesa* - a través de *Safaricom* – en Kenya a mediados de la década del 2000, dirigió su mensaje principalmente al mercado de remesas. En ese entonces su slogan era *envía dinero a casa*, el cual resultó un éxito y la mayoría de personas empezó a usar dicho modelo (a través de sus teléfonos celulares); sin embargo, en otros lugares como Nigeria y Sudáfrica no tuvo tanto éxito puesto la mayoría prefería enviar dinero a través de cuentas bancarias. Adicional a ello, se podía pagar facturas, realizar recargas del móvil y disponer de dinero a través de la red de agencias que tenían en todo el país. (BBVA, 2015).

Un modelo para destacar y tomar como ejemplo es *M-Shwari*, nuevamente bajo el paraguas de la gigante *Safaricom* y el apoyo del *Commercial Bank of Africa (CBA)*, creó un modelo de *scoring* basado principalmente en *big data* que extraía información de teléfonos móviles asociados a cuentas de dinero móvil de *M-Pesa*.

Para que el usuario pudiera depositar o extraer dinero debía tener en primera instancia una cuenta de dinero móvil de *M-Pesa* y con ello el CBA emitía la cuenta *M-Shwari*. Ello también es un ejemplo de cómo la asociación entre un banco y la empresa de tecnología lograron incluir a más personas en Kenya. *Safaricom* aportó la cartera que ya tenía otorgando accesos e información sobre ella para que el banco pudiera evaluar y otorgar créditos a dichas personas. Se crearon *credit scoring* alternativos que utilizaban una gran cantidad de información analizados por medio de distintos modelos de data para evaluar de manera rápida la capacidad de pago de un solicitante. Con ello se pudo incluir financieramente a personas que estaban totalmente fuera del sistema financiero. Los clientes de esta herramienta la consideran beneficiosa porque pueden acceder a servicios financieros básicos de ahorro y crédito que, a diferencia de las convencionales, son más fáciles de usar y de acceder. Actualmente se usa para solventar las necesidades de consumo diario y obtener capital de trabajo. (Cook y McKay, 2015).

Como hemos visto, varios países de distintas regiones del mundo como América Latina, Asia y África cuentan con porcentajes relevantes de exclusión financiera; y, si bien los

mercados son distintos también presentan ciertas similitudes. Asimismo, aunque el desarrollo de la tecnología y en específico de las fintech, presentes ya en la mayoría de países, no avanzan al mismo ritmo por distintos factores del entorno que hemos comentado en estos capítulos, podemos afirmar que constituyen una herramienta importante para poder incluir a más personas al sistema financiero al tener como pilares principales la tecnología e innovación sobre los que buscan ofrecer una mejor experiencia a los usuarios con servicios y productos de calidad como viene sucediendo en algunos países de América Latina y como ha sucedido en algunos lugares de Asia y África.

## **7.2. Las fintech como mecanismo de inclusión financiera en el Perú**

Como se ha señalado en el capítulo III, la inclusión financiera es un reto pendiente en nuestro país, donde en el 2017 alrededor de 13 millones de adultos señaló no tener una cuenta en una institución financiera ni a través de un proveedor de dinero móvil, lo que representa el 57% de los adultos; donde existe una brecha de género en la titularidad de cuentas de 17 puntos porcentuales; donde tan solo el 8% de la población adulta informó haber ahorrado en una institución financiera, solo el 19% reportó haber tomado un préstamo de una institución financiera o haber utilizado una tarjeta de crédito y el 75% de los adultos indicó haber realizado el pago de recibos de servicios en efectivo. (Banco Mundial, 2018).

De acuerdo al informe Global Findex 2017 del Banco Mundial, las tres principales razones que motivan que los adultos se mantengan no bancarizados en el Perú son el costo, la falta de dinero suficiente y la desconfianza en el sistema financiero, con 59%, 47% y 38%, respectivamente.

A las barreras identificadas en el informe, debemos agregar la informalidad en la economía nacional, la misma que constituye un aspecto estructural que afecta diversas actividades económicas en nuestro país. Al respecto, la Cámara de Comercio de Lima informó que, en el 2018, el 75% de las unidades productivas que operaron en la economía peruana pertenece al sector informal, lo que significa que 7 millones 347 mil unidades productivas trabajan al margen de la ley. (Gestión, 2019). Por su parte, el Informe Técnico del Comportamiento de los indicadores del mercado laboral a nivel nacional elaborado por el INEI (2019) señala que en el año móvil abril 2018 a marzo 2019, la tasa de empleo informal total ascendió a 72.6%, es decir, casi 3 de cada 4 trabajadores de la PEA ocupada se desempeña en el sector informal.

Ahora bien, como indicáramos en la introducción del presente capítulo, el avance tecnológico está permitiendo que los excluidos o subatendidos por el sistema financiero

tradicional encuentren en las nuevas tecnologías alternativas que les permitan acceder a servicios financieros que satisfagan sus necesidades y les aporten valor, haciendo frente a las barreras de acceso descritas en los párrafos anteriores. Tal es el caso de las fintech que, a través de sus características y beneficios descritos en el capítulo II, se han convertido en una herramienta prometedora para elevar los índices de inclusión financiera en el país.

Antes de ingresar de lleno al tema central de la presente investigación, debemos indicar que, si bien la industria fintech en el Perú es un mercado incipiente a comparación de Brasil, México y Colombia, no podemos negar que este ecosistema está creciendo a un ritmo acelerado. Al 2019, se han identificado 124 fintech operando en el país, habiéndose más que duplicado en el último año y se estima que en lo que queda del año, ingresarían entre 30 y 50 nuevas fintech al mercado. Asimismo, según la Asociación de Fintech del Perú, entre el 2016 y el 2018, las fintech movieron alrededor de 335 millones de dólares, en el 2018 movieron alrededor de 250 millones de dólares y al cierre de junio del presente año, el dinero que movieron ascendió a 800 millones de dólares, es decir, el doble de lo acumulado al año anterior. (Gestión, 2019).

Con respecto al público que vienen atendiendo las fintech en nuestro país y su principal segmento target, la Asociación de Fintech del Perú sostiene que el 60% de sus clientes son personas naturales mientras que el otro 40% son empresas, y que el público al que se orientan es el conformado por personas y negocios excluidos o subatendidos por la banca. (Gestión, 2019). Este último dato se complementa con el estudio sobre el panorama de la industria fintech en el Perú realizado por Vodanovic Legal (2019), que sostiene que el 68% o, en otras palabras, más de dos terceras partes de las fintech encuestadas que operan en Perú, señalaron que apoyan la inclusión financiera con sus modelos de negocio, siguiendo la tendencia de las fintech en América Latina.

En esa línea, Vodanovic Legal señala que “las fintech, hoy en día, bancarizan al 10% de los peruanos que no tuvieron acercamientos con entidades bancarias hasta ahora”. (Más finanzas, 2018, párr.3). Por otro lado, Fintech Perú sostiene que, en el 2018, de los 40,000 usuarios que realizaron cambio de divisas de manera digital, el 3% no tenía una cuenta en el sistema financiero. Así también, Kambista, la primera casa de cambio digital en el Perú, afirma que, en el 2018, aproximadamente 50 millones de dólares, que antes se cambiaban de manera no bancarizada, ahora se cambian a través del sistema financiero, lo que supone mayor seguridad, formalización y prevención del lavado de activos y financiamiento del terrorismo.

Dicho esto, es preciso desarrollar cómo en nuestro país, las fintech están logrando acercar los servicios financieros a los segmentos excluidos o subatendidos por el sistema financiero tradicional, así como ofrecer productos y servicios financieros que respondan a las necesidades de los usuarios; en otras palabras, cómo las fintech están abordando las tres dimensiones de la inclusión financiera: acceso, uso y calidad.

El incremento en el acceso a la tecnología digital (acceso a la telefonía móvil e internet) desarrollado en el punto 3.5 de capítulo III, así como el desarrollo tecnológico (big data, inteligencia artificial, cloud computing, etc.) están permitiendo que las fintech puedan prestar servicios financieros a aquellos que se encuentran excluidos o subatendidos por la banca tradicional en nuestro país. Así, podemos citar como ejemplos, el servicio de pagos de recibos de servicios en zonas rurales a través de una plataforma tecnológica que utiliza el sistema IVR, SMS y Web (donde haya cobertura), el otorgamiento de créditos a personas sin historial crediticio a través del diseño de *credit scoring* alternativos, el otorgamiento de financiamiento a pequeños negocios a través de la compra y venta de facturas sin recurso, la canalización de líneas de crédito a pymes a través del diseño de *credit scoring* basados en la información comercial proporcionada por sus distribuidores, entre otros. Tal es el caso de Agente Cash, Lenddo, Apurata, Facturedo, Mercania, AgroInvesting, entre otros. Se pueden consultar otros ejemplos en el capítulo VI.

De igual modo, los avances en la tecnología digital y el desarrollo tecnológico favorecen la prestación de servicios financieros de calidad que respondan a las necesidades de los nuevos consumidores digitales. A modo de ejemplo podemos mencionar el cambio de divisas a un mejor tipo de cambio que el ofrecido por el banco, la canalización préstamos a personas naturales con aprobación en minutos y a menores tasas de interés, el financiamiento participativo con tasas atractivas para ambas partes (inversores y solicitantes) y procesos ágiles, la cotización de tasas de interés para créditos y ahorros, la cotización de pólizas de seguros, entre otros. Tal es el caso de Kambista, Rebaja Tus Cuentas, Solven, Afluenta, Comparabien, Seguro Simple, entre otros.

En línea con lo anterior, podemos sostener que la tecnología está permitiendo optimizar los servicios financieros en nuestro país, ofreciendo servicios de valor al cubrir necesidades que hoy no son atendidas por el sistema financiero tradicional, abaratar costos, reducir tiempos por transacción y mejorar la experiencia de usuario; así como brindar servicios accesibles para segmentos que no han logrado acceder a los servicios financieros tradicionales.

Por otro lado, como señalamos en el capítulo anterior, las fintech han captado del interés de las instituciones financieras, quienes no solo las consideran complementarios para mejorar sus procesos y digitalizar los servicios financieros, sino para poder acercarse a segmentos a los que no han tenido llegada, como es el caso de las mipymes, de las cuales el 80% se encuentra no bancarizado.

Hay que mencionar además que la industria fintech puede ayudar a mejorar la inclusión financiera de las mujeres, una tarea pendiente en el país. El informe “Fintech América Latina 2018, crecimiento y consolidación”, elaborado por el BID y Finnovista (2018) señala que nuestro país ocupa el quinto lugar - con un 45.2% - con una mayor proporción de fintech con al menos una mujer en el equipo fundador. Asimismo, el informe sostiene que las fintech en las que participan mujeres se centran en promover la inclusión financiera.

Es por lo anterior que podemos afirmar que las fintech son una herramienta para impulsar la inclusión financiera en el país. Sin embargo, a efectos de lograr el crecimiento sostenido y sólido de esta industria es necesario que las fintech aprendan a gestionar sus riesgos y cuiden el *compliance*.

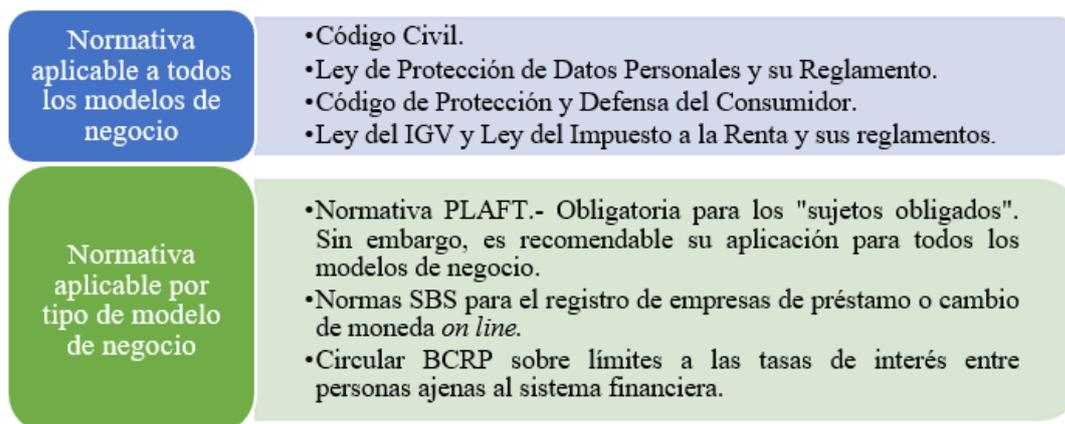
En el capítulo VI hemos desarrollado los riesgos a los que se enfrentan las fintech. En el presente capítulo nos centraremos en dos de los riesgos que consideramos más relevantes tomando en consideración la etapa de maduración en que se encuentra el mercado fintech peruano: el riesgo cibernético y el riesgo legal.

La tecnología es determinante para que las fintech puedan operar. En ese sentido, es necesario que implementen medidas de ciberseguridad dirigidas a proteger que la información digital que manejan no sea divulgada a sujetos no autorizados y a velar por la confidencialidad de la información digital de carácter personal de sus clientes, trabajadores y proveedores.

Por otro lado, cabe señalar que muchas veces los emprendedores se centran en sus ideas de negocio y su desarrollo, así como en captar financiamiento que les permita escalar su modelo dejando de lado los temas legales, cuyo incumplimiento puede generar que el proyecto no tenga viabilidad.

Como ya hemos señalado, en el Perú no existe regulación específica aplicable a las fintech; sin embargo, existen normas que aplican de manera transversal a todos los modelos de negocio; así como existen normas específicas por tipo de modelo de negocio.

Figura 23. Normativa aplicable a las fintech



Elaboración: Propia.

Fuente: Vodanovic Legal.

Dicho lo anterior, es necesario que las fintech se preocupen por entender y cumplir las normas que les son aplicables y en este escenario, el *compliance* constituye una herramienta valiosa para la prevención y gestión del riesgo de cumplimiento normativo.

En conclusión, debemos señalar que la correcta gestión de riesgos, además de favorecer el desarrollo sólido de la industria fintech y combatir la tasa de mortalidad de las fintech en el país de 19%, les permitirá sortear la barrera del financiamiento citada en el punto 3.3 de capítulo III y atraer a aceleradoras, incubadoras, inversionistas ángel e incluso, conforme madure el mercado, captar fondos de *venture capital*, caracterizado por tener un respaldo más sólido y por buscar un retorno rápido y seguro.

Ahora bien, a continuación expondremos los aspectos que deben desarrollarse en el país para que las fintech puedan brindar productos y servicios financieros que produzcan como efecto mejorar los índices de inclusión financiera en el Perú.

#### ▪ Acceso a la tecnológica digital

Si bien el incremento en el acceso a la tecnología digital (acceso a la telefonía móvil e internet) está permitiendo que las fintech puedan atender a los segmentos excluidos o subatendidos por el sector financiero tradicional, se requiere la expansión y mejora en la infraestructura de telecomunicaciones del país para que la inclusión financiera de millones de peruanos se convierta en una realidad y para que los segmentos excluidos puedan gozar de servicios financieros de calidad que respondan a sus necesidades.

Según el INEI, en el cuarto trimestre del 2018, el 56.6% de la población de 6 y más años de edad del país accedió a internet. El acceso se concentra en Lima Metropolitana con 77.7%. Por su parte, en el Resto Urbano (no incluye Lima Metropolitana) la población usuaria de internet alcanzó el 59.1% mientras que en el Área Rural la población usuaria es de apenas 19.7%. Para mayor información consultar el punto 3.5 de capítulo III.

En este contexto, se requiere del esfuerzo conjunto del sector público y privado para lograr la mejora de la infraestructura de telecomunicaciones. Una iniciativa del sector privado a destacar es “Internet para Todos” (IPT), un proyecto de Telefónica y Facebook de la mano del BID Invest y el CAF, que “busca incluir en el mundo digital, de cara al bicentenario, a los 6 millones de peruanos sin un adecuado acceso a internet móvil, que viven en más de 30 mil localidades rurales en el Perú.” (Telefónica, 2019, párr.1).

En el marco del proyecto se viene ejecutando un plan para expandir y mejorar la calidad de la cobertura de la red móvil, y ofrecer una conexión 4G de alta calidad.

Sin duda, este proyecto es prometedor no sólo para aumentar los índices de inclusión financiera sino para contribuir al progreso de las comunidades y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

#### ▪ **Marco Regulatorio**

En el país, a la fecha no existe regulación específica aplicable a las fintech. Sin embargo, resulta necesario un desarrollo normativo para aquellas actividades que por su nivel de desarrollo o sus riesgos implícitos requieran una normativa específica.

La regulación debe responder a un balance entre la preservación de la estabilidad del sistema financiero y protección de los usuarios, y la promoción de la competencia e innovación y la inclusión financiera.

Se requieren normas que respondan a la realidad del sector fintech y que proporcionen un grado de flexibilidad. De lo contrario, se podría afectar el mercado y la marcha de los negocios fintech, frenando así la innovación tecnológica que viene promoviendo la inclusión financiera en el país.

En este punto es preciso referirnos al Proyecto de Ley N° 4324/2018-PE (2018) que regula el Financiamiento Participativo Financiero y que en su exposición de motivos reconoce que este esquema de financiamiento constituye un mecanismo de inclusión financiera:

“(…) los esquemas de financiamiento a través de plataformas de financiamiento participativo tienen múltiples ventajas y son reconocidos como una alternativa eficiente, especialmente para las empresas de menor tamaño que comúnmente enfrentan restricciones para acceder a fuentes de crédito formal, constituyéndose así en un mecanismo de inclusión financiera. La canalización de financiamiento hacia este segmento empresarial, además de estar alineado a la política nacional de inclusión financiera, dinamiza la economía y genera mayores niveles de desarrollo y bienestar”. [El subrayado es nuestro].

El referido proyecto busca regular la actividad de financiamiento participativo financiero o “*crowdfunding* financiero”. Las modalidades de financiamiento comprendidas en el proyecto son (i) Financiamiento participativo a través de valores representativos de capital y/o de deuda; (ii) Financiamiento participativo a través de préstamos; y, (iii) otras que autorice la Ley.

El Proyecto de Ley (2018) establece que para operar como sociedad administradora de las plataformas se requiere de una autorización expedida por la SMV, así como de un capital mínimo que será determinado por la SMV en función a las operaciones y riesgos asociados a la actividad. Por otro lado, contempla disposiciones referidas a las obligaciones y prohibiciones de las sociedades administradoras, condiciones a las que está sujeto el financiamiento, la responsabilidad de informar, entre otras.

Por último, el proyecto establece la libertad para fijar tasas de interés, comisiones y gastos en las operaciones de financiamiento participativo financiero e introduce los *sandboxes* regulatorios.

Las fintech que ofrecen el servicio de *crowdfunding* así como las interesadas en ofrecerlo se mantendrán a la espera de que se reglamente la norma una vez que se emitida a efectos de generar predictibilidad a las empresas. Cabe señalar que si los requisitos de capital son muy elevados, el mercado podría frenarse. En tal sentido, es necesario que las normas complementarias que emita las SMV mantengan un criterio de flexibilidad y respondan al nivel de riesgo al que está expuesta la actividad que, como se ha indicado previamente, aún es incipiente. Si se consideran estos aspectos, la norma no solo permitirá promover la competencia en el mercado e impulsar su desarrollo, sino también generar mayor inclusión financiera en el país.

- ***Sandboxes regulatorios y open banking***

Los *sandboxes* regulatorios (a los que nos referimos en el capítulo VI) y el *open banking* (desarrollado en el capítulo IV) son mecanismos valiosos para promover el crecimiento de la inclusión financiera en el país a través de la innovación en espacios controlados de pruebas y la colaboración entre las entidades que brindan servicios financieros.

A la fecha, en el Perú no se ha implementado el *open banking* y tampoco se cuenta con una propuesta; sin embargo, su eventual adopción dado que constituye una tendencia regulatoria a nivel mundial, podría resultar muy provechosa para nuestro país si se afrontan los retos legales de manera eficaz.

Por su parte, como se ha mencionado en el punto anterior, el Proyecto de Ley que regula el Financiamiento Participativo Financiero, en su Cuarta Disposición Complementaria Modificatoria, introduce los *sandboxes* regulatorios al establecer que la SBS puede disponer en el ámbito de sus funciones de supervisión, la realización temporal de operaciones a través de modelos novedosos, pudiendo otorgar excepciones a la regulación que resulte aplicable. (Proyecto de Ley N° 4324/2018-PE, 2018).

De este modo, su implementación permitirá que las fintech cuenten con un espacio de pruebas dentro de un entorno seguro para promover la innovación y diseñar productos financieros que tengan potencial para mejorar la inclusión financiera de los segmentos hasta ahora excluidos o subatendidos por la banca tradicional.

#### ▪ **Impuesto General a las Ventas**

El literal r) del artículo 2 de la Ley del Impuesto General a las Ventas (1999) establece que los intereses derivados de los servicios de crédito percibidos por las entidades financieras constituyen operaciones no gravadas con el IGV, mientras que las mismas operaciones ofrecidas por las fintech sí se encuentran afectas al impuesto.

Esta situación constituye un obstáculo para el desarrollo del sector fintech, así como para la prestación de servicios financieros inclusivos. Es sabido que muchas de las fintech en el país se orientan a segmentos excluidos o subatendidos por la banca tradicional; así las fintech se han convertido en una alternativa atractiva para los agentes económicos que no tienen historial crediticio o que no son sujetos de crédito por bajos ingresos o alto riesgo.

Si bien al momento de la dación de la norma (Decreto Legislativo N° 965) la industria fintech era incipiente en el mundo y no existía en el Perú, la nueva configuración del mercado amerita la revisión, adecuación y modernización de la normativa tributaria a efectos de incorporar como operaciones no gravadas con el impuesto los intereses derivados de los créditos celebrados entre un deudor y un acreedor formal. Ello se sustenta en que la inafectación introducida en el 2006 y vigente a partir de enero de 2007, buscó promover el acceso al crédito en un contexto de bajos índices de inclusión financiera; y que el objetivo de la regulación es la actividad y sus riesgos, y no el agente que presta el servicio.

- **Topes a las tasas de interés**

En nuestro país, existe un tratamiento legal diferenciado para la fijación de las tasas de interés. Así, a pesar de tratarse de servicios financieros con riesgos similares, el Código Civil y la Circular N° 021-2007-BCRP establecen límites en las tasas de interés que cobran las fintech por los préstamos que otorgan, mientras que las empresas del sistema financiero tienen libertad para establecer sus tasas por el libre mercado.

De acuerdo a la Circular del BCRP (2007), la tasa máxima de interés convencional compensatorio en moneda nacional para operaciones entre personas ajenas al sistema financiero, como es el caso de las fintech, es equivalente a la tasa promedio del sistema financiero para créditos a la microempresa. Al 30 de julio, el tope asciende hasta un 45.69%.

Dicho esto, podemos sostener que los topes a las tasas de interés pueden significar una barrera de entrada para las fintech que otorgan financiamientos, limitando la oferta. Para que las fintech puedan acercar los servicios financieros a un mayor número de personas y empresas excluidas, se requiere que las tasas de interés que cobren reflejen sus costos operativos y el riesgo que asumen en la operación financiera. Conocemos que gran parte del segmento excluido no cuenta con historial crediticio o representa un alto riesgo, por lo que permitir que las fintech puedan fijar libremente sus tasas de interés, promoverá el otorgamiento de créditos enfocado en dicho segmento, apoyando así la inclusión financiera en el país.

Para concluir con este punto, debemos señalar que el Proyecto de Ley que regula el Financiamiento Participativo Financiero establece en su Segunda Disposición Complementaria Final la libertad para fijar tasas de interés, comisiones y gastos en las operaciones de financiamiento participativo financiero, lo que permitirá elevar las tasas de inclusión financiera y promover la competencia.

- **Educación digital**

Finalmente, y no menos importante, se encuentra la educación digital. La educación digital, además de una sólida infraestructura de telecomunicaciones, permitirá elevar los índices de acceso a internet móvil y, en consecuencia, permitirá que las fintech tengan un impacto significativo en la inclusión financiera del país. En esa línea, es fundamental que la población pueda manejar las herramientas digitales (teléfonos móviles e internet). Para tales efectos, se requiere de un conjunto de acciones educativas destinadas a capacitar a las personas en el uso de tales herramientas, sobre todo el sector rural, donde exista una gran brecha digital.

Como hemos visto, las fintech constituyen una herramienta para promover la inclusión financiera en Perú; sin embargo, para que tengan un mayor alcance es fundamental que se establezcan planes de trabajo con medidas concretas respecto a los aspectos desarrollados en los párrafos anteriores. Para ello, se requiere tanto de la acción del sector público como del sector privado; solo el trabajo conjunto permitirá que nuestro país pueda sacar el máximo provecho a la era digital.

En este séptimo capítulo se ha descrito cómo las fintech han contribuido a mejorar la inclusión financiera a nivel internacional, cómo lo vienen haciendo en Perú y que aspectos deben desarrollarse en el país para que su impacto en los índices de inclusión financiera sea cada vez más grande.

## CAPÍTULO VIII. CONCLUSIONES

- El Perú registra bajos índices de inclusión financiera, ubicándose en la zaga de América Latina. Según el último informe de Global Findex, en el 2017, el 57% de los adultos señaló no tener una cuenta en una institución financiera ni a través de un proveedor de dinero móvil, la mayoría de los adultos que informó haber ahorrado en los últimos 12 meses lo hizo “debajo del colchón”, solo el 19% reportó haber tomado un préstamo formal o haber utilizado una tarjeta de crédito y un elevado 75% informó haber realizado el pago de recibos de servicios en efectivo.
- En nuestro país, alrededor de 13 millones de adultos permanecen no bancarizados y las tres principales razones que sustentan este hecho son el costo, la falta de dinero suficiente y la desconfianza en el sistema financiero, con 59%, 47% y 38%, respectivamente. Adicionalmente a estas barreras, se debe considerar el alto grado de informalidad que existe en el país y que constituye un aspecto estructural que afecta diversas actividades económicas. Según el INEI, en el 2018, el 75% de las unidades productivas que operaron en la economía peruana pertenece al sector informal y, en el año móvil abril 2018 a marzo 2019, la tasa de empleo informal total ascendió a 72.6%. Consideramos que dicha situación se origina por los altos costos de mantener la actividad de un negocio dentro del ámbito de la legalidad o el nivel de rigidez de las normas, así como por la ausencia de una cultura tributaria en el país producto de la desconfianza de las personas en los organismos estatales y su manera poco eficiente de utilizar los recursos del estado para proveer bienes y servicios de calidad a la población como salud, educación, entre otros.
- En el marco de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF), emitida en el 2015, se han implementado distintas acciones destinadas a mejorar la inclusión financiera en el país, entre las que se encuentran el dinero electrónico y el factoring. Esta última iniciativa ha permitido la inclusión financiera de micro y pequeñas empresas peruanas, facilitándoles el acceso a liquidez financiera a menores tasas que las cobradas en un préstamo. Por el contrario, el dinero electrónico no ha logrado alcanzar el impacto esperado debido a la baja aceptación por parte de la población, al reducido número de establecimientos que aceptan este medio de pago y la carga regulatoria que soportan las Empresas Emisoras de Dinero Electrónico, distintas a las Empresas de Operaciones Múltiples.
- En el contexto actual de bajos índices de inclusión financiera, la tecnología resulta ser un facilitador para acercar los servicios financieros a los segmentos excluidos o subatendidos

por la banca tradicional por medio de la irrupción de nuevos modelos como son las compañías fintech. En esa línea, a través del análisis del panorama internacional de la industria fintech, se demostró que estas compañías han tenido un impacto positivo en la inclusión financiera en países de otras regiones como Asia y África. Así, en China, *WeChat* – una aplicación a través de la cual se pueden realizar pagos, incluso a las personas del comercio ambulatorio – ayudó a que el porcentaje de adultos con una cuenta bancaria se incrementó de 58% en el 2011 a 77% en el 2014; mientras que en Kenya, *M-Pesa* – servicio de transferencia de dinero a través de teléfonos celulares – y *M-Shwari* – producto de ahorro y crédito para los clientes de *M-Pesa*, que desarrolló un modelo de *credit scoring* alternativo – contribuyeron a que hacia el 2017, un 73% de adultos sea titular de una cuenta de dinero móvil, experimentando un incremento de 16 puntos porcentuales respecto al 2014.

Por su parte, en América Latina, si bien la industria se encuentra en crecimiento, se tienen grandes expectativas respecto al impacto de las fintech en los índices de inclusión financiera. Así, el 45% de las compañías fintech consideran que su propuesta de valor está enfocada en segmentos excluidos o subatendidos por el sistema financiero tradicional.

En México, *Vexi*, una tarjeta de crédito administrada desde una aplicación, cuyo público objetivo son los jóvenes no bancarizados o desatendidos por la banca tradicional, ha desarrollado un *score* crediticio con variables no tradicionales, logrando incluir a un 20% de nuevos usuarios al sistema financiero; mientras que, en Colombia, *RapiCredit*, una plataforma que ofrece créditos y realiza la evaluación a través de un algoritmo con información sociodemográfica, ha observado que el 36% de sus clientes han solicitado algún crédito en la banca tradicional luego de haber sido sus clientes.

- Como resultado del análisis documental, la revisión de las distintas bases de datos e informes, los casos expuestos y los resultados de las entrevistas realizadas a expertos, se concluye que si bien el sector fintech en el Perú es aún incipiente, estas compañías constituyen una herramienta para promover la inclusión financiera en el país, permitiendo acercar los servicios financieros a personas y empresas excluidos o subatendidos por el sistema financiero y brindando servicios financieros que respondan a las necesidades de sus usuarios. Así, el 68% de las fintech en el país tiene un enfoque de inclusión financiera y al 2018 han logrado bancarizar a un 10% de la población que no se encontraba incluida en el sistema financiero. Casos como Agente Cash, Agroinvesting y Mercania son muestra

de cómo algunas fintech están impulsando la inclusión financiera de las personas o empresas antes desatendidas por la banca tradicional a través de sus modelos de negocio.

- Sin perjuicio de lo señalado, se ha determinado que para que las fintech puedan alcanzar un mayor impacto en los índices de inclusión financiera se requiere desarrollar algunos elementos que moldean su entorno, tales como la expansión y mejora de la infraestructura de telecomunicaciones del país, la promoción de la educación digital, la revisión y actualización de la normativa tributaria, la eliminación de los topes a las tasas de interés para las fintech del sector préstamos y financiamiento participativo, así como el desarrollo normativo para las actividades que por su nivel de desarrollo o sus riesgos requieran una normativa específica. Todas estas tareas requieren el esfuerzo conjunto del gobierno y el sector privado.
- Por otro lado, se identificaron oportunidades que presenta el actual entorno en el Perú para la prestación de servicios financieros inclusivos, tales como la Alianza del Pacífico, de la cual somos parte y que brinda facilidades para el desarrollo de negocios en los países miembros e intercambios de experiencias en distintos temas, entre ellos, la economía digital e impulso de las pymes; y la implementación de *sandboxes* regulatorios, una de las novedades que el Proyecto de Ley N° 4324/2018-PE busca introducir en la legislación.
- Finalmente, la presente investigación mostró cómo la colaboración entre la banca tradicional y las fintech puede apoyar el desarrollo de la inclusión financiera en el país no solo a través de la ayuda para llegar a segmentos que se encuentran actualmente excluidos utilizando, por ejemplo, *credit scoring* alternativos, sino también por medio de la mejora en las experiencias de usuario y el diseño de productos innovadores que permitan ofrecer servicios financieros de calidad que se ajusten a las necesidades de los usuarios, por ejemplo, en el caso de los *millenials*, a través de la entrega de servicios financieros de una manera distinta a la prestada por la banca tradicional.

## CAPÍTULO IX. RECOMENDACIONES

- Diseñar un nuevo enfoque para el dinero electrónico en el país que permita crear un ecosistema de dinero móvil y la interoperabilidad de las plataformas; así como flexibilizar la carga regulatoria que soportan las Empresas Emisoras de Dinero Electrónico, distintas a las Empresas de Operaciones Múltiples. En específico, flexibilizar los requisitos referidos al capital social mínimo y la constitución de un fideicomiso por el cien por ciento (100%) del dinero electrónico emitido.

La implementación de estas medidas permitirá contar con un mayor número de Empresas Emisoras de Dinero Electrónico que puedan atender a los segmentos excluidos, así como atraer a nuevos usuarios y captar el interés de los distintos comercios, incrementando de este modo el número de afiliaciones y transacciones, así como los índices de inclusión financiera.

- Implementar *sandboxes* regulatorios en el país. Esta herramienta permitirá, por un lado, controlar los riesgos y velar por la protección de los consumidores; y por otro, proporcionar flexibilidad regulatoria, apoyar la innovación y contribuir con herramientas de inclusión financiera.

Para tales efectos, resulta necesario que los reguladores (SBS y SMV) trabajen una hoja de ruta que identifique (i) los potenciales participantes, por ejemplo, empresas supervisadas y no supervisadas; (ii) criterios de admisión; (iii) tiempo máximo de duración; y, (iv) herramientas de supervisión y control, incluyendo el grado de flexibilidad regulatoria.

- Evaluar la implementación del *Open Banking* en el país con el objeto de lograr la apertura del mercado y generar competencia, así como mejorar la experiencia de usuario y ofrecer servicios financieros que se ajusten a las necesidades de los usuarios que se encuentran actualmente excluidos del sistema financiero. Para ello, se requiere la expansión y mejora de la infraestructura de telecomunicaciones, así como el diseño de normas que regulen las responsabilidades respecto al manejo de la información de los clientes, velando por su integridad y seguridad.
- Revisar y actualizar el marco legal que regula los topes a las tasas de interés con el objetivo de dar el mismo tratamiento a las fintech del sector préstamos y financiamiento participativo que a las empresas del sistema financiero.

Si bien recientemente se han modificado los topes a las tasas de interés en operaciones entre personas ajenas al sistema financiero con el objeto de incrementar las operaciones en el mercado e impulsar el desarrollo del mercado de capitales, consideramos necesario evaluar la eliminación de los topes a las tasas de interés para las fintech. Ello permitirá que las tasas de interés que cobren las fintech reflejen el riesgo que asumen en la operación financiera, acercando los servicios financieros a un mayor número de personas y empresas hasta hoy excluidas a través del ingreso de nuevos actores al mercado.

Para tales efectos, se podría tomar como punto de partida la eliminación de los topes a las tasas de interés para las compañías fintech que otorguen préstamos con fondos propios y que se encuentren registradas en la SBS, de acuerdo a la Resolución SBS N° 6338-2012; así como para las fintech de financiamiento participativo autorizadas por la SMV, una vez sea aprobado por el Congreso de la República el Proyecto de Ley que regula el Financiamiento Participativo Financiero.

- Revisar y actualizar la norma tributaria que regula el Impuesto General a las Ventas a efectos de dar el mismo tratamiento a las operaciones de crédito que realizan las fintech que a las operaciones que otorgan las instituciones financieras que se encuentran reguladas y supervisadas por la SBS, inafectando del IGV a los intereses derivados de operaciones de crédito. De este modo, se tendría una regulación enfocada en la actividad y sus riesgos y no en el agente que presta el servicio.

## ANEXOS

### ANEXO I. Panorama de las fintech en Europa y Estados Unidos

Como parte del panorama fintech internacional, a continuación se describe el desarrollo de la industria fintech en Europa y Estados Unidos, lugares que acogen la mayor cantidad de empresas fintech.

#### Europa

Como se ha mencionado anteriormente, uno de los hechos que contribuyó al origen y desarrollo de las fintech fue la crisis financiera mundial, siendo los bancos señalados como uno de los principales causantes de ello. Es entonces cuando las entidades financieras (principalmente en Londres) se someten a una fuerte reestructuración, lo que sentaría las bases para que surja el mercado dinámico y diverso de las fintech.

Reino Unido es el país, junto con Estados Unidos, donde las fintech empezaron a desarrollarse con mayor rapidez y es conocido por su concepto de *Open Banking* – iniciado en el 2018 - por el cual el gobierno obliga a los bancos a compartir con terceros información de sus clientes siempre y cuando cuenten con su consentimiento. Ello surgió como parte de una reforma bancaria abierta con el fin de que las fintech se puedan complementar con los bancos. Sin embargo, en ese panorama, Sharma (2018) resalta que existen ciertos desafíos como la adjudicación de la responsabilidad ante una violación de datos o la creación de confianza en los consumidores respecto a este nuevo modelo comercial.

Por otro lado, la concesión de licencias bancarias por parte del gobierno británico ha impulsado la creación de los llamados Neobancos – descritos en el capítulo II – como instituciones financieras que ofrecen servicios exclusivamente digitales, tal es el caso de Atom Bank y Charter Savings Bank. (Indra, 2016).

Atom Bank es el primer banco exclusivamente tecnológico del Reino Unido (no cuenta con sucursales) y durante el 2018 se ubicó entre las diez mejores fintech del mundo.

Esta compañía inició operaciones en el 2016 ofreciendo solo dos productos orientados a pequeñas y medianas empresas. Al poco tiempo, el BBVA como parte de su estrategia digital aportó capital convirtiéndose así en su principal inversor en la actualidad. (Semple, 2017).

Si una persona quiere abrir una cuenta en Atom Bank solo debe descargarse la aplicación desde su teléfono móvil, completar sus datos personales, escoger el producto y pasar por un reconocimiento biométrico de alta seguridad; todo ello puede hacerlo en menos de diez minutos.

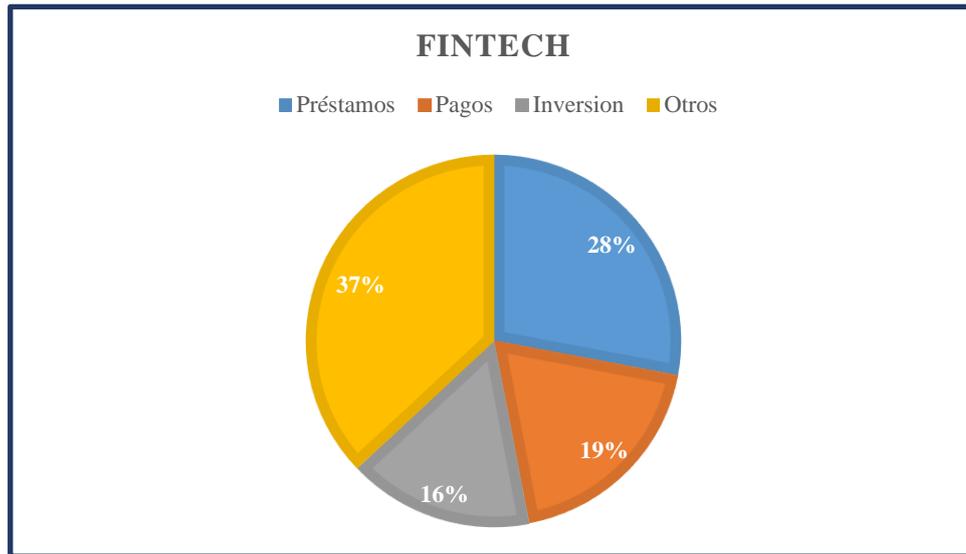
En el caso de España, Igual (2016) menciona que:

“Con el inicio de la crisis, en el año 2008, se inició una larga etapa de falta de liquidez en el sector bancario cuya principal consecuencia fue el cierre del crédito a los particulares y a las empresas. Esta situación se ha mantenido de forma muy intensa durante los años de recesión, y no es hasta el 2015 en que el crédito empieza a abrirse, aunque de forma muy limitada y para operaciones con muchas exigencias crediticias. Esta situación ha generado una percepción de cierre del crédito y de necesidad de buscar fuentes alternativas de financiamiento a la banca”. (p. 43).

Debido a la crisis y a las restricciones impuestas por el Banco Central Europeo, el gobierno español aprobó en el año 2015 la Ley de Fomento de Financiación Empresarial con el objeto de regular las plataformas de préstamos colectivos. (De Lestapis, 2017).

Según KPMG (2017) en su informe “*Fintech, innovación al servicio al cliente*”, en España existen más de 300 empresas fintech y ocupa el puesto número seis en número de empresas del sector. A continuación, se muestra la distribución de las fintech en dicho país:

Figura 24. Distribución de las fintech en España



Elaboración: Propia.

Fuente: KPMG.

Como se puede observar, en España las fintech con mayor participación son las dedicadas a ofrecer soluciones de financiación entre particulares, así como las orientadas a finanzas personales: *crowdlending* y *crowdfunding*. Respecto a esta última, en su modalidad de *equity crowdfunding*, la Asociación de Fintech e Insurtech (2018) presentó una estadística durante el evento “*Desafíos y retos del equity crowdfunding en España*” indicando que la inversión captada en las operaciones cerradas durante el 2017 superó los 19 millones de euros.

En dicho país, si bien hay un consenso en considerar que la mejor forma de generar beneficios para ambos, banca tradicional y fintech, es la colaboración, KPMG (2017) considera que el mayor reto para que continúen con su desarrollo es trabajar en una regulación que pueda ayudar a mantener el equilibrio entre ambos.

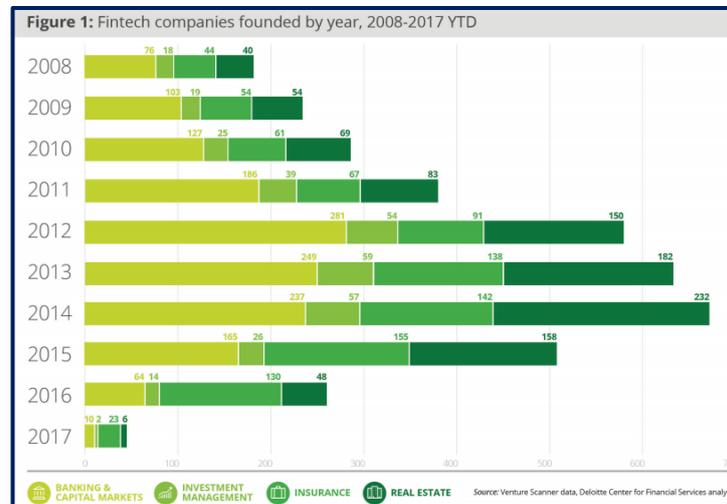
Finalmente, vemos que Europa con Reino Unido como líder, sirve como ejemplo cuando se quiere empezar a hablar sobre el sector fintech en el mundo. Si nos preguntamos qué posicionó a Londres desde el 2015 como la *hub de Fintech* más importante de su continente se deben mencionar varios factores tales como contar con un sector financiero sólido; es decir, instituciones financieras bien posicionadas; opciones de financiamiento alternativas, impuestos moderados y recuperación de los mismos a través de la promoción de la investigación y el desarrollo, leyes laborales más flexibles, facilidad en la creación de empresas, asesorías a pequeñas y medianas empresas en temas de regulación; y finalmente, el talento multidisciplinar no solo alusivo a banqueros con amplia experiencia sino también y principalmente a semilleros especializados en tecnología provenientes de algunas de las instituciones académicas más prestigiosas de Europa ubicadas en dicho país. (Chishti y Barberis, 2016, p.51). Ello ha servido de ejemplo para el desarrollo del sector en otros países de la región como Francia en donde las fintech se han convertido en un punto importante en la agenda del gobierno o Austria donde su estructura financiera y su tamaño de mercado brindan un panorama atractivo para el desarrollo del sector.

### Estados Unidos

Según un estudio realizado por Deloitte, Reino Unido y Estados Unidos son dos de los países con un entorno más amigable para la creación de fintech. (Deloitte, 2017).

Cabe resaltar que Estados Unidos fue uno de los pioneros en el desarrollo de este sector alcanzando un gran número de *startups* entre el 2012 y 2015 siendo, en la categoría de servicios financieros, el sector de *payments* el más importante en la creación de *startups* en los últimos años.

Figura 25. Fintech fundadas por año en Estados Unidos



Elaboración: Deloitte.

A pesar de que, en años recientes, el número de creación de *startups* ha disminuido, hay sectores que han tenido un desarrollo progresivo como es el caso de los seguros. Asimismo, la inversión de las empresas norteamericanas continúa siendo mayor al de otros países líderes como China en algunos sectores como el de *payments*.

Figura 26. Patrones de crecimiento geográfico



Elaboración: Deloitte.

En la figura anterior, podemos observar que en la categoría de *payments*, en Estados Unidos, unas 264 compañías recibieron un total de 7.71 billones de dólares de inversión desde 1998; mientras que en China, donde alrededor de unas 10 fintech en dicho sector se crearon, recibieron alrededor de 6.92 billones de dólares de inversión.

Uno de las primeras *startups* norteamericanas es Sofi, fundada en 2011 lanzando como producto oficial, los préstamos a bajas tasas de interés. Actualmente, su centro se encuentra en California, UTAH, y ofrece soporte a los usuarios los siete días de la semana.

El público objetivo de esta fintech son los *millennials* y empezó ofreciendo préstamos o refinanciamientos estudiantiles para luego ampliar su oferta a créditos hipotecarios y personales. Como en los demás casos de *startups*, se enfocó en dicho sector al ser un grupo desatendido por la banca tradicional; así, su proceso no incluía los métodos usuales de calificación crediticia.

Otra fintech, una de las más valuadas en el mercado norteamericano, es Stripe, creada también en el 2011. Esta empresa perteneciente al sector de *payments*, hoy en día tiene como principales clientes a Microsoft y Amazon; y, ha anunciado recientemente la ampliación de su portafolio de productos a tarjetas de crédito, así como la creación de una plataforma de pagos para empresas. (Kauflin, 2019).

Finalmente, al igual que en toda región, una de las barreras principales es la regulación. Estados Unidos, si bien cuenta con una sólida y, en consecuencia, en telecomunicaciones y el talento de profesionales especializados es claramente notable, el tema de regulación no termina aún por satisfacer este sector debido a que cada estado es jurídicamente soberano e independiente, lo que origina que se deba contar con licencias en cada uno de ellos para las compañías del sector.

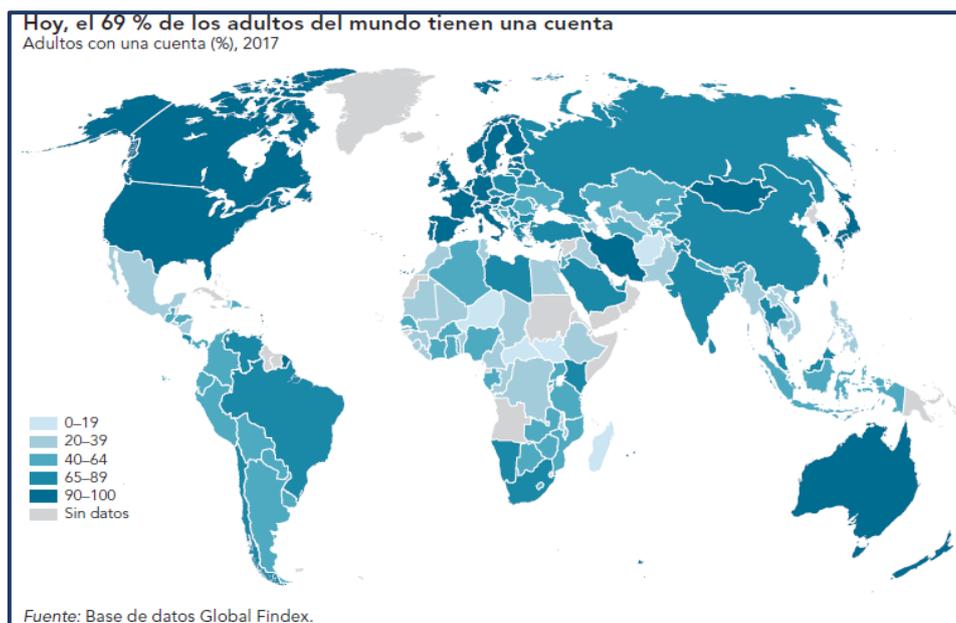
## ANEXO II. Panorama de la inclusión financiera a nivel internacional

En el capítulo III se desarrolló el panorama de la inclusión financiera a nivel internacional. A continuación, se muestran algunos gráficos para una mejor comprensión de la información proporcionada.

### Titularidad de cuentas

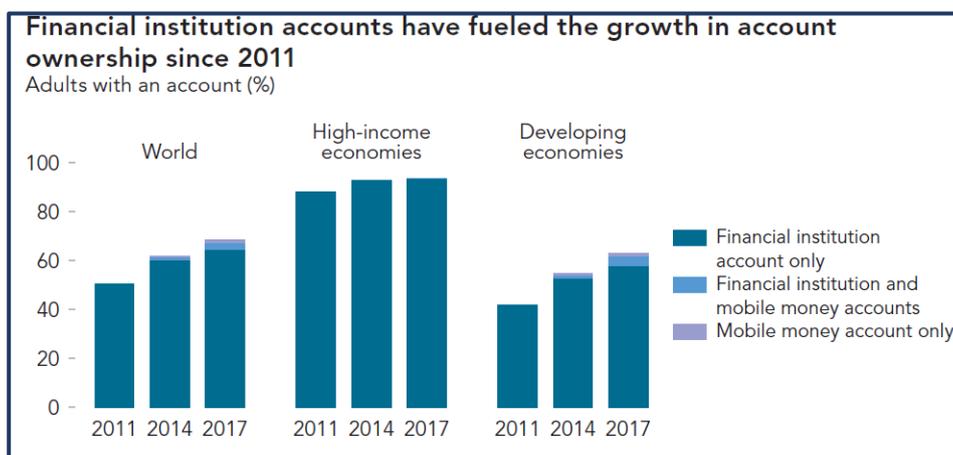
A nivel mundial los adultos que tienen una cuenta en una institución financiera o a través de un proveedor de dinero móvil suman el 69%.

Figura 27. Adultos con una cuenta a nivel mundial



Los adultos titulares de una cuenta en economías de altos ingresos representan el 94% mientras que, en economías en desarrollo, el 63%. La mayoría de los cuentahabientes tiene una cuenta en un banco u otro tipo de institución financiera formal y regulada

Figura 28. Adultos con una cuenta en economías de altos ingresos y en economías en desarrollo

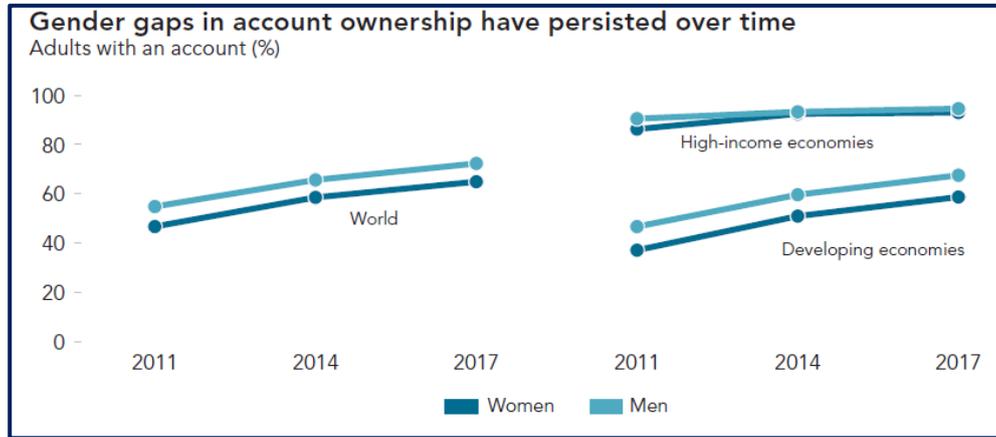


Fuente: Base de Datos Global Findex.

### Brecha de género en la titularidad de cuentas

A nivel mundial, se registra una brecha de género de 7 puntos porcentuales. La brecha es similar en las economías en desarrollo, con 8 puntos porcentuales, mientras que en las economías de altos ingresos no existe una brecha de género perceptible.

Figura 29. La brecha de género en la titularidad de cuentas a nivel mundial

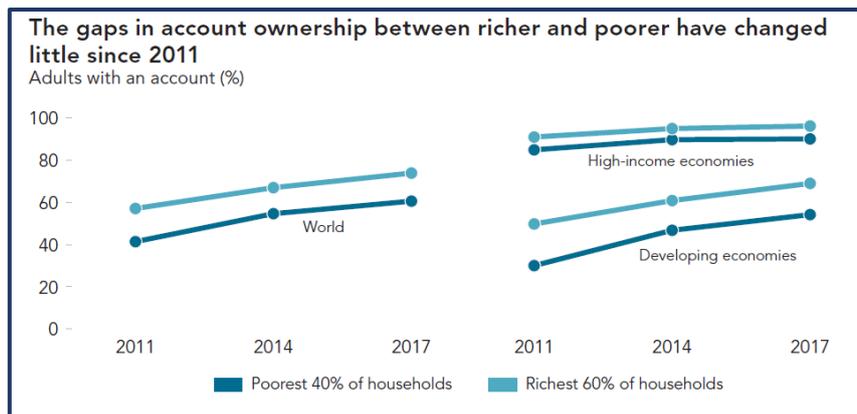


Fuente: Base de Datos Global Findex.

### Brecha en la titularidad de cuentas entre ricos y pobres

A nivel mundial, los adultos más pobres tienen menos probabilidades que los más ricos de tener una cuenta, registrándose una brecha de 13 puntos porcentuales. En las economías en desarrollo, la brecha se redujo ligeramente entre el 2011 y 2014, de 20 a 14 puntos porcentuales, y desde entonces no ha cambiado significativamente.

Figura 30. La brecha en la titularidad de cuentas entre ricos y pobres a nivel mundial

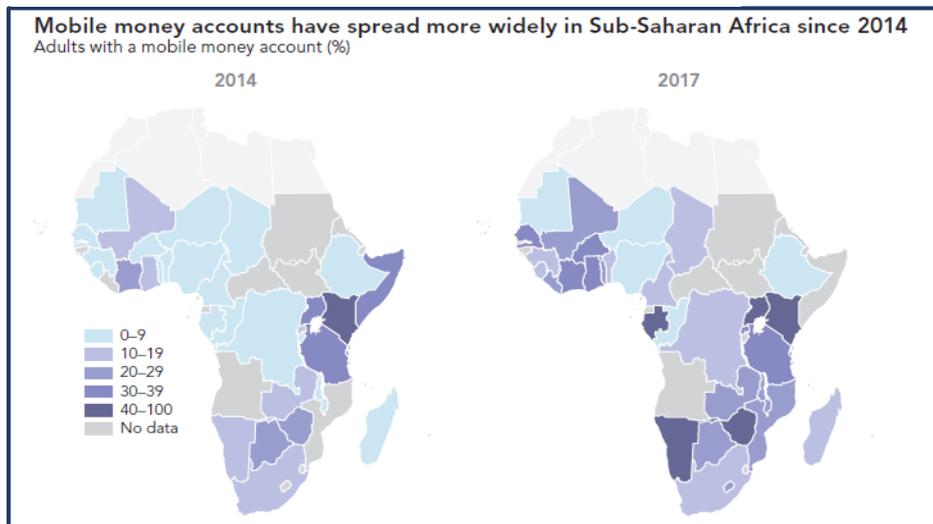


Fuente: Base de Datos Global Findex.

### Crecimiento del dinero móvil

A nivel mundial, solo el 4% de adultos tiene una cuenta de dinero móvil. Sin embargo, existen regiones en donde el porcentaje es mucho más alentador, tal es el caso de África Subsahariana, que mantiene el liderazgo mundial en el uso de dinero móvil: el 21% de los adultos en la región tiene una cuenta de dinero móvil.

Figura 31. Cuentas de dinero móvil a nivel mundial

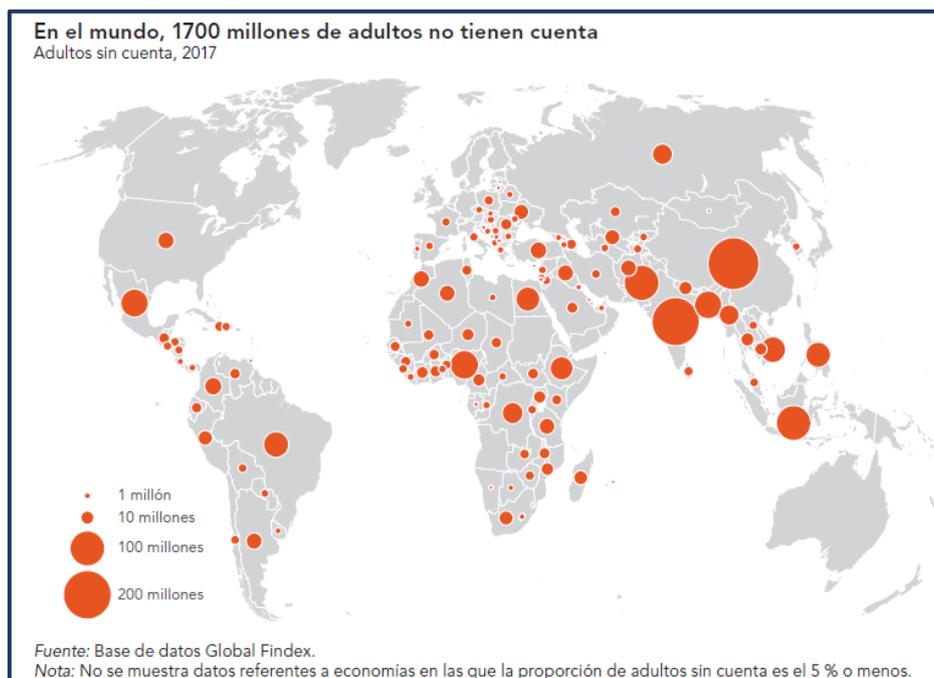


Fuente: Base de Datos Global Findex.

### Los No Bancarizados

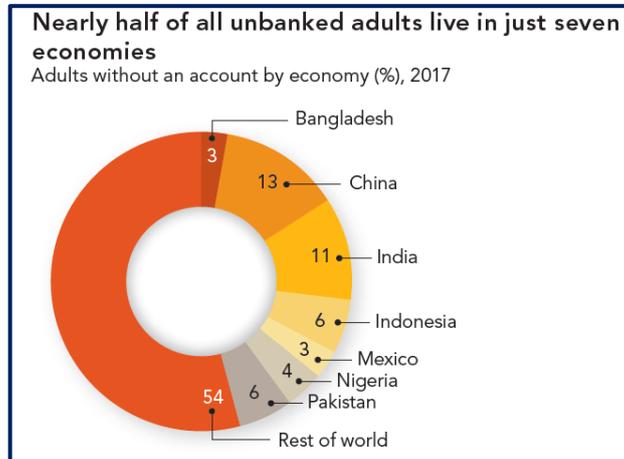
En el mundo, alrededor de 1700 millones de adultos permanecen no bancarizados, lo que representa el 31% de los adultos.

Figura 32. Adultos no bancarizados a nivel mundial



La titularidad de cuentas es casi universal en las economías de altos ingresos. Por lo que, prácticamente todos los adultos no bancarizados se ubican en economías en desarrollo. En específico, casi la mitad vive en solo siete economías en desarrollo.

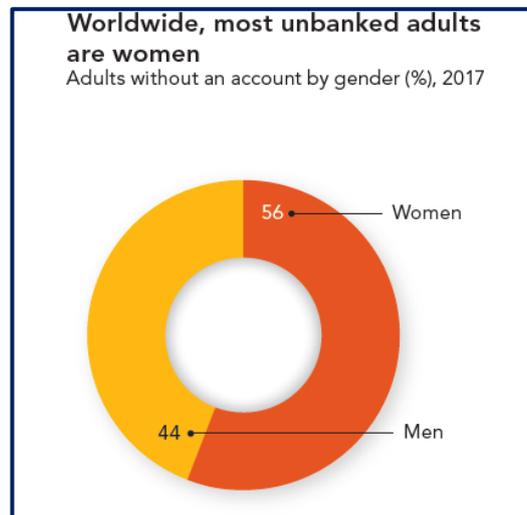
*Figura 33. Casi la mitad de los adultos no bancarizados viven en solo siete economías*



Fuente: Base de Datos Global Findex.

Del total de adultos no bancarizados en el mundo, las mujeres representan el 56%, es decir, alrededor de 980 millones de mujeres no tienen una cuenta.

*Figura 34. A nivel mundial, la mayoría de los adultos no bancarizados son mujeres.*



Fuente: Base de Datos Global Findex.

### **ANEXO III. Cuestionario para entrevistas**

#### **ANEXO III.1. Cuestionario para entrevista a fintech**

1. ¿Cuál fue el objetivo del lanzamiento de [nombre de la fintech]?, ¿qué servicios financieros ofrecen? y ¿cuál es su público objetivo?
2. En su opinión, ¿la tecnología tiene potencial para mejorar la inclusión financiera?
3. En específico, ¿considera que las fintech constituyen una herramienta para promover la inclusión financiera en el Perú?
4. ¿Cuáles considera que son los productos o servicios financieros ofrecidos por las fintech que tienen potencial para atraer a las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional?
5. ¿Su modelo de negocio está apoyando la inclusión financiera?, ¿cómo?
7. Según el informe Global Findex 2017, las principales barreras de la inclusión financiera en el Perú son el costo y la falta de confianza en el sistema financiero.  
Al respecto,
  - a. ¿Cómo [nombre de la fintech] está/ha combatiendo/combatido la barrera del costo?
  - b. ¿Qué medidas han adoptado para generar confianza entre sus usuarios?
8. ¿Cuáles considera son los riesgos que enfrentan las fintech y cómo deben gestionarse?
9. ¿Cuáles considera son las limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos?
10. ¿Cuáles considera son las oportunidades que ofrece el contexto actual para que las fintech puedan promover la inclusión financiera en el Perú?
11. ¿Cuáles son los aspectos que considera deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera?

### **ANEXO III.2. Cuestionario para entrevista a abogados financieros especializados en asesoría a compañías del sector fintech**

1. Desde su punto de vista, ¿las iniciativas dadas en el marco de la ENIF han contribuido al desarrollo de los servicios financieros inclusivos?
2. Desde su perspectiva, ¿considera que con el modelo actual de la banca tradicional se está logrando atender a segmentos excluidos o subatendidos?
3. En su opinión, ¿la tecnología promueve la inclusión financiera?, ¿Cómo puede fortalecer el uso de los servicios financieros (sobre todo a nivel rural y zonas alejadas)?
4. En específico, ¿considera que las fintech constituyen una herramienta para promover la Inclusión financiera en el Perú? ¿Cómo estaría ocurriendo ello?
5. “La inclusión financiera es el acceso y uso de los servicios financieros de calidad por parte de todos los segmentos de la población.” (CMIF, 2015, p.13). Al respecto, ¿considera que en nuestro país las fintech están brindando servicios financieros con valor?
6. ¿Cuáles considera son los riesgos que enfrentan las fintech y cómo deben gestionarse?
7. ¿Cuáles considera son las limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos?
8. ¿Cuáles considera son las oportunidades que ofrece el contexto actual para que las fintech puedan promover la inclusión financiera en el Perú?
9. ¿Cuáles son los aspectos que considera deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera?
10. Desde hace un tiempo, los bancos en nuestro país están observando a las fintech como aliadas e inclusive, vienen celebrando convenios de colaboración. Al respecto, ¿cuáles consideran son los aportes de las fintech a los bancos para atraer a las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional?
11. ¿Considera que el open banking o banca abierta ya implementado en Europa ofrece una oportunidad para promover la inclusión financiera en nuestro país?

### **ANEXO III.3. Cuestionario para entrevista a bancos**

1. Según el informe Global Findex 2017, en el Perú, el 57% de los adultos permanecen no bancarizados. Al respecto, ¿qué medidas han adoptado para promover la inclusión financiera?
2. Desde su perspectiva, ¿considera que con el modelo actual de la banca tradicional se está logrando atender a segmentos excluidos o subatendidos?
3. En su opinión, ¿la tecnología tiene potencial para promover la inclusión financiera?, ¿cómo puede fortalecer el acceso y uso de los servicios financieros (sobre todo a nivel rural y zonas alejadas)?
4. En su opinión, ¿cuáles son las ventajas de la “innovación abierta” en los servicios financieros y la banca?
5. Desde hace un tiempo, algunos bancos en nuestro país están observando a las fintech como aliadas e inclusive, vienen celebrando convenios de colaboración. Al respecto,
  - a. ¿Qué los ha llevado a conectarse con las fintech?
  - b. ¿Las fintech están ayudando a los bancos para atraer a las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional?
6. ¿Considera que el open banking o banca abierta ya implementado en Europa y Asia ofrece una oportunidad para promover la inclusión financiera en nuestro país?
7. ¿Cuáles son sus próximos proyectos apoyados en la tecnología para promover la inclusión financiera?

## ANEXO IV. Entrevistas

### ANEXO IV.1. Entrevistas a fintech

#### Entrevista N° 01

Fintech	:	Mercania
Entrevistado	:	Andrés Sánchez Fundador y CEO de Mercania
Fecha	:	11 de julio de 2019

#### 1. ¿Cuál fue el objetivo del lanzamiento de Mercania?, ¿qué servicios financieros ofrecen? y ¿cuál es su público objetivo?

Cuando Mercania llegó a Perú ya tenía 10 años de experiencia en Estados Unidos en el canal moderno. Al llegar y ver el potencial que tenía el canal tradicional, invertimos por dos años en estudios con el fin de conocer que pasaba en este canal y por qué pasaba. Así, como resultado de los estudios se determinó que:

- Los bancos no estaban atendiendo a las mipymes (en el Perú hay 22 millones de mipymes, que representan el 98% de las empresas en el Perú y de las cuales, el 80% se encuentra no bancarizado) debido a la falta de información; los bancos no cuentan con data suficiente que les permita calcular el riesgo de dichas empresas.
- Los productores y distribuidores tenían como principal cliente al canal tradicional; sin embargo, les vendían al doble del precio que al canal moderno debido a la desorganización, la ineficiencia logística, la existencia de muchos intermediarios, etc.
- Como los bancos no otorgaban financiamientos a las mipymes, los productores y distribuidores eran quienes lo hacían, teniendo que asumir (i) el riesgo comercial: si querían colocar sus productos tenían que prestarles, pero no tenían el bolsillo de un banco, (ii) el riesgo crediticio y (iii) el pago en efectivo de los préstamos.
- Así se determinó que los productores y distribuidores cuentan con información comercial valiosa de las mipymes (5 referencias semanales de 20 años) que permite a los bancos realizar el análisis de riesgos.

En ese sentido, el objetivo del lanzamiento de Mercania fue brindar una solución digital montada sobre una plataforma de comercio colaborativo que permita interconectar a todos los actores que forman parte del ecosistema de negocios de comercio doméstico (bancos, distribuidores y todas las mipymes que conforman el canal tradicional) ofreciéndoles dos soluciones: (i) una solución tecnológica, y (ii) una solución financiera, canalizando líneas de crédito revolventes para la compra de mercadería a las mipymes.

El servicio que ofrecemos es el comercio colaborativo y nuestro público objetivo son las mipymes, los productores y distribuidores y los bancos.



Fuente: Mercania.

**2. En su opinión, ¿la tecnología, y en específico las fintech, constituyen una herramienta para promover la inclusión financiera en el Perú?**

Sin la menor duda. La última milla que lleva hacia la inclusión financiera es la tecnología.

La gran masa de personas no bancarizada necesita inclusión financiera. Ellos quieren tener productos y servicios financieros a los que no tienen acceso; y hoy en día de alguna manera, sacan una solución imperfecta que es, ante la falta de facilidades crediticias, piden prestado a los prestamistas, lo que representa una alternativa informal y muy onerosa (10% o 20% al mes).

**3. ¿Cuáles considera que son los productos o servicios financieros ofrecidos por las fintech que tienen potencial para atraer a las personas o empresas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional?**

Realmente todos. Todos los servicios que les lleguen y les permita solucionar problemas operativos actuales, sirven.

Sin embargo, hay niveles de necesidades en las mipymes. La primera necesidad es ser visible y tener una línea de capital de trabajo (crédito). A partir de ahí viene todo lo demás: seguros, créditos personales, vehiculares, hipotecarios, etc.

En ese sentido, considero que, en orden de prioridad, los créditos son los productos financieros que tienen mayor potencial para promover la inclusión financiera en el país.

**4. ¿Su modelo de negocio está apoyando la inclusión financiera? De ser así, ¿cómo lo están haciendo?**

Sí. Con nuestro modelo de negocio estamos rompiendo la informalidad de las mipymes, las estamos subiendo al mundo formal, incluyéndolas financieramente.

Pensamos llegar a las zonas urbanas y rurales. En esta primera etapa, estamos en Lima urbana, luego pasaremos a provincia urbana, para finalmente llegar a las zonas rurales, para tales efectos, debemos tener la masa crítica que haga viable el atender la zona rural.

Adicionalmente, en Mercania buscamos que las mipymes salgan a la luz; y poder incluirlas financieramente es una gran oportunidad. Lo primero que estamos haciendo es rompiendo las causas que generan el círculo vicioso de la informalidad endémica y segundo, como consecuencia de ello, estamos sacando a la luz todo un mundo que es inmenso y que va a beneficiar a todos. Así, a los bancos les va a abrir un mercado que no pensaban, a los distribuidores les va a permitir incrementar sus ventas, ordenar sus cobranzas, etc., y a las mipymes les va a permitir crecer.

Finalmente, Mercania está promoviendo la educación financiera a través de los Amigos Mercania (cara física de Mercania), que son personas capacitadas por las instituciones financieras para poder explicar a las mipymes los servicios financieros que ofrecen los bancos.

**5. ¿Cuántos de sus usuarios mipymes se encontraban no bancarizados?**

El 90% se encontraba no bancarizado.

Actualmente estamos trabajando con alrededor de 150 mipymes, las cuales actualmente se encuentran bancarizadas y con líneas de crédito.

**6. Según el informe Global Findex 2017, las principales barreras de la inclusión financiera en el Perú son el costo y la falta de confianza en el sistema financiero. Al respecto,**

**a. ¿Cómo Mercania ha combatido la barrera del costo?**

El tema del costo tenemos que llevarlo a la realidad de las mipymes. Cuando se habla de costos en mipymes, nos referimos a tiempo y dinero, porque si nos referimos al costo en cuanto a tasa no habrá comparación debido a que estas empresas pagan mucha más tasa a sus prestamistas.

El costo viene en el tema que el sistema financiero formal los obliga a cerrar su negocio para tener que ir al banco porque ellos son todo su negocio; eso para ellos es inviable.

En ese sentido, el costo en tiempo y dinero se resuelve con hacer todo de manera electrónica.

**b. ¿Qué medidas han adoptado para generar confianza entre sus usuarios?**

Hemos logrado ganar la confianza de las mipymes a través del Amigo Mercania, personas capacitadas para poder acompañar a las mipymes en el proceso. Así, el mensaje es el mismo pero el mensajero cambia.

**7. ¿Cuáles considera son los riesgos que enfrentan las fintech y cómo deben gestionarse?**

El principal riesgo es no lograr la masa crítica que se necesita para poder escalar.

Las fintech desarrollan muy buenas soluciones porque hay gente talentosa y creatividad, pero como el ecosistema de la innovación en el Perú aún no está maduro, muchos de estos emprendimientos terminan muriendo de inanición porque no pudieron conseguir el financiamiento o los recursos o porque no lograr conseguir un sponsor comercial que les permita probar su aplicación en el mercado real.

**8. ¿Cuáles considera son las limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos?**

Las limitaciones inherentes a las fintech per se para poder llegar a un punto de maduración. Para que una fintech pueda llegar al mercado a ofrecer sus servicios ha tenido que pasar por las primeras etapas de levantamiento de fondos, sponsors comerciales, etc. que ya es un camino largo. En ese sentido, la principal limitación es la obtención de financiamiento.

Otra limitación es lograr la masa crítica. Hay fintech que se enfocaron demasiado en la herramienta más que en la solución; no pensaron o no vieron o no entendieron la idiosincrasia y la necesidad del mercado.

**9. ¿Cuáles considera son las oportunidades que ofrece el contexto actual para que las fintech puedan promover la inclusión financiera en el Perú?**

El mercado tiene mil necesidades, por lo que, cosa que se haga, cosa que tiene mercado.

Nosotros mismos nos hemos sorprendido. Cuando rompimos la primera barrera que era llegar a la mipyme y ganar su confianza, recién ahí la mipyme se abre y nos dice “quiero todo” y literalmente sucede. Actualmente, estamos colocando seguros (contrato robos, contra incendios, etc.) para estas empresas porque es lo primero que nos han dicho que necesitan.

Los seguros que venimos colocando son seguros diseñados especialmente para las mipymes; ello debido a que el mercado no es estándar y los seguros no aplican a todos por igual como erróneamente se piensa, menos si es un servicio, el nivel de vulnerabilidad o relación es uno a uno con la idiosincrasia de tu mercado.

Otra oportunidad es el avance tecnológico. En el caso de Mercania, tenemos identificadas 400 mil mipymes a nivel nacional, geolocalizadas, con su historial comercial y 50 atributos por cada una de ellas. Esta información continuamente se va incrementando, por lo que, cuando contemos con mayor información (big data) podremos aplicar la inteligencia artificial, lo que nos permitirá llegar a una mayor masa crítica que, como comentamos, se encuentra en su mayoría no bancarizada.

**10. ¿Cuáles son los aspectos que considera deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera?**

A nivel de marco regulatorio, el gobierno tiene que cambiar su imagen frente a las mipymes. En ese sentido, el gobierno tiene que lograr que la Sunat deje de ser vista como una organización persecutora que cierra las mipymes; en su lugar, debe ser vista como un aliado o un socio, y transmitir “yo gobierno soy tu socio, quiero que te vaya bien en tu negocio y te proveeré de lo que necesites para eso: seguridad, limpieza, servicios públicos”.

## Entrevista N° 02

Fintech	:	Agente Cash
Entrevistado	:	Erick Rodríguez Co Fundador y Director Comercial de Agente Cash
Fecha	:	03 de julio de 2019

### 1. ¿Cómo nació Agente Cash y cuál fue el objetivo de su creación?

Yo soy de Jaén (provincia de Cajamarca) y estudié Ingeniería Informática en la PUCP. Cuando acabé mi carrera, regresé a Cajamarca con el objetivo de desarrollar un negocio propio y me dediqué a las telecomunicaciones, llegando así a las zonas rurales, donde identifiqué la siguiente problemática respecto a la cobranza de los recibos de servicios de luz:

- Los pobladores de las zonas rurales no tenían donde pagar sus recibos de servicios de luz; para hacerlo debían desplazarse a otros distritos, invirtiendo tiempo (largas horas de viaje, 4 o 5 horas de viaje) y dinero. Los gastos de traslado eran más elevados que el importe del recibo.

Esta situación generaba una alta tasa de morosidad en el pago de los recibos de servicios.

- En las zonas rurales no hay cobertura de internet.
- En las zonas rurales no existe agentes corresponsales.

Frente a ello, desarrollamos una plataforma tecnológica propia que permita procesar el pago de los recibos en línea. Así, en el 2010 empezamos a tocar puertas y no fue hasta el 2014 que entramos en producción.

El objetivo de la creación de Agente Cash fue dar solución a la problemática identificada. En un principio, el objetivo se centraba en dar solución a la problemática de recaudación vista desde el enfoque de las empresas prestadoras de servicios eléctricos, pero más tarde, nos dimos cuenta que lo que estábamos solucionando era una problemática social.

### 2. ¿Qué servicios financieros ofrecen y cuál es su público objetivo?

Ofrecemos servicios de recaudación on line a través de una plataforma tecnológica propia y una red de agentes en lugares donde el sistema financiero tradicional no tiene presencia, es decir, el sector rural.

El servicio se puede prestar on line debido a que la plataforma utiliza el sistema IVR (llamadas), mensaje de texto e internet (en lugares donde haya cobertura).

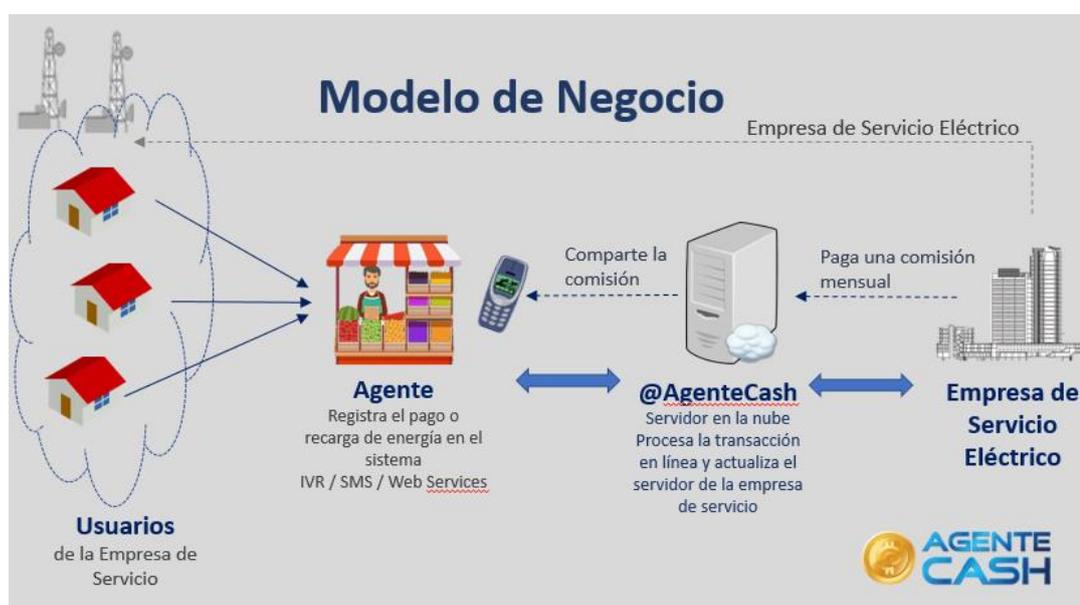
Nuestro público objetivo son los pobladores de las zonas rurales. En nuestro país, el 24% de la población es rural.

De igual modo, trabajamos de la mano con agentes (bodegas, boticas e incluso municipalidades), quienes registran el pago de los recibos o recargas de energía en nuestro sistema.

### 3. Tomando en cuenta los problemas de conectividad en zonas rurales, ¿cómo hicieron para llegar a zonas tan alejadas de Cajamarca, La Amazonía o Ancash donde incluso algunas entidades bancarias no tienen cobertura? Vemos en su página web que tienen alianzas con *Electro Oriente, ENSA, Hidrandina y Enosa*.

A través de la creación de una plataforma tecnológica propia IVR – SMS – Web (con bajos costos operativos) que permite procesar el pago de los recibos en línea. Esta plataforma no requiere de conexión a internet para operar. Asimismo, se celebraron convenios con una red de agentes (bodegas, boticas, etc.), quienes registran el pago de los recibos o recargas de energía en el sistema.

Nuestro modelo de negocio es el siguiente:



\* El sistema es prepagado (agente).

Cabe precisar que con este modelo de negocio se logra realizar una recaudación eficiente sin costo adicional para los pobladores y, en consecuencia, reducir la morosidad (la morosidad de más 40% se ha reducido a menos del 20%).

**4. En su opinión, ¿la tecnología tiene potencial para mejorar la inclusión financiera?**

Definitivamente sí. Por ejemplo, en nuestro caso, incluso sin internet, gracias a la tecnología estamos logrando llegar a los pobladores de las zonas rurales.

**5. En específico, ¿considera que las fintech constituyen una herramienta para promover la inclusión financiera en el Perú?**

Si, nosotros somos un claro ejemplo.

Adicionalmente, a partir del trabajo que venimos realizando, el tema se puede explotar aún más. Si seguimos así, en un periodo de 5 años, ya podría entrar BIM a las zonas rurales.

**6. ¿Su modelo de negocio está apoyando la inclusión financiera? De ser así, ¿cómo lo están haciendo?**

Previamente debemos indicar que en las zonas rurales se presenta la siguiente problemática:

- Existe una brecha tecnológica. La tecnología recién está ingresando a las zonas rurales, con lo cual, las personas no saben manejarla.
- Idiosincrasia respecto al manejo de efectivo: las personas en las zonas rurales solo usan efectivo y no consideran al banco como un mecanismo para depositar su dinero.
- Las personas en las zonas rurales no confían en los bancos.

En ese sentido, con nuestro modelo de negocio estamos apoyando la inclusión financiera a través de la prestación de servicios de recaudación en las zonas rurales, combatiendo la problemática antes descrita y brindando a los usuarios un producto que se ajuste a sus necesidades.

De igual modo, estamos educando a las personas de la zona rural para que sean más propensas a tomar servicios financieros.

Al respecto, venimos trabajando en una alianza con una empresa de venta de electrodomésticos al crédito, con la finalidad de canalizar créditos a través de nuestros agentes. Nuestros agentes serían un medio de referencia para la evaluación del otorgamiento de los créditos.

Así también, nuestros agentes que son sujetos de crédito, pero aún no cuentan con uno, podrían acceder a financiamientos.

Finalmente, debemos señalar que nuestra fintech ha sido premiada en Lima Fintech Forum 2017 como la fintech que más ha desarrollado la inclusión financiera en el Perú.

**7. ¿Cuánta penetración tienen a la fecha en el sector rural?, ¿cuántos agentes tienen y cuánto dinero mueven?**

Al cierre de junio, tenemos presencia en 7 regiones: Amazonas, Cajamarca, Tumbes, Piura, Lambayeque, La Libertad y Ancash. En Amazonas y Cajamarca, tenemos presencia en el 100% de los distritos, incluso en algunos centros poblados y caseríos.

Asimismo, contamos con más de 1000 agentes, procesamos 255 mil transacciones mensuales y registramos 30 millones de recaudación mensual.

Finalmente, en junio, hemos facturado casi 300 mil soles.

**8. ¿Cuál es su proyección hacia el futuro?**

- A corto plazo, asociar el número de suministro con el número de celular del usuario final para implementar el envío de los recibos de servicios por SMS, lo cual ayudaría no solo a combatir la morosidad, sino también a acercarnos a los usuarios para ofrecerles otros servicios.
- Realizar alianzas estratégicas. Al respecto, actualmente estamos trabajando en asociarnos con empresas (como Marcimex – venta de electrodomésticos) con el objeto de canalizar créditos a través de nuestros agentes. Es decir, nuestros agentes serían un medio de referencia para la evaluación del otorgamiento de los créditos.
- Finalmente, nuestra proyección no es llegar a todo el país con un solo servicio (recaudación), sino añadir servicios en las zonas en donde ya tenemos presencia, como, por ejemplo, canalización de préstamos, envío de dinero de distrito a distrito.

**9. Según el informe Global Findex 2017, las principales barreras de la inclusión financiera en el Perú son el costo y la falta de confianza en el sistema financiero. Al respecto,**

**a. ¿Cómo las fintech están combatiendo la barrera del costo?**

Las fintech están combatiendo el costo con la tecnología, lo cual implica un menor costo para el usuario final.

En nuestro caso, con la tecnología IVR (llamada) hemos logrado sortear esta barrera. El sistema no demanda mayores gastos.

**b. ¿Qué medidas han adoptado las fintech para generar confianza entre sus usuarios?**

En nuestro caso, la confianza se desarrolla en el trayecto de la relación comercial con la prestación del servicio.

**10. ¿Cuáles considera son los riesgos que enfrentan las fintech y cómo deben gestionarse?**

Las fintech enfrentan los mismos riesgos que las empresas financieras.

En nuestro caso, enfrentamos el riesgo tecnológico y el operacional. Sin embargo, tenemos nuestro sistema en Amazon, lo que permite una correcta gestión del riesgo.

**11. ¿Cuáles considera son las limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos?**

La principal limitación para ofrecer servicios financieros inclusivos es el bajo nivel de educación financiera en el país. Los pobladores y las empresas de las zonas rurales les tienen terror a los bancos; en su idiosincrasia, los bancos les quitan sus casas a sus clientes. Es decir, los niveles de confianza son casi nulos.

Otra de las limitaciones es que en nuestro país todo está centralizado en Lima. Así, las posibilidades de que las fintech que operan en provincia obtengan financiamiento para mejorar su modelo de negocio son muy bajas.

**12. ¿Cuáles considera son las oportunidades que ofrece el contexto actual para que las fintech puedan promover la inclusión financiera en el Perú?**

Una de las oportunidades que se están presentando en el nuestro país son las aceleradoras y los auspicios, tanto en el sector privado (como Emprende UP) como en el sector público (como Start Up Perú del Ministerio de la Producción).

A través de los concursos, se busca que los emprendimientos innovadores tengan un medio para llevar adelante sus ideas de negocio de alto valor agregado que contribuyan al desarrollo del país, al que puede contribuir la inclusión financiera.

En nuestro caso, a través de Start Up Perú, hemos logrado un financiamiento de 150 mil soles para escalar nuestro modelo de negocio.

**13. ¿Cuáles son los aspectos que considera deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera?**

Promover la educación financiera en el país, así como crear un marco regulatorio que promueva el apoyo a la innovación tecnológica aplicada a los servicios financieros. En particular, crear *sandbox* regulatorios: campo de pruebas para nuevos modelos de negocio en un entorno seguro y limitado, bajo la supervisión de las autoridades pertinentes, con el objeto de analizar la viabilidad de estos nuevos modelos de negocio.

Finalmente, es importante que el estado brinde un mayor apoyo a las mypes, que permita que se formalicen y accedan a servicios y productos financieros.

### Entrevista N° 03

Fintech	:	Latin Fintech
Entrevistado	:	Javier Castro
		Fundador y CFO de Latin Fintech
Fecha	:	08 de julio de 2019

**1. ¿Cuál fue el objetivo del lanzamiento de Latin Fintech?, ¿qué servicios financieros ofrecen? y ¿cuál es su público objetivo?**

Por *lending* (segmento) somos los primeros en Perú (fintech). Salimos primero al mercado y tenemos más tamaño de clientes por eso. Nuestro público objetivo son las personas sub bancarizadas; digamos que tienen algo de historia crediticia, pero bien básica. Son las personas desatendidas por los bancos porque no tienen mucha información formal y los bancos no les dan velocidad en las transacciones o piden muchos requisitos.

Son microcréditos los que ofrecemos, vamos de S/ 500 hasta S/ 3,000. Los bancos son nuestros canales de desembolso y recaudación. Debes tener una cuenta cuando solicitas un préstamo, trabajamos con BBVA, BCP e Interbank.

**2. En su opinión, ¿la tecnología tiene potencial para mejorar la inclusión financiera? ¿Su modelo de negocio está apoyando la inclusión financiera? De ser así, ¿cómo lo están haciendo?**

De hecho que sí (nuestra fintech impulsa la inclusión) porque esta base de clientes que atendemos son clientes poco o nada atendidos por los bancos. A los bancos no les interesan porque no son rentables. Sí incluyes un montón de gente que está, digamos, en el sistema financiero informal o está consumiendo con sus propios recursos y no puede crecer porque no accede a financiamiento. Todavía en el Perú hay una base sub bancarizada enorme a la que se puede atender.

A nosotros nos premiaron el año pasado por ser inclusivos. Si bien aquí hay ciertas organizaciones, no se promociona mucho. Tenemos otras distracciones, pero la inclusión es una buena herramienta de marketing también.

**3. ¿Cuántas solicitudes de créditos se han aprobado?, ¿cuál es el número y monto en los créditos canalizados por Latin Fintech (en Lima y provincias)?**

Las personas naturales entre 25 a 45 años representan el 80% de nuestros clientes. Hemos canalizado el 80% créditos en Lima. Dependientes son 45% e independientes, 55%. Hay más independientes (base de datos que han pedido préstamos). Nosotros en el 2018 hemos crecido como 3 veces con casi 30 mil créditos. Este año (2019) estamos duplicando el crecimiento del año anterior y deberíamos superar los 90 mil créditos. En 2016 partimos en junio y fue un año bien pequeño porque la base era menor. Entonces viene bastante fuerte conforme crezca la difusión y el marketing.

**4. Según el informe Global Findex 2017, las principales barreras de la inclusión financiera en el Perú son el costo y la falta de confianza en el sistema financiero. Al respecto,**

**a. ¿Cómo Latin Fintech ha combatido la barrera del costo?**

En cuanto a costos, de hecho, somos caros, pero no tanto como el banco. Estos tienen una oferta para las personas que están en el medio y los que están en lo más alto (de la población). También atienden a personas con perfil crediticio más alto. Yo (Latin Fintech) estoy en un rango de microfinancieras, cajas; en ese segmento yo sí compito. En el segmento que estamos te pueden (los bancos) cobrar desde 120 a 350 aproximadamente.

**b. ¿Qué medidas han adoptado para generar confianzas entre sus usuarios y/o clientes?**

Hay muchas variables para generar confianza como el marketing digital y las notas de prensa que tenemos, las cuales identifican a un equipo real de una empresa legítima que reporta a entidades como la UIF por ejemplo. Y el boca a boca, nuestros clientes reportan a otros, nos recomiendan.

**5. ¿Cuáles considera son los riesgos que enfrentan las fintech y cómo deben gestionarse?**

Uno de ellos es el crediticio. Para manejarlo tenemos algoritmos o *scoring* creados en base a la data que adquirimos de los clientes. Usamos un modelo estadístico; ahora tenemos casi 3 años en el mercado, eso nos da 10 mil clientes en promedio con más de 30 mil transacciones, de los cuales nos ha fallado el 10% aproximadamente. Lo cual es suficientemente robusto para decir cuáles son las variables o características que diferencian a uno y a otro. Otro también es la regulación; cada país tiene una regulación, México tiene una regulación más abierta; en Brasil necesitas un socio local; en Chile tiene topes en tasas. Si miras países o economías con potencial similar a Perú están Brasil, México y Colombia; y, por tamaño, cada una, digamos, con una regulación distinta.

**6. ¿Cuáles considera son las limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos?**

Respecto a las barreras o limitaciones, cuando empezamos la fintech tuvimos la barrera de financiamiento. Obtener el capital no es fácil. También la barrera de confianza de los consumidores, como dices, no nos conocen (al principio). También la de un *score crediticio* sano porque vas aprendiendo de ello conforme los clientes te paguen.

Cada país tiene su legislación y sus barreras. Si te hablo de Perú, acá hay barreras regulatorias. Tienes puertas abiertas en el tema de regulación según el modelo de negocio en el que estés. Está saliendo regulación en fintech según el modelo de negocio como préstamos *online*, *crowdfunding* y *P2P* en el que no estamos.

**7. ¿Cuáles considera son las oportunidades que ofrece el contexto actual para que las fintech puedan promover la inclusión financiera?**

Somos un país pequeño, por lo que hay mucha apertura en fintech porque todavía no hay legislación, así que puede ser una oportunidad, pero también una amenaza en términos de que tan restrictiva o flexible puede ser en el futuro.

Tienes competencia, pero depende cuantos más clientes puedan atender. Si eres (fintech) muy pequeña no necesariamente puedes atender a todos.

Talento para tecnología definitivamente hay más en otros países como México, pero aquí también es bueno. Consigues talento casi en todos los países donde vas de la región.

**8. ¿Cuáles son los aspectos que considera deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan promover la inclusión financiera?**

El acceso a capital es una realidad importante aquí y en México, Brasil y Argentina, pero, por ejemplo, Argentina tiene otros riesgos macroeconómicos. Es importante el acceso a capital, al talento y a la regulación. Creo que esos son los retos principales más allá del compromiso y la calidad de los fundadores y tu capacidad de acceso a capital o financiamiento, así como tu talento para crear algo y administrar riesgos, etc.

**9. ¿Cuáles son sus próximos proyectos/objetivos a mediano y largo plazo?**

Queremos expandirnos; irnos a México o Colombia y seguir creciendo en Perú. Crecer en productos. Queremos sacar préstamos para empresas pequeñas. Así que va por producto y país (nuestra proyección).

## **Entrevista N° 04**

Fintech	:	Ayllu
Entrevistado	:	Juan Carlos Zamalloa Fundador y CEO de Ayllu
Fecha	:	01 de julio de 2019

### **1. ¿Cómo nació Ayllu y cuál fue el objetivo de su lanzamiento?**

Lideré el grupo que elaboró la ENIF en el MEF y luego trabajé en una microfinanciera, por lo que, tuve una mirada completa del panorama. Esta situación me motivó a crear una ONG destinada a mejorar la inclusión financiera en el país, pero esta iniciativa desafortunadamente no prosperó.

Luego de ello, creamos Ayllu, que significa comunidad en quechua. El objetivo del lanzamiento de Ayllu fue promover la inclusión financiera a partir de la información que había podido recabar.

Inicialmente, Ayllu nació con una mesa de dinero digital enfocada en pequeñas y medianas empresas que, en su mayoría, no saben gestionar sus recursos. Así, la funcionalidad permitía realizar una coordinación en tiempo real para que las empresas puedan gestionar sus recursos. Sin embargo, esta iniciativa no prosperó porque los encargados de las finanzas, regularmente los contadores, no tenían el incentivo ni los conocimientos para realizar la gestión de los recursos de la empresa.

### **2. ¿Qué servicios financieros ofrecen y cuál es su público objetivo?**

Ayllu es una plataforma digital que facilita las negociaciones de productos y servicios financieros entre personas, empresas e instituciones financieras, proveyendo a los usuarios de mecanismos útiles para la búsqueda de financiamiento, mejores condiciones de ahorro y gestión financiera.

A partir de mayo de 2019, estamos brindando el servicio de cambio de divisas. Hemos celebrado un convenio con TKambio (la tercera casa de cambio digital más grande del país). A la fecha se están tranzando cerca de 200 mil dólares.

Adicionalmente, tenemos la parte de créditos y la parte de ahorros. La parte de créditos, está dirigida a la micro y pequeña empresa.

Lo que planteamos en Ayllu es mejorar el procedimiento para tomar un crédito o realizar un depósito, así como realizar la negociación de deudas.

En el caso de los créditos, el usuario completa la solicitud de manera digital adjuntando los documentos pertinentes, se genera el expediente digital y se perfila crediticiamente al cliente, para luego enviar el expediente a distintas empresas del sistema financiero a efectos de lograr que compitan para ofrecer mejores condiciones.

A la fecha, hemos canalizado 1.2 millones de soles.

En el caso de los ahorros, se trabaja con una subasta de tipo inglesa que permite a la entidad financiera saber cómo está la competencia y permite al usuario obtener una tasa más alta para sus ahorros.

A diferencia de otras plataformas, nuestro aplicativo le brinda información al usuario sobre la salud financiera de la institución financiera en la que depositará su dinero.

Nuestro público objetivo son personas naturales, micro y pequeña empresa.

**3. En su opinión, ¿la tecnología tiene potencial para mejorar la inclusión financiera?**

Sí, la tecnología tiene un gran potencial para promover la inclusión financiera. Cada vez es menos costoso acceder a la tecnología (celular e internet), lo cual ayudará a las personas que viven en las zonas rurales, donde se encuentra la mayor cantidad de personas no incluidas financieramente.

Sin embargo, consideramos que hay que fortalecer la educación financiera.

**4. En específico, ¿considera que las fintech constituyen una herramienta para promover la inclusión financiera en el Perú?**

Totalmente. No obstante, hay que considerar que las fintech no nacen con el objetivo de ser ONGs o promover la inclusión financiera, sino con el fin de ser rentables. Por ello, apuntan a un público que les permita reeditar rápidamente su inversión, regularmente el bancarizado.

Sin embargo, el público no incluido financieramente también es una potencial oportunidad para algunas fintech, en específico para las fintech que brindan servicios de pago.

Hace dos años, se lanzó los POS físicos multimarca a precios accesibles (S/ 200). Este hecho ha dado lugar a 80 mil o 100 mil nuevos usuarios y ha generado que personas no bancarizadas abran cuentas de ahorro, como, por ejemplo, bodegas, tiendas de artesanías, etc.

En este contexto, Mibanco se alió con VendeMás con el objetivo de permitir a los clientes de pequeños negocios realizar compras con tarjetas de débito y crédito.

**5. ¿Cuáles considera que son los productos o servicios financieros ofrecidos por las fintech que tienen potencial para atraer a las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional?**

En el caso de las personas excluidas (personas reportadas en la Central de Riesgos por incumplimiento de pago), una alternativa interesante es Apurata o Crédito Móvil.

En el caso de las personas subatendidas o no incluidas, regularmente no tienen historial crediticio, por lo que una alternativa interesante son las fintech que brindan servicios de factoring, brindando así financiamiento a los emisores de facturas. Aquí, las fintech evalúan a los obligados al pago de las facturas.

Otro servicio ofrecido por las fintech que puede promover la inclusión financiera es el de cambio de divisas. La Asociación de Fintech ha encontrado que en el 2018, de los 40,000 usuarios que realizaron cambio de divisas de manera digital, el 3% no tenía una cuenta en el sistema financiero.

Por otro lado, las fintech están brindando productos adecuados a las necesidades (“a la medida”) del usuario. Ejemplo, un préstamo de S/ 800.

**6. ¿Su modelo de negocio está apoyando la inclusión financiera? De ser así, ¿cómo lo están haciendo?**

Si. Estamos promoviendo la inclusión financiera a través de la dimensión de calidad brindando productos que se ajusten a las necesidades de los clientes. Así, colaboramos con la inclusión financiera desde el ahorro (de costos) y desde la asesoría (brindando la información).

Por ejemplo, Ayllu busca mejores tasas (TCEA) para los préstamos y depósitos (TREA) haciendo que los bancos compitan entre sí. Así también, proporciona información relevante para la toma de decisiones de los clientes.

Adicionalmente, también estamos trabajando en el acceso a través de la apertura de cuentas con identificación biométrica con el fin de captar ahorros.

**7. ¿Cuál es el número y monto en créditos canalizados por Ayllu?**

A la fecha, hemos canalizado 850 operaciones por 1.2 millones de soles (desde mayo de 2018).

**8. Según el informe Global Findex 2017, las principales barreras de la inclusión financiera en el Perú son el costo y la falta de confianza en el sistema financiero. Al respecto,**

**a. ¿Cómo Ayllu está/ha combatiendo/combatido la barrera del costo?**

En el caso del cambio de divisas, estamos permitiendo un ahorro para el usuario. Además, de brindar seguridad y rapidez en la ejecución de las transacciones.

En el caso de los créditos, estamos logrando obtener una tasa inferior a la que le ofrecerían al usuario directamente en un banco. Ello se debe a que los bancos compiten entre sí.

**b. ¿Qué medidas han adoptado para generar confianza entre sus usuarios?**

Nos hemos apoyado en aliados con solvencia reputacional. Por ejemplo, en Cusco, en nuestro lanzamiento, contamos con el apoyo y soporte de Credinka.

**9. ¿Cuáles considera son los riesgos que enfrentan las fintech y cómo deben gestionarse?**

- Riesgo de lavado de activos: Por ejemplo, se han estado acercando a varias fintech personas que indican que quieren invertir; sin embargo, se encuentran investigadas por lavado de activos.

Este riesgo se gestiona a través del cumplimiento de la normativa dada por la UIF.

- Riesgo operativo: Por ejemplo, algunos bancos en un primer momento permitieron la apertura de cuentas para empresas fintech que prestan servicios de cambio de divisas. Sin embargo, tiempo después, cuando las empresas ya estaban operando, de pronto cerraron las cuentas, generando así malestar en la experiencia del usuario y, en consecuencia, riesgo reputacional.
- Ciberataques.
- Riesgo regulatorio: Si se emiten normas que no se ajustan a la realidad del mercado, lo que va a suceder es que se va a frenar la innovación y cortar el mercado de golpe.

Por ejemplo, si la SBS exige a las casas de cambio la constitución de un fideicomiso, ello podría frenar la innovación por el alto costo que implica realizar un fideicomiso.

**10. ¿Cuáles considera son las limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos?**

La parte tecnológica es la principal limitante. No todas las personas tienen acceso a telefonía e internet a pesar de que los informes de Osiptel digan lo contrario. Así, las fintech solo podemos llegar a donde la tecnología nos permita.

Otra limitante es el accionar de los bancos, en específico, lo referido al cierre de cuentas de empresas fintech.

**11. ¿Cuáles considera son las oportunidades que ofrece el contexto actual para que las fintech puedan promover la inclusión financiera en el Perú?**

En los últimos años, las instituciones públicas se han esforzado por mejorar los productos y servicios que brindan. Los datos que las fintech utilizamos provienen precisamente de Reniec y de Sunat puesto que permiten la identificación de nuestros usuarios. La mejora en la prestación de sus servicios, facilita una experiencia mucho más ágil y amigable.

Por otro lado, se encuentran los sobrecostos de la banca tradicional para varios servicios, puesto que nos permite ofrecer productos diferenciados a un menor costo y así promover la inclusión financiera, desde la dimensión de la calidad.

Otra oportunidad es la apertura que tiene el Ministerio de la Producción para promover este tipo de modelo de negocio (a través de Start Up Perú).

Finalmente, los bancos medianos y micro financieras están trabajando de la mano con las fintech, específicamente en el cambio de divisas, por ejemplo, para los clientes exportadores. Tal es el caso de la alianza entre TKambio y Financiera Compartamos.

**12. ¿Cuáles son los aspectos que considera deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera?**

En la dimensión de acceso, las fintech necesitamos tener información clara. En el caso particular de la apertura de cuentas, se requiere una posición formal del regulador (SBS) que nos permita conocer de antemano y no una vez observado el expediente, cuáles son los requisitos que debemos presentar para poder abrir cuentas.

Por otro, se requiere mayor apertura de las empresas de la banca tradicional. Como te comenté, algunos bancos, en un primer momento, permitieron la apertura de cuentas para empresas fintech. Sin embargo, tiempo después, cuando las empresas ya estaban operando, de pronto cerraron las cuentas, generando un malestar en la experiencia del usuario y, en consecuencia, riesgo reputacional para la compañía.

Otro aspecto que debe desarrollarse en el país es el *Open Banking*, puesto que permite tener un valor agregado al ofrecer al cliente un portafolio de productos del que puede elegir aquel que mejor se acomode a sus necesidades.

## Entrevista N° 05

Fintech : Solven  
Entrevistado : Matías Fernández  
Country Manager de Solven  
Fecha : 11 de julio de 2019

**1. ¿Cuál fue el objetivo del lanzamiento de Solven?, ¿qué servicios financieros ofrecen? y ¿cuál es su público objetivo? ¿Cómo funciona su plataforma?**

Surge a fines del 2016 en Perú. Estamos también en Argentina; y, en México estamos como sociedad, pero aún no estamos operando.

Es un canal alternativo, no somos un comparador. Además de dar la oferta, hacemos todo lo que es recopilación de información y es una oferta cierta. También hay otras plataformas como *comparabien* que es más informativa (es un generador de *leads*). Es la gran diferencia y también captamos clientes y somos un canalizador de nuevos productos. Por ejemplo, BBVA quiere lanzar nuevos productos que tal vez no puede hacerlo por medio de su plataforma. Somos un mercado de crédito de consumo. Hacemos también el análisis de riesgo. Tenemos dos instancias, una es el análisis de fraude y prevención digital que desarrollamos internamente dentro de Solven que se aplica para todas las soluciones y luego nos conectamos a cada institución financiera según la capacidad de cada institución configurando todas las políticas de cada una.

Nosotros fuimos ganadores en el 2018 de la sexta edición en el concurso de PromPeru.

**2. En su opinión, ¿la tecnología tiene potencial para mejorar la inclusión financiera?**

Sí. Hoy la banca tradicional está abocada en el tema de innovación y colaboración, pero aún así los modelos siguen siendo bastantes reducidos y las cajas pequeñas, las microfinancieras, si bien tienen mucho miedo, también tienen una necesidad.

Así que sí tiene potencial porque haces disponible el crédito a personas que no la tenían por una cuestión geográfica o por falta de información.

**3. ¿Cuáles considera que son los productos o servicios financieros ofrecidos por las fintech que tienen potencial para atraer a las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional?**

Todo producto que permita darle trazabilidad de ingresos y egresos a una persona o individuo va a favorecer. Por ejemplo, hay algunas que dan créditos agrarios que ayudan y te comunican con proveedores. Todo lo que implique que haya una trazabilidad y que pueda en un futuro ayudar a la persona a obtener para su negocio.

**4. ¿Su modelo de negocio está apoyando la inclusión financiera? De ser así, ¿cómo lo están haciendo?**

Sí. Le estamos dando más posibilidad a las instituciones financieras pequeñas a crecer en el volumen de crédito y, por otro lado, integramos nueva tecnología por medio de la evaluación psicométrica (evaluaciones que no son como las tradicionales para evaluar la capacidad de pago o no pago del cliente) y la implementamos. Ello permite que no necesariamente tienes que estar bancarizado para acceder un crédito. Hoy en día tienes que ser cliente de un banco para solicitar crédito *online*.

Lo hemos lanzado y algunas instituciones financieras lo están evaluando. Ellos no tienen la capacidad para hacerlo de forma integral. Darles esa herramienta ayuda a incluir a más personas.

**5. ¿Cuántas solicitudes de crédito se han aprobado? ¿Cuánto es el número y monto en los créditos canalizados por Solven (cuántos en Lima y cuánto en provincias)?**

Tenemos alrededor de 30 mil visitas a la plataforma al mes. El 90% es de Lima y los rangos, 80% están entre los 25 y 44 años. Entre el 2017 y 2018 se generaron más de 300 mil solicitudes, pero se espera mayor crecimiento en este año.

**6. Según el informe Global Findex 2017, las principales barreras de la inclusión financiera en el Perú son el costo y la falta de confianza en el sistema financiero. Al respecto,**

**a. ¿Cómo Solven está/ha combatiendo/combatido la barrera del costo?**

De manera indirecta me parece que sí nos afecta, pero respecto a ello, depende de cada institución. Los créditos que damos son de instituciones financieras reguladas.

**b. ¿Qué medidas han adoptado para generar confianza entre sus usuarios y/o clientes (en este caso las instituciones financieras)? ¿Con cuántas instituciones financieras trabajan?**

Trabajamos con Bancos como Ripley, cooperativas, con cajas, entre otras. Tratamos de abarcar todo el mercado, pero para estar dentro de Solven deben estar regulados por la SBS.

**7. ¿Cuáles considera son los riesgos que enfrentan las fintech y cómo deben gestionarse?**

Me parece que algunas (fintech) fueron las más expuestas (P2P) por ejemplo con el riesgo de regulación. De hecho, en Chile pasó que una startup que era P2P lending, en un momento empezó a crecer rápido y luego lo clausuraron y tuvieron que modificar su modelo. Es un riesgo importante la regulación y debería ser algo para democratizar y no limitar el crecimiento. A la larga, la revolución digital viene igual porque la gente lo está pidiendo. Es un proceso, el cual si no están dispuestos a acompañarnos van a salir perdiendo.

**8. ¿Cuáles considera son las limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos?**

Un problema es conseguir los primeros contratos. Es difícil para cualquier startup, vender la idea. En una sociedad tan conservadora como la banca es bien difícil. En cualquier rubro de startup y, en Perú es mucho más tradicional.

El capital es limitado y dentro del país hay, pero no tanto para apoyar a startups. Es difícil. Si lo presentas como un proyecto de inclusión social puede ayudar.

Quisiéramos dar créditos a pymes pero te piden la firma digital y es parte de lo que necesitamos como regulación. Vemos que hay una necesidad, pero como no podemos por la firma digital es una gran barrera.

**9. ¿Cuáles considera son las oportunidades que ofrece el contexto actual para que las fintech puedan promover la inclusión financiera en el Perú?**

Sí hay oportunidades, no hay mucha competencia, aunque la población es más pequeña.

En Perú me parece que aún no hay tanta regulación en cuanto a temas tecnológicos lo cual lo hace más flexible. En cambio, en México sacaron ya una ley que, aunque está en proceso ya es un dolor de cabeza. Aunque aún no estamos operando igual ya lo estamos viendo.

La Alianza del Pacífico en Perú les permite cierto desarrollo también.

**10. ¿Cuáles son los aspectos que considera deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera?**

Creo que el estado está intentando apoyar el mundo fintech dando dinero a proyectos, pero necesitamos que el gobierno apoye más dando asesoría para que las fintech puedan probar modelos mucho más interesantes para abrir las puertas a clientes, proveedores a participar de otras formas, dando expertise y apalancamiento que es lo que necesitamos. Lo más importante es que todo lo que hagan no sea para limitar.

Lo importante también es la conectividad. Hay regiones importantes, pero para que haya inclusión para una fintech necesitamos que llegue a todos los lugares. Aquí todo está muy centralizado; y, si hay proyectos para poder ampliarlo, estos son muy lentos.

**11. ¿Cuáles son sus próximos proyectos u objetivos a mediano y largo plazo?**

Seguridad y validación de identidad para poder dar mejor nivel de producto. Dar créditos con garantías o de otros tamaños. El proyecto parte de dar mayor seguridad para que el producto que se pueda ofrecer dentro del marketplace sea de mayor calidad o implique mayor riesgo.

## Entrevista N° 06

Fintech	:	Kontigo.pe
Entrevistado	:	Mario Cruz
		Co Fundador y CEO de Kontigo.pe
Fecha	:	03 de julio de 2019

### 1. ¿Cuál fue el objetivo del lanzamiento de Kontigo?, ¿cómo surgió la iniciativa? y ¿qué servicios ofrecen y cuál es su público objetivo?

Nosotros somos los cofundadores con Jossie García y esposos, ambos venimos del sector financiero. He sido gerente de cinco empresas del sector financiero viendo tema de negocios y créditos un tiempo. De ahí, estuve viendo el tema de productos y agencias, y los últimos cuatro años estuve viendo temas de tecnología e innovación. Jossie viene de TI, ha sido gerente de proyectos TI en varias empresas.

Cuando salgo de Inversiones la Cruz (prendario, joyas y artefactos) en el año 2016 (en mayo) decidimos explorar un poco el mercado.

Escuchamos el tema de la ola de las fintech. En Perú no se había desarrollado nada solo había Andy que otorga créditos. Fui a un evento en EEUU sobre fintech y me encantó. Vi oportunidad. Hice reuniones con dos fintech, una mexicana y otra colombiana, y decidimos que los íbamos a visitar para tener un horizonte más claro al respecto. Lo que hice fue irme a México y Colombia a visitar a dos empresas y me permitieron ver por dentro cómo era una fintech y cómo era su camino de crecimiento. Me gustó mucho, así que lo que hice fue venir a Perú y tropicalizar lo que había visto en otros lados.

Lo que iniciamos no era Kontigo, era Axxiona y dicho emprendimiento era un colocador de créditos. Teníamos un montón de inversionistas y nosotros, a través de una plataforma digital, hacíamos que las personas puedan solicitar un crédito en línea, las evaluábamos y, con nuestro mismo dinero, otorgábamos el crédito. Eran montos muy pequeños y a una sola cuota. Hacíamos algo similar a lo de Andy. Nos convertimos así, en la segunda fintech que otorgaba créditos.

Luego de un año y dos meses, decidimos cambiar el modelo e hicimos un giro en la empresa. Ya no colocábamos créditos y decidimos reunirnos con las empresas financieras tomando en cuenta la experiencia que habíamos adquirido de conocer el mercado *online*, al segmento y al público que no es el tradicional. Las empresas financieras nos preguntaban ¿qué haces prestando tu dinero si puedes hacerlo para mí? Lo pensamos, y le dimos varias vueltas al tema y vimos una oportunidad.

En Perú, recién se hablaba en pasillos del tema de fintech, de las plataformas digitales y creamos Kontigo como marca nada más para no confundir a las personas porque las personas nos buscaban todavía para prestarles dinero.

Tuvimos que armar una plataforma de Kontigo, nos estábamos enfrentando a un mercado que no conocíamos todavía a nivel on line; era transformar una fintech, buscando que ese entorno funcionara en un entorno regulado. Hacer ese tipo de movimientos que antes hacíamos nosotros en una conversación interna, en una empresa financiera es distinto ya que pasan por el área de riesgos, prevención del fraude, etc. Entonces tuvimos que convertirnos y lo logramos en ocho meses más o menos.

Tenemos varias empresas con las que trabajamos. Tenemos dos formas de trabajar, primero que somos una empresa que conecta a personas, que quieren un crédito sean para sí mismos o para su negocio con entidades financieras de todo tipo: bancos, cajas, financieras, cooperativas. Desarrollamos canales digitales como marca blanca para cada empresa financiera.

Si me preguntas quiénes son nuestros clientes, son los bancos, las cajas, etc.

Todo es *online*. Conectamos a la persona a través de un *on boarding*, la persona ingresa datos, la plataforma es customizada para cada cliente. Tenemos una estructura tecnológica en un 80% como base y lo demás se customiza dependiendo de cada cliente.

Las personas ingresan sus datos y nosotros validamos dicha información por medio de robots y conectamos con las fuentes externas como Sunat o Sunarp y compañía de telecomunicaciones. Hay diferentes fuentes en estas páginas, en las cuales se exponen de manera libre estos datos y vamos validando la información que el cliente va consignando hasta que llega una parte en la que hacemos la integración con el motor de decisión de la entidad financiera. Ese motor es prácticamente manual. Automatizamos el proceso de la entidad financiera y dictaminamos. Nos responde sí o no. Si es sí, cuánto y a cuántos meses.

**2. En su opinión ¿La tecnología, y en específico las fintech, tiene potencial para impulsar la inclusión financiera en el Perú?**

El teléfono llega a todas partes. La inclusión está ahí, en permitir que las personas tengan acceso a pedir un crédito. Si le das acceso a una persona que, por internet, su hijo o ella misma que es joven, pueda tomar su teléfono y vea tan sencillo completar cinco pasos y vea el teléfono como su herramienta de transacción, entonces incluyes a una persona con una posibilidad grande para que pueda ser evaluado finalmente por una empresa financiera.

Nadie le ofrece que lo van a aprobar, pero sí que lo pueden evaluar. A nivel de inclusión, esas personas que tienen que dejar sus negocios, el trabajo, pedir permiso al jefe, recorrer una hora y media de ida y otra de vuelta, representan un grupo que aún no han tenido acceso a los servicios financieros, pero que los necesita.

El internet llega incluso a zonas alejadas y si no, el celular llega. No hablamos únicamente de zonas rurales sino de zonas urbanas, hay un montón de personas que están en la zona urbana que no tienen el acceso a los servicios financieros. En las zonas rurales no llega el internet, pero sí el teléfono, el *sms*, hay muchos planes de telefonía que no necesitan internet para usar el *wapp*.

**3. ¿Su modelo de negocio está apoyando la inclusión financiera? De ser así, ¿cómo lo están haciendo?**

Nos ponen como *lending*, como *Marketplace*, pero somos una empresa de servicios tecnológicos – fintech - para las entidades financieras. Se confunden porque tenemos dos formas de operar, la primera es la que te comento que hacemos marca blanca para entidades financieras, canales digitales; pero también tenemos la forma en cómo los ayudamos a captar más clientes. Si entras a la página de Kontigo.pe lo primero que vas a encontrar es si quieres un préstamo vehicular, personal, etc.; y tu eliges, te sale un formulario para que llenes tus datos y subas documentación y luego te llega un mensaje con el dictamen, el que indica si calificas, pre apruebas o no calificas.

Somos un canal para ayudar a las instituciones financieras a captar clientes que antes no tenían acceso por tiempo o desinformación.

**4. ¿Cuál es el número de créditos y montos canalizados por Kontigo?**

Por temas de confidencialidad, no te puedo decir exactamente el número (créditos canalizados), Pero sí te puedo decir que, hasta la fecha, hemos evaluado cerca de 50 mil solicitudes de crédito a través de la plataforma, a través de todas las empresas con las que trabajamos, de las cuales el rango de conversión a un desembolso o aprobación de un crédito está entre 3.5 a 4.5 por ciento. ¿En qué varía? En la temporada; por ejemplo, no es lo mismo la colocación del crédito en el mes de febrero y marzo que es la época escolar o en el mes de la madre en la que debes comprar regalos, presentes, almuerzos, viajes; y no es igual el ratio de conversión en agosto. Tiene que ver muchísimo con la temporada.

Esas 50 mil solicitudes en un lapso de diez meses representan aproximadamente unas 5 mil en promedio de solicitudes mensuales. Podría ser mejor, pero todo depende a qué segmento te dirijas.

A través de la página recibimos aproximadamente 35 mil visitantes a la página web de manera mensual. Estas visitas son oportunidades que las entidades financieras tienen para que más personas los puedan elegir. El promedio de edad de visitantes es de 24 años y hay un 52% hombres y 48% mujeres. El 91% son de Lima y el resto de provincias.

**5. Según el informe de Global Findex, las principales barreras de la inclusión financiera en el Perú son el costo y la falta de confianza en el sistema financiero. Al respecto,**

**a. ¿Cómo Kontigo está combatiendo la barrera del costo?**

Los costos son menores comparado con los del método tradicional. Asimismo, por ejemplo, las personas que están en el mercado de Puente Piedra y que quieren pedir un crédito a la Caja Arequipa tienen que dejar su negocio e ir para allá (la agencia o sucursal). Les cuesta demasiado, papeles, copias y prefieren acudir a un prestamista, pero que le cobra 40 veces más y que incluso es más peligroso.

**b. ¿Qué medidas han adoptado para generar confianza en los usuarios?**

Muchos dicen: no me meto con una fintech todavía, quiero ver lo que están haciendo. Tenemos que hacer un recorrido más largo, a diferencia, por ejemplo, de un proveedor como IBM. Ellos ya tienen un recorrido más largo. En cambio, con una fintech como la ven chiquitita, dicen “hay que ver qué hacen”.

En nuestro caso ya no pasa eso porque ya tenemos clientes como bancos, cajas, financieras, empresas como Mapfre y Toyota. Tenemos como clientes a empresas que le dicen a otra empresa grande que estamos haciendo las cosas bien. Ahí te empiezan a llamar, pero al comienzo cuesta.

**6. ¿Cuáles considera son las limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos?**

El capital. Una fintech o *startup* depende mucho de las inversiones, eso es vital. Hace dos años no se sabía mucho de fintech o *startup*. Recurrimos a familiares y amigos que es como todos empiezan y, después, ya otras personas se van interesando sobre el potencial del mercado. Aunque todavía la inversión en el Perú es pequeña; el año pasado cerró con unos 25 millones de dólares, a diferencia de otros países como México (que tiene mayor inversión). Se espera que incremente el próximo año.

Creo que se ha incrementado el número de fintech por un tema de moda. La clave es el compromiso del fundador y el equipo de trabajo para que la fintech o *startup* sobreviva.

Es importante asociarte con una empresa aceleradora que te permita conocer personas que te puedan decir dónde está el talento. Dependiendo cómo vas a construir tu modelo. Lo mejor es elegir la mejor tecnología.

**7. ¿Cuáles son los aspectos que considera deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera?**

Se deben desarrollar las tecnologías. A Brasil llega lo primero de Asia. De Brasil recién baja a México. Ellos tienen lo último.

Por otro lado, el talento, la formación de las personas. Es complicado encontrar a personas que sepan sobre ello. Hay pocas universidades, en comparación con México y Brasil, especializadas en ello. Se necesita un cambio de pensamiento. Y como son mercados más grandes, hay más posibilidades de hacer negocios.

Creo que estamos en camino. El tema de la Alianza del Pacífico nos ha ayudado. Los peruanos tenemos que salir a Colombia, México y Chile aprovechando las ventajas que te dan porque hay menos procesos administrativos, a nivel tributario hay mucha ayuda, para que puedas tener un negocio. En México hay exoneraciones, en Colombia también. Hay esas cosas que en Perú aún no hay. Nuestro régimen tributario en Perú es igual para todos. Sunat te revisa como cualquiera.

**8. ¿Cuáles son sus proyectos a mediano y largo plazo?**

Queremos aprovechar la Alianza del Pacífico e ingresar a otros países.

## Entrevista N° 07

Fintech	:	Rebaja Tus Cuentas
Entrevistado	:	Martin Mendoza del Solar Fundador y CTO de Rebaja Tus Cuentas
Fecha	:	05 de julio de 2019

### 1. ¿Cuál fue el objetivo en la creación de su fintech?, ¿qué servicios financieros ofrecen? y ¿cuál es su público objetivo?

Mi hermano y yo queríamos iniciar un emprendimiento y entre las opciones que evaluamos se encontraban la contratación de préstamos hipotecarios y el otorgamiento de préstamos con garantía hipotecaria. Luego de un análisis, concluimos que había muchas empresas enfocadas en los financiamientos, medios de pagos, cambio de divisas; sin embargo, nadie había intentado acercar la tecnología a las hipotecas.

Hasta hoy en día, los bancos siguen utilizando papel y hojas de cálculo para ofrecer este tipo de servicios financieros. Por lo que, creemos que existe una oportunidad para que la tecnología mejore los procesos y la experiencia del usuario en este rubro.

Los servicios financieros que ofrecemos son la canalización de préstamos hipotecarios, subrogación (compra de deuda) de préstamos hipotecarios y préstamos con garantía hipotecaria.

Nuestro público objetivo son personas naturales entre 28 y 40 años, es decir, familias jóvenes.

### 2. En su opinión, ¿la tecnología, en específico las fintech, tienen potencial para mejorar la inclusión financiera?

Si, definitivamente. La tecnología y las fintech representan una herramienta potente para fomentar la inclusión financiera en el país.

En nuestro caso, cuando se presentan clientes que no están bancarizados o tienen un mal score crediticio (excluidos), se realiza una evaluación de crédito particular. El ejecutivo visita la casa del solicitante o la bodega y realiza un estudio de lápiz y papel (cuánto gana, en qué gasta, etc.) a efectos de determinar si podría pagar o no el préstamo.

Para el caso de los excluidos financieramente, trabajamos con algunas financieras, las mismas que ofrecen una mayor tasa de interés para mayor riesgo crediticio.

Otro ejemplo es Apurata, una fintech que otorga préstamos y que realiza un credit score alternativo, utilizando un algoritmo con 50 variables y una de ellas es la ubicación en la que suele estar el cliente. Para tales efectos, la fintech, a través del celular, conoce cuál es su ubicación. Así, si el cliente transita por zonas muy peligrosas, el aplicativo estima que existe una mayor probabilidad de que no pague.

Hoy en día, este análisis no es realizado por el Banco, debido a que, por su misma estructura, un análisis de ese tipo podría tomar un mayor tiempo de desarrollo.

Esta nueva forma de evaluación de créditos permite incluir financieramente a personas que se encuentran no bancarizadas, las mismas que no tienen un récord crediticio en las centrales de información.

**3. ¿Cuáles considera que son los productos o servicios financieros ofrecidos por las fintech que tienen potencial para atraer a las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional?**

En mi opinión, los monederos móviles y los préstamos. En nuestro país, existen muchas compañías que otorgan préstamos con tickets chicos desde 100 a 2000 soles, tal es el caso de Apurata. Probablemente a una persona bancarizada no le va a interesar un préstamo de 2000 soles puesto que puede financiarlo con el Banco; sin embargo, una persona que no se encuentra incluida financieramente si estará interesada en obtener dicho financiamiento a través de la fintech,

**4. Según el informe Global Findex 2017, las principales barreras de la inclusión financiera en el Perú son el costo y la falta de confianza en el sistema financiero. Al respecto,**

**a. ¿Cómo las fintech están combatiendo la barrera del costo?**

Las fintech operan con menores costos que las instituciones financieras. Estas compañías al tener una estructura mucho más ligera pueden ser más económicas.

En el caso de Rebaja Tus Cuentas, combatimos esta barrera al ofrecer una gama de opciones a los solicitantes de préstamos. Esta gama incluye propuestas de financiamiento de distintos bancos y con distintas tasas de interés. Finalmente, el cliente elige, ya sea por afinidad o por precio, cual es la opción que tomará.

**b. ¿Qué medidas han adoptado las fintech para generar confianza entre sus usuarios?**

En nuestro caso, utilizamos testimonios de clientes a los que hemos atendido. Así, la difusión de sus experiencias nos ha ayudado mucho a mejorar la confianza.

Al principio, a las personas (solicitantes de préstamos) les daba miedo brindarnos sus datos personales, pero los testimonios nos han ayudado a generar confianza en los usuarios.

**5. ¿Cuáles considera son los riesgos que enfrentan las fintech y cómo deben gestionarse?**

Las fintech enfrentan los mismos riesgos que el sistema financiero. Sin embargo, considero que el principal riesgo que enfrentan es no poder escalar su modelo de negocio y tener que cerrar. Ello podría darse por falta de financiamiento, por no contar con una solución lo suficientemente buena que ataque un dolor por la que alguien esté dispuesto a pagar o por “indigestión”. Por indigestión me refiero a cuando una startup quiere dar solución a distintos dolores con distintas herramientas, pero no cuenta con el dinero ni el tiempo para lograr el desarrollo.

**6. ¿Cuáles considera son las limitaciones que enfrentan las fintech y las oportunidades que ofrece el contexto actual para que las fintech puedan promover la inclusión financiera en el Perú?**

En relación a las oportunidades, debo mencionar que hay varias financieras y bancos que están en búsqueda de innovaciones tecnológicas. Por lo que, hoy en día es una oportunidad para celebrar alianzas con diferentes instituciones financieras que tal vez no tienen la experiencia tecnológica o el tiempo para desarrollar el producto. Las colaboraciones son una herramienta potente para acercar a las personas y empresas no bancarizadas a los servicios financieros.

En relación a las limitaciones para que las fintech puedan ofrecer servicios financieros inclusivos, se encuentra la escasa educación financiera y el acceso tecnológico, es decir, acceso a celulares e internet.

**7. ¿Cuáles son los aspectos que considera deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera?**

Se debe promover un mayor acceso a la tecnología para que la gente pueda tener cada vez más acceso a teléfonos celulares e internet debido a que estos son los principales recursos de los que se valen las fintech para poder operar y brindar sus servicios. Esta situación resulta más relevante cuando hablamos de las personas no bancarizadas y que se encuentran en zonas rurales.

## Entrevista N° 08

Fintech : Afluenta  
Entrevistado : Oscar Salas  
Country Manager de Afluenta  
Presidente de la Asociación Fintech Perú  
Fecha : 04 de julio de 2019

### 1. Tenemos conocimiento que Afluenta es la primera red de Financiamiento Colaborativo en América Latina ¿Cuál fue el objetivo de su lanzamiento en el Perú?, ¿qué servicios financieros ofrecen? y ¿cuál es su público objetivo?

Afluenta ingresa al Perú luego de recibir un financiamiento del IFC (parte del Banco Mundial), que comprueba nuestra visión: Un crédito humano. Así, decidimos iniciar nuestra expansión en búsqueda de la inclusión financiera regional.

Decidimos ingresar al Perú ya que es un país con muy baja penetración de acceso al crédito; vivimos en una economía en la que solamente hay cuatro o cinco bancos retail relevantes. Nosotros buscamos ir donde la penetración del crédito es baja, justamente porque la oferta no puede llegar con la misma agilidad a todas partes.

Lo que buscamos en el 2010, cuando empezó el proyecto, fue quitarle al banco el poder de negociación absoluto y darles a las personas el poder sobre su situación financiera, en específico, el poder sobre su riesgo crediticio. En Afluenta cada persona tiene un score crediticio específico puesto que cada persona tiene una situación financiera específica. Así, Afluenta busca que las personas puedan acceder a un crédito justo.

Por otro lado, en el país no hay realmente productos interesantes de ahorro e inversión, por lo que, Afluenta termina siendo una herramienta que amplía el portafolio de productos a los que se tiene acceso.

En mi opinión, la inclusión financiera no solo es promover que la base de la pirámide tenga acceso a los servicios financieros, sino que las personas que estén por encima de la base de la pirámide puedan acceder a productos a los que antes no tenían acceso, como una inversión más rentable de la media con las mismas condiciones de seguridad e infraestructura.

Como comentaba, en el país solamente hay cuatro o cinco bancos retail relevantes, por lo que, dependemos mucho de la infraestructura bancaria. Lo que hace Afluenta es quitar la necesidad de infraestructura; tenemos créditos en los 24 departamentos, el 40% de nuestras colocaciones están fuera de Lima, y eso demuestra que el acceso y la penetración de internet está subvalorada porque la gente cada vez más está conociendo y accediendo a herramientas por internet al no encontrar herramientas tangibles que satisfagan sus necesidades.

Así también ha habido un proceso de educación financiera para aquellos que no eran sujetos de crédito.

Los servicios que ofrecemos son créditos colaborativos y el público objetivo es el mismo que el de una financiera y una micro financiera.

Gran parte de nuestros créditos se destinan a la consolidación de deudas, porque las tasas de interés que los usuarios tienen son muy altas. El sistema financiero regulado tiene actualmente tasas muy altas. En el caso de Afluenta, al ser una institución que no está estrictamente regulada, tiene el tope de la tasa de usura. Así, Afluenta no puede cobrar una TEA mayor a 44.5%. Sin perjuicio de ello, Afluenta no cobraría tasas elevadas debido a que tiene la propuesta de valor de brindar un crédito justo.

**2. En su opinión, ¿la tecnología y en específico las fintech, tienen potencial para mejorar la inclusión financiera?**

Definitivamente sí, porque lo que hace la tecnología es agilizar procesos y quitar dependencias de lo tangible.

Lo que hacen las empresas fintech es buscar quitar gran parte de los costos operativos y administrativos. Eso no quiere decir que no podamos operar sin bancos, los bancos son necesarios por la solidez que le dan al sistema financiero, pero lo que hacen las fintech es ser un complemento al portafolio de elección.

Hace unos 30 o 40 años, cuando uno iba al supermercado, tenía probablemente muy limitadas marcas de cada producto. Esto hacía que el usuario solo tuviese que elegir entre una oferta muy limitada. Así, si entre tres marcas de leche se ponían de acuerdo para poner determinado precio y tener determinado sabor, el usuario no estaba en la capacidad de ver que más había. En el caso de las fintech, estas empresas son una herramienta que amplía el portafolio de productos a los que se tiene acceso.

Otro punto importante es que los bancos sostienen que las fintech aún no son una amenaza porque no les quitan participación en el mercado. Afluenta ha colocado desde el 2014, 17 millones de soles (de ese importe, 15 millones se colocaron desde enero 2018). Probablemente, esos 17 millones de soles representen la colocación de una agencia de la banca tradicional en un mes. Por lo que, es real que no le quitamos participación a los bancos.

Sin embargo, debemos considerar que Afluenta recibe 20 mil solicitudes mensuales de personas que no han encontrado la oferta valor en el banco. Si bien no podemos fondear todos estos préstamos porque no tenemos la misma capacidad de fondeo que un banco, esta situación refleja que existen usuarios descontentos, que han vivido malas experiencias de usuario y, son precisamente estos usuarios los que nos permiten crecer.

El sector fintech o las empresas tecnológicas nacen muchas veces para mejorar básicamente la experiencia de usuario en un producto determinado. Un banco es un conjunto de productos; lo que han hecho las empresas fintech ha sido especializarse en un producto en específico. En el caso de Afluenta es el crédito, el caso de Cambista es el tipo de cambio, el caso de Culqi es transferencias.

**3. ¿Cuáles considera que son los productos o servicios financieros ofrecidos por las fintech que tienen potencial para atraer a las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional?**

Un punto fundamental es que las empresas tecnológicas y empresas fintech dependemos muchísimo de la información que obtenemos y de las fuentes de información que podemos obtener porque nosotros nos enfrentamos a un proceso de transacción lo menos presencial posible, si es que no es 0 % presencial. Entonces combatimos mucho contra la informalidad, lo que hace que nosotros no tengamos la suficiente información para poder llegar al cliente, con lo cual, las probabilidades de default se incrementan. Sin embargo, de aquí nace la posibilidad de que se puedan diseñar productos como los de vistos en África (credit scoring alternativos) que puedan incluir financieramente a personas que se encontraban excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional

Me refiero a los mecanismos de scoring crediticios alternativos, los que hoy dependen mucho de información que se les provea. El mundo informal no es el que está declarado en la central de riesgos. En ese sentido, hay una oportunidad grande para poder empezar a determinar cómo atender al cliente informal mediante nuevos scoring crediticios que permitan otorgarles créditos en base a su perfil de riesgos, pero con información más detallada.

Ello va a permitir que crezca, no solamente la posibilidad de obtener un crédito, sino que justamente con el acceso al crédito, se podrán mejorar los indicadores de formalidad porque se van a necesitar ciertos esquemas de bancarización y de formalidad para acceder finalmente al crédito.

En ese sentido, se podrá evaluar a los informales con información alternativa, pero en búsqueda de que vayan guiando su camino hacia la formalidad (educación financiera). Este tipo de esquemas los va a llevar en un principio hacia la inclusión financiera, para luego llevarlos hacia un esquema de formalidad.

**4. ¿Su modelo de negocio está apoyando la inclusión financiera? De ser así, ¿cómo lo están haciendo?**

Lo que nosotros estamos haciendo es descentralizar el crédito; hacer que las personas (sobre todo en provincias) que antes tenían que caminar o hacer varios procesos para postular a un crédito, cuya evaluación demoraba días, puedan obtener una respuesta inmediata a su solicitud.

Adicionalmente, en Afluenta, lo que hacemos es que cada solicitud de crédito rechazada viene con el motivo del rechazo y adicionalmente se proporciona un esquema de educación financiera para que la persona pueda salir de dicha situación y luego poder solicitar nuevamente el crédito. Esto que quiere decir que si, por ejemplo, una persona ingresa a Afluenta y no pueda acceder al crédito porque tiene un score muy bajo, al mes siguiente que se actualice el crédito, nosotros le hacemos el seguimiento para ver si está en situación de obtener el crédito (follow up). Así también, si una persona está con un alto uso de su tarjeta de crédito, el crédito es rechazado, pero se le va educando en cómo puede mejorar sus indicadores financieros y todo esto sin hacerlo de manera presencial, es decir, se trata de una educación digital, que es algo en lo que Afluenta ha puesto foco.

**5. ¿Cuánto es el número y monto en los créditos otorgados por Afluenta?**

Tenemos ahorita un crédito máximo de 30 mil soles, pero dentro del esquema de negocios de Afluenta, el crédito máximo puede incrementarse hasta 50 mil soles en los siguientes meses.

Afluenta tiene una política de diversificación de inversión. Así, nuestro modelo de negocio no es que una persona le preste solo a una persona, sino que varios, le presten a una persona. En ese sentido, en este esquema de diversificación, con los más de 800 inversores que tenemos actualmente en Perú, podemos ofrecer hasta 30 mil soles.

Por otro lado, tenemos más o menos 3000 créditos colocados y hemos colocado en el último año, un promedio de 100 a 150 créditos mensuales.

Un dato importante es que recibimos 20 mil solicitudes al mes y solamente podemos atender 100 porque no tenemos la capacidad de fondeo de un banco.

**7. Según el informe Global Findex 2017, las principales barreras de la inclusión financiera en el Perú son el costo y la falta de confianza en el sistema financiero. Al respecto,**

**a. ¿Cómo Afluenta está/ha combatiendo/combatido la barrera del costo?**

El costo habla por sí solo al buscar tener una tarifa más justa, adecuada al perfil crediticio de cada usuario. No es una tarifa base, sino una tarifa personalizada.

**b. ¿Qué medidas han adoptado para generar confianza entre sus usuarios?**

En la parte reputacional es un trabajo de hormiga, es un trabajo que no solamente parte de un boca a boca sólido, sino también tenemos que demostrar que no somos una institución cualquiera, no solamente de cara al solicitante, sino de cara al inversor y al regulador.

## 6. ¿Cuáles considera son los riesgos que enfrentan las fintech y cómo deben gestionarse?

El riesgo reputacional es alto. Hay dos cosas con las que tú no puedes jugar: con la salud y con el dinero de las personas. Estas son los dos tipos de start up más difíciles de desarrollar.

Así, en el caso de las empresas fintech, desde que se constituyen ya tienen contingencias legales porque mueven dinero. Lo cual quiere decir que el riesgo reputacional es alto. En ese sentido, las fintech tenemos que demostrar de una manera no tangible o educar que de una manera no tangible podemos cumplir con los mismos procesos de seguridad de cobranza, con los mismos procesos de seguridad de lavado de activos, y tenemos varios stakeholders a los que hemos tenido que ir educando, como, por ejemplo, el regulador.

En el caso de Afluenta, cada vez que llegamos a un país, entendiendo que somos un modelo de negocio nuevo, lo primero que hacemos es contratar un buen estudio de abogados y ponernos a disposición del regulador para adaptar nuestro modelo de negocio. Afluenta nunca va a cambiar la parte del front, la parte humana de su negocio, pero entendemos que la parte de atrás tiene que estar muy bien establecida, de acuerdo a la regulación para la tranquilidad del regulador porque esa es la parte real del negocio.

Otro riesgo es el operativo del producto en el que se especializan las fintech. En el caso de Afluenta, tiene el riesgo crediticio de la probabilidad de default y de los créditos entrando en mora. Esto es algo que es parte del modelo de negocio.

En el caso de las empresas de cambio de divisas, tienen el riesgo de lavado de activos que es un riesgo muy real dentro de la industria de las casas de cambio, sin importar que sea digital o no.

En ese sentido, las fintech tenemos que subsanar no solamente la parte regulatoria de nuestro negocio sino también tenemos que buscar la solidez para afrontar los riesgos.

Las fintech buscamos reducir costos operativos y administrativos, pero esto no quiere decir que descuidamos el producto. Toda la inversión se va en el desarrollo del producto para consolidarlo porque si mi producto financiero es malo, no importa la tecnología. Entonces ¿cuáles son los riesgos de las empresas fintech? Los riesgos son los del modelo de negocio en que se han especializado (riesgo del producto), no están exentas a esos riesgos porque es parte de su operatoria.

Así también, tenemos los mismos riesgos de las instituciones financieras como tal, por ejemplo, riesgo de lavado de activos. Frente a ello, nos hemos presentado ante la UIF, hemos implementado la figura del Oficial de Cumplimiento, etc.

## 7. ¿Cuáles considera son las limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos?

En primer término, consideramos que las limitaciones se han ido subsanando en el sentido que el regulador ha ido cada vez más entendiendo el impacto positivo que podrían tener las fintech. Entendemos que la función del regulador es prevenir, protegiendo al usuario y es completamente válido; sin embargo, a la hora de regular modelos de negocio nuevos, hay que tener mucho cuidado con una delgada línea que pueda matar el emprendimiento o el desarrollo de nuevos productos.

Por otro lado, las limitaciones de las empresas fintech son las que tienen todas las empresas tecnológicas o las *startups* en el país; las fintech no están exentas. Estas limitaciones son: no hay una industria de venture capital desarrollada. Si le sumas a eso, que no hay una regulación clara para su desarrollo, ya es mucho riesgo para una inversión riesgosa. Ello genera que no muchas de las empresas puedan terminar de desarrollar correctamente su modelo de negocio puesto que no tienen la capacidad de acceder a inversión. Con lo cual, nos estamos graduando con una generación de emprendedores que no sabe o les cuesta levantar capital, lo cual también responde a que no hay un marco regulatorio.

Por ejemplo, hasta antes de que salga el Proyecto de Ley, la única empresa de crowdlending operando en el país era Afluenta. Actualmente lo sigue siendo, pero ya hay proyectos de cuatro o cinco empresas que van a entrar al mercado. Esto te dice que cuando las reglas están claras, el emprendimiento si se va desarrollando o los ecosistemas se van desarrollando y dinamizando, e ingresan más actores al mercado.

**8. ¿Cuáles son los aspectos que considera deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera?**

Un correcta regulación e integración con los planes de inclusión financiera del estado es fundamental. En ese sentido, no importa el desarrollo ni cuantas fintech puedan ingresar al mercado, si se les va a ver siempre como entes excluidos a un sistema financiero y vamos a ser considerados siempre como empresas tecnológicas. Nosotros no queremos ser considerados empresas tecnológicas, nosotros queremos ser considerados empresas financieras con base tecnológica que es diferente.

El BCRP está escuchando y recopilando información, nosotros desde la Asociación les reportamos continuamente de manera periódica, y ellos están recopilando información para ver realmente el impacto progresivo de las fintech. Por ejemplo, de los 17 millones de Afluenta, 15 millones se han dado en los últimos 16 meses. Este ratio de crecimiento también lo han tenido las empresas de casas de cambio y las empresas de medios de pago. Este ratio permitirá al BCRP hacer una proyección para los planes de inclusión financiera de los siguientes 5 años y conocer realmente cual será el impacto de las fintech.

## Entrevista N° 09

Fintech	:	AgroInvesting
Entrevistado	:	Alberto Falcón Director de Estrategia Corporativa de AgroInvesting
Fecha	:	17 de julio de 2019

**1. ¿Cómo nació AgroInvesting y cuál fue el objetivo de su lanzamiento? ¿Cuál es su público objetivo?**

Se fundó en 2017. Lo que hacemos es conectar solicitantes de créditos con inversionistas enfocados al sector agrícola porque la mayoría no tiene acceso a financiamiento. Ellos son nuestro público objetivo, les damos la posibilidad de acceder a créditos mediante garantías hipotecarias, así no sean bancarizados. La mayoría no son bancarizados.

Somos intermediarios (como un P2P *lending*). Cuando el inversor fondea ello va directo a la cuenta del solicitante. Somos una plataforma de intermediación no siendo intermediarios financieros. Ahora estamos incorporando también microcréditos, tipo *crowdfunding*.

**2. En su opinión, ¿la tecnología tiene potencial para mejorar la inclusión financiera?**

Sí. Es más accesible para estas personas (no bancarizadas) solicitar servicios financieros. En nuestro caso, para los agricultores que se encuentran más alejados. Nos han llegado propuestas de bancos como Citibank y adicionalmente estamos coordinando para trabajar con Visa y Mastercard.

**3. En específico, ¿considera que las fintech constituyen una herramienta para promover la inclusión financiera en el Perú?**

Claro. La banca tradicional no tiene una política de perfilamiento sobre el agro. El sistema tradicional evalúa a los usuarios sin tomar en cuenta la realidad del agro. No está alineado porque sus flujos son distintos, entonces eso hace que se etiquete al sector como de alto riesgo. Nosotros ya hemos administrado y sus tickets son de morosidad cero.

El porcentaje de personas no bancarizadas en el sector agrícola en el Perú es de 86%. Este sector no cree mucho en los bancos; las cajas llegan, pero no pueden coberturar todo.

**4. ¿Su modelo de negocio está apoyando la inclusión financiera? De ser así, ¿cómo lo están haciendo?**

Sí. Tenemos un nicho que necesita un alto grado de bancarización. Nuestro equipo ha trabajado en banca y hemos evaluado todas las industrias que existen en el mercado. Pero en la agricultura es donde encuentras algo muy puntual; si logras un impacto, erradicas la pobreza.

Cortamos el círculo de la visita operativa y lo hacemos prácticamente todo en línea a un 100%. Ahora estamos trabajando un proyecto y estamos viendo la posibilidad de que exista un *sandbox* que ayude a impulsar la inclusión financiera del sector agrícola.

**5. ¿Cuál es el número y monto en créditos otorgados por AgroInvesting?**

Cuando surgió AgroInvesting en 2017, en la primera fase de la empresa, se colocó un poco más de S/ 11.5 millones. La mayoría de solicitudes que recibimos es de Huánuco.

**6. Según el informe Global Findex 2017, las principales barreras de la inclusión financiera en el Perú son el costo y la falta de confianza en el sistema financiero. Al respecto,**

**a. ¿Cómo AgroInvesting está/ha combatiendo/combatido la barrera del costo?**

Tratamos de ser accesibles. Tenemos tasas que van de 19% a 44%. Si el solicitante no es bancarizado, ello también influye en las tasas.

Realizamos el análisis de riesgo mediante Equifax. Perfilamos, tenemos siete distintos tipos de perfiles y el nivel de eficiencia o riesgos se maneja en base a colaterales o garantías. En caso sea un cliente bueno se le otorga un microcrédito que son tickets desde 500 hasta 30,000 soles porque tienen bajo endeudamiento, no representan un incremento de deuda en el largo plazo, etc.

Finalmente, tenemos que considerar que el análisis de riesgo de la banca tradicional está asociado más a la banca de consumo, por lo que, no hay una política de perfil de riesgo crediticio del agro.

**b. ¿Qué medidas han adoptado para generar confianza entre sus usuarios?**

Mediante redes, los invitamos a nuestras oficinas en tanto sea posible. Les brindamos toda la información que necesitan. Tenemos alianzas con Jhon Deere que es un fabricante de maquinaria agrícola y que tiene una cartera de clientes, lo que también nos permite dar confianza a los inversionistas. Competimos en Start Perú de Promperú.

**7. ¿Cuáles considera son las limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos?**

Considero que el sistema financiero está blindado a los bancos (existe un tope de tasas de interés para empresas que no están dentro del sistema financiero). El tema de las tasas es complicado. No podemos operar superar la tasa de 44%.

Otro punto importante es que ellos no pagan IGV. Ello desvirtúa el modelo porque nosotros atendemos segmentos que la banca no atiende. Si logramos un impacto del 14% de bancarización de los que están no bancarizados en el sector agrícola, superaríamos el PBI de minería. El asunto es permisibilidad en beneficio de todos.

Otra limitación son las barreras de entrada. Creemos que los bancos nos consideran competencia porque atraemos los fondos de los depósitos a plazo (a través de los inversores). Hemos tenido casos en los que han querido limitar con el objeto de que los inversores no retiren sus fondos del banco.

**8. ¿Cuáles considera son las oportunidades que ofrece el contexto actual para que las fintech puedan promover la inclusión financiera en el Perú?**

Pensamos aprovechar la Alianza de Pacífico. Si haces una comparación de tamaño de mercado, el conjunto de países que la conforman es más grande que Brasil.

**9. ¿Cuáles son los aspectos que considera deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera?**

El gobierno recién se está poniendo las pilas. En otros países como Reino Unido, te exoneran de impuestos por dos años, te ayudan a capitalizarte en esos años.

Cuando aquí nos presentamos ante los reguladores, nos comentaron que no trataban asuntos de impuestos. El objetivo es que, con la regulación, las reglas de juego se equiparen. En México ya hay una regulación; necesitamos ello para que el inversionista tenga mayor confianza. También debe protegerse el libre mercado.

Si se da el tema del *sandbox* en Perú, sería el primer país en América Latina que lo aplica. Si tienes un proyecto que puede generar un impacto en la inclusión financiero, la SMV debería otorgar una licencia para que pueda operar dicho producto. Ello está incluido dentro del Proyecto de Ley presentado al Congreso. Se estima que salga el último trimestre de este año.

## ANEXO IV.2. Entrevistas a abogados financieros especializados en asesoría a compañías del sector fintech

### Entrevista N° 10

Entrevistado : Álvaro Castro Lora  
Socio de Sumara Hub Legal  
Fecha : 12 de julio de 2019

#### 1. Desde su punto de vista, ¿las iniciativas dadas en el marco de la ENIF han contribuido al desarrollo de los servicios financieros inclusivos?

En mi opinión, no. La gran iniciativa en el marco del ENIF era el uso del dinero electrónico para bancarizar a los no bancarizados. La verdad es que hay solo cuatro emisores electrónicos en el Perú, de los cuales podemos decir que solo una es la que realmente opera de manera seria, el resto hace *whitelabor* o línea blanca para terceros básicamente porque es muy caro. Por un lado, el costo regulatorio y capital social es muy alto; y además debes poner un fideicomiso que te cobra un *fee*, y además tienes que provisionar el cien por ciento; entonces es sumamente oneroso.

Creo que es un fracaso, al menos hasta este momento, sé que hay iniciativas, luego los bancos que no requieren licencias adicionales efectivamente están haciendo algunas iniciativas, pero creo que la finalidad del dinero electrónico era llegar a gente que no tenía dinero en los bancos; y, que a las empresas que no son bancos les sea tan complicado emitir dinero electrónico, creo que es una contradicción con la finalidad de esta figura.

Lo que sí ha funcionado es el impulso al financiamiento a las pymes via *factoring*. Ese sí es un caso exitoso; se modificaron las normas, se hizo intervenir a Cavali y a la Sunat, etc. Hoy, mal que bien, con algunos problemas a nivel de la firma electrónica, se tiene un mercado de facturas electrónicas que está creciendo de forma progresiva y se espera que en algunos años represente unos cuantos puntos porcentuales del PBI. En ese sentido, se está otorgando financiamiento a las pymes que normalmente tenían como único mecanismo ir al Banco a descontar sus letras. Ahora, el mercado de valores es el que, de alguna manera, provee de liquidez a las pymes.

#### 2. Desde su perspectiva, ¿considera que con el modelo actual de la banca tradicional se está logrando atender a segmentos excluidos o subatendidos?

Creo que no es una respuesta de tipo blanco y negro porque es verdad que el Perú ha avanzado en términos de inclusión financiera. Hubo un reporte de *The Economist* que salió a finales del año pasado, en el cual señalaron que los países que más habían avanzado en inclusión eran Colombia en primer lugar y Perú en segundo lugar, era una muestra, pero hay ciertos avances.

El reto es que la regulación de los bancos representa, al mismo tiempo, una limitante tanto en términos de costos, si mantienen la estructura física. Les cuesta digitalizarse tanto en sus estructuras como en las evaluaciones a los clientes, cuándo y a quién pueden prestarle; y hay un tema también de las tasas de interés muy discutible.

En mi opinión, las tasas de interés deben ser libres. Mi posición (y también la comparte el gerente de estudios económicos de ASBANC) es que si tú quieres impulsar la competencia no puedes colocar topes a las tasas de interés porque es control de precios; lo cierto es que en la práctica es una especie de protección a los bancos, como una barrera. Y si la gente no va al banco a obtener un préstamo es porque, por su perfil, la tasa de interés es muy alta por ser muy riesgoso o simplemente no le van a prestar. A esa persona, fuera del sistema bancario, le pueden dar una tasa distinta, pero ello no puede suceder, por lo que se genera es la aparición de prestamistas informales, sobrecostos de transacción, poca protección y poca competencia.

La justificación está por el lado del ahorro por ello se regula a los bancos, pero si una empresa quiere prestar a la tasa que quiera y el deudor acepta esas condiciones, no veo porque no habría de hacerlo. Creo que la banca no ha desarrollado mecanismos de *scoring* crediticio adecuado para un país donde el 70% de la PEA está en el sector informal y tal vez porque está cómodo en el segmento donde opera o porque la regulación recién va a empezar. Recuerda que hace 10 años cuando empezaron las microfinanzas y los bancos empezaron a comprarlas, pero empezaron a reformarlas. Se acercan más ahora al sector tradicional. Aumento la morosidad en la cartera, pero creo que fue acertado el modelo para atraer a los no bancarizados.

**3. En su opinión, ¿la tecnología promueve la inclusión financiera?, ¿cómo puede fortalecer el uso de los servicios financieros (sobre todo a nivel rural y zonas alejadas)?**

Me gusta un caso de una matemática alemana que desarrolló un algoritmo para evaluación crediticia para zonas rurales de África Subsahariana, especialmente Kenya. Era un modelo de *scoring* basado en *big data* que sacaban de los teléfonos móviles. Cada cliente autorizaba que la compañía de teléfono entregara información a las instituciones financieras. En esas zonas no hay títulos de propiedad, entonces entras a la casa que dice ser suya, pero no sabes si realmente lo es. Lo que hizo la fintech fue sacar un modelo en base a geolocalización, si tu te mueves diariamente durante un mes unos 3 km a la redonda eres menos riesgoso que si te mueves 800 km a la redonda; significa que tienes un trabajo constante. Si tu red de contactos es de 10 a 15 personas eres menos riesgoso si solo interactúas con tres. Si en algún momento te quedas sin trabajo puedes pedirles ayuda. Si hay tecnología, pero había un giro en el modelo crediticio. Eso es un contexto similar al que tenemos en zonas rurales en Perú. Con ejemplos así, la tecnología podría promover la inclusión.

**4. En específico, ¿considera que las fintech constituyen una herramienta para promover la Inclusión financiera en el Perú? ¿Cómo estaría ocurriendo ello?**

Si creo sin ninguna duda. Engloba modelos muy diversos y dentro de ello es cierto que no todos apuntan a la inclusión. No todas las fintech, diría que es un porcentaje menor. Las que hacen *factoring* creo que hacen un gran servicio, las de *lending* en la medida que van a sectores excluidas. Hay una que está yendo a sectores agrícolas. En otros países las fintech lo que proveen es experiencia de usuario, aquí el reto es la inclusión.

**5. “La inclusión financiera es el acceso y uso de los servicios financieros de calidad por parte de todos los segmentos de la población.” (CMIF, 2015, p.13). Al respecto, ¿considera que en nuestro país las fintech están brindando servicios financieros con valor?**

Con el valor incluyendo inclusión financiera, no todas. Hay que ser realistas. Por ejemplo, Agente Cash, no es tan tech. Ellos van al pueblo hacen el *collection* de los servicios y luego pagan, no es tech, pero es totalmente disruptivo porque la gente no estaba acostumbrada a ello en esas zonas. En estos negocios la parte tech es clave, pero como todo *startup* es qué problema quieres resolver. Algunos están viendo problemas de otro tipo, tal vez más digitalización, cultura de inversión o ahorro. En inclusión creo que aún estamos en pañales. Estuve en un evento el año pasado organizado por el BID y hubo un ejemplo de una empresa que había creado identidad y geolocalización para personas que viven en Argentina, pero en condiciones humildes. Para obtener su DNI debían presentar documentos que implicaban vivir en una calle, por ejemplo. En Argentina con un blockchain registraban la posición de la persona y tenían enlace con el sistema de registro de identidad y a partir de ahí podían obtener su documento de identidad.

**6. ¿Cuáles considera son los riesgos que enfrentan las fintech y cómo deben gestionarse?**

Hay varios, primero la fintech debe tener claro cuál es el problema que resuelve y cual no. Muchas veces la fintech intentan abarcar demasiado y se choca con una realidad. Alinear expectativas.

Las fintech surgen posterior a la crisis del 2007. Lo peor que podría pasar es que la fintech pierda la confianza de los usuarios, sino cual sería la diferencia con los bancos. Lo que vende es la cercanía

porque la tecnología pone al usuario al medio del diseño mientras el banco pone al negocio en el medio. Creo que el reto es mantener al usuario al medio.

La regulación no genera confianza necesariamente, lo que genera confianza es la calidad del servicio, es un tema clave. Igual, al no estar regulados, la fintech debe tener mucho cuidado en cuanto la regulación no se adapte o de que sus modelos no sean abiertamente ilegales porque luego lo peor que le puede pasar es cuando quiera escalar es que tenga una barrera impuesta por el estado.

Reguladas están, aunque no de manera específica, no están supervisadas. La discusión es que modelo de fintech requiere regulación. Qué pasa con los modelos de *P2P lending*, eso requiere regulación, podría ser. Hay que ver que riesgos son los que requieren regulación específica.

Para los emprendedores hay un sesgo de que la regulación es cara y hace que prioricen otros temas, probablemente sea una actitud correcta en una *startup*, pero no en una fintech. Porque si no se valida el modelo de negocio al principio, puedes invertir dinero por gusto.

**7. ¿Cuáles considera son las limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos?**

Uno es el tema de la contratación electrónica. En el Perú la firma digital, electrónica, los que están inscritos ante Indecopi. Si no trabajas con ellos, podrías ser cuestionado judicialmente y depende de cada modelo de negocio. Lo cierto es que hoy todos contratamos electrónicamente como cuando contratas por *Amazon*.

La segunda es el tope de la tasa de interés es una ventaja competitiva injustificada para los bancos, pero es control de precios. Lo justo sería que las fintech puedan competir con otras tasas de interés.

El IGV también es otra discusión. El tema tributario también es un tema clave.

**8. ¿Cuáles considera son las oportunidades que ofrece el contexto actual para que las fintech puedan promover la inclusión financiera en el Perú?**

Las oportunidades están en las características de nuestro país. 60% de no bancarizados, los que no tienen cuenta de ahorro o dinero móvil. Si calculas cuanta gente no tiene un producto de crédito es más alto aún. Mi primera experiencia fue en una empresa que hoy sería como una fintech, era una plataforma de tech y otorgaba P2P lending, no era un modelo que se basaba en fintech. Básicamente era préstamo de garantía hipotecaria. No recibimos el apoyo en aquel momento, creo que las fintech pueden bancarizar gente dar trackrecord a los clientes.

**9. ¿Cuáles son los aspectos que considera deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera?**

Primero resolver los problemas que he mencionado sobre la regulación y las tasas de interés. También el tema de infraestructura. El año pasado hubo un evento, en el que dieron un dato sobre Alemania y cuanto era la distancia de ir a un cajero o agencia y era en promedio 30 o 45 minutos y en Perú era un día y por regiones 2 o 3 días. De que inclusión podemos hablar si no tenemos infraestructura. Eso es un tema del Estado. Hay un requerimiento importante sobre infraestructura y conectividad.

**10. Desde hace un tiempo, los bancos en nuestro país están observando a las fintech como aliadas e inclusive, vienen celebrando convenios de colaboración. Al respecto, ¿cuáles consideran son los aportes de las fintech a los bancos para atraer a las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional?**

Creo que están tomando más interés por la digitalización y experiencia al cliente. No siento que estén hoy en día enfocados en modelos fintech que tengan impacto en inclusión.

**11. ¿Considera que el open banking o banca abierta ya implementado en Europa ofrece una oportunidad para promover la inclusión financiera en nuestro país?**

Sin duda porque hay muchas limitantes con costos regulatorios. Si no tengo que hacer tantos trámites podría haber una dinámica que impactaría en la inclusión financiera. Soy escéptico respecto al *open banking*. La discusión de quien es el cliente. Hay un tema cultural más que regulatorio. Hay un reto importante porque en lugar de pelear por un segmento de cliente, la propuesta es hacer colaboración abierta.

## Entrevista N° 11

Entrevistado : Ljubica Vodanovic  
Socio Fundador de Vodanovic Legal  
Fecha : 08 de julio de 2019

### 1. ¿Cuál es el contexto actual de las fintech en Perú?

Es una industria incipiente; sin embargo, está creciendo muy rápido. Incipiente porque, generalmente, este segmento financiero de hacer servicios financieros o de facilitar servicios financieros usando la tecnología lo están haciendo principalmente *startups*. Empresas que tienen una idea y quieren lanzarla al mercado; entonces crean su empresa y se llama fintech; y cuando vas a verla y haces un doble check en realidad no están usando la tecnología en particular, sino que solo tienen un sitio web, es por eso que ves tantas fintech en Perú, pero no necesariamente todas están siendo empresas serias empleando un modelo fintech.

Mi firma ha encontrado 124 empresas fintech y eso que ha excluido varias porque no están operativas. Solo se han considerado a las que tienen su RUC y tienen su sitio web en marcha (operativo) y, aun así, hemos contado 124. De todas esas, te digo que no todas están utilizando tecnología, no necesariamente están bien consolidadas, sino que están probando.

Lo que creo que va a pasar en el mercado peruano es que conforme pase el tiempo y las normas empiecen a sincerarse para fomentar los servicios financieros, varias fintech podrán estar a la altura; por ejemplo, la nueva norma de *crowdfunding* que va a salir y varias otras van a tener que retirarse que es lo que está pasando en México, donde habían más de 400 y varias han tenido que retirarse en el proceso de adaptarse a la nueva regulación. Eso es algo natural que va a pasar. En esa línea, he visto que hay mucho desconocimiento, es un tema de educación financiera que yo lo considero inclusivo no solamente con educar al no bancarizado sino al mercado para que sepa qué hay y cómo se rige este mercado. Las fintech tienen que saber que, a pesar de no tener una regulación inclusiva específica a su vertical de negocio, sí existe una regulación transversal a todas ellas, como la de prevención de lavado de activos y protección al consumidor, protección de datos, entre otras implicancias tributarias, límites a tasas de interés; entonces no se trata de tener la idea y lanzarte sino cuidar también el *compliance*, el cumplimiento de todas esas normas es lo único que te va a asegurar que crezcas serio y luego puedas captar inversores.

### 2. Desde su punto de vista ¿Las iniciativas dadas en el marco del ENIF han contribuido al desarrollo de los servicios financieros inclusivos?

No. Desde mi punto de vista la iniciativa ha sido buena, pero carece de ideas concretas que permitan impulsar la inclusión financiera utilizando la tecnología. Eso le falta. Leyendo la ENIF actual, que dicho de paso va a ser revisada porque se va a lanzar una nueva este año, le faltan medidas concretas como, por ejemplo, voy a eliminar esta barrera, estos *hubs* o plataformas, etc. Estoy segura que la ENIF que salga ahora va a incluir a las fintech porque representan una herramienta para generar inclusión financiera. Entonces, ¿qué necesitan las fintech para generar inclusión financiera, que la política pública del Perú; es decir, la nueva ENIF, les permita hacerlo.

### 3. Desde su perspectiva ¿Considera que con el modelo actual de la banca tradicional se está logrando atender a segmentos excluidos o sub atendidos?

No, no se está logrando. La banca tradicional ya está siendo transformada. Como la entendemos nosotros, es la banca que se dedica a la intermediación financiera, captación de fondos del público para prestarlos por las vías tradicionales. Hoy todos los bancos hablan de la transformación; entonces el concepto de banca tradicional ya se está dejando a un lado para dar paso a la banca digital que busca acercarse a su público y más clientes a través de canales digitales. Entonces, te diría que no porque la banca tiene que usar canales que se acerquen a la gente. Entonces ahí vas a

encontrar más problemas como la conectividad. Ahí lo que se tiene que hacer, creo yo, es un trabajo público y privado. Público, a través de sus políticas públicas como el programa que ha sacado Telefónica con el BID (internet para todos). El sector privado también debe hacer lo suyo en el mundo no solamente tienes que utilizar la conectividad para tus servicios digitales, hay servicios que se usan *offline*, hay algunos que se suspenden hasta que agarras una señal, hay otros que son un híbrido; entonces esa es la tarea. Todos tienen celular, pero sin internet, entonces hay canales *offline* que tú les puedes facilitar si es que te interesa desarrollar servicios para ellos como agente cash, cash net, red digital y varias otras.

**4. En su opinión ¿La tecnología promueve la inclusión financiera?, ¿cómo puede proveer al usuario servicios financieros (sobre todo a nivel rural y zonas alejadas)?**

Sí promueve porque la tecnología en realidad está logrando facilitar tareas; por ejemplo, hablando de un servicio financiero de préstamos, hay tecnología como la inteligencia artificial que ya está permitiendo hoy analizar la capacidad de pago de personas excluidas del mercado financiero que no tienen un reporte; sin embargo, usan celulares, entonces esa tecnología aplicada a ellos, combina la *big data* con la inteligencia artificial para predecir sus patrones de comportamiento y saber que van a ser buenos o malos pagadores. De esa forma la tecnología está permitiendo a las empresas del sistema financiero poder saber si van a poder tener clientes con capacidad de pago. En Perú, conozco un caso (no voy a decir nombres) el punto ahí es que el sector público nuevamente debe permitir ese tipo de alternativas de evaluación crediticia. De nada sirve que tú avances en la tecnología y de pronto tienes una norma que te diga que solamente la capacidad de pago se analiza a través de comportamiento pasado. Es una combinación del privado creando y el público permitiendo.

**5. En específico, ¿considera que las Fintech constituyen una herramienta para promover la inclusión financiera en el Perú? ¿Cómo estaría ocurriendo ello?**

Sin duda. Son una herramienta excelente para promover la inclusión financiera como el ejemplo que te puse y varios otros. Todos tienen celular, es cierto que no todos tienen una cuenta bancaria pero ese 50% que no tienen una cuenta bancaria pueden ser buenos pagadores. Tienen su data metida ahí. Esa data la puedes leer y saber su comportamiento. Con la tecnología puedes mejorar tu proceso de cobranza. Entonces hay infinidad de cosas que puedes hacer con la tecnología para acercar los servicios financieros a este porcentaje de la torta que es el excluido, entonces para mí quienes van a hacer eso son las fintech. Sin duda son una herramienta excelente para generar inclusión financiera.

**6. “La inclusión financiera es el acceso y uso de los servicios financieros de calidad por parte de todos los segmentos de la población.” (CMIF, 2015, p.13). Al respecto, ¿considera que en nuestro país las fintech están brindando servicios financieros con valor?**

Pocas. Algunas de ellas. Si tenemos 124, podríamos decir que algunas de ellas.

**7. ¿Cuáles considera que son los riesgos que enfrentan las fintech y cómo deben gestionarse?**

Riesgo legal. Por el incumplimiento de las normas porque no conocen o porque no se han preocupado en entenderlas. Desconocimiento.

Riesgo operacional y que incluye el riesgo legal y que afecta todas sus operaciones. Fraudes, ciberataques, todo el tema de seguridad de la información que no manejan o no conoce va a generar un riesgo alto de que ello ocurra. Para mí estos son los más importantes.

El mal manejo de esto puede generar un riesgo reputacional. Y el riesgo de lavado; como ellos manejan montos pequeños, no lo veo relevante, pero es un riesgo que no podemos dejar porque hoy en día son pequeños, pero no sabemos más adelante. Te diría que hoy lo más relevante es el operacional que incluye el legal.

Este riesgo se debe gestionar primero preocupándose por conocer todos los riesgos que enfrentan porque muchas veces piensan que su idea de negocio es suficiente. Primero se deben identificar los riesgos que afrontan su negocio para poder gestionarlos y luego desarrollar los recursos de talento para atenderlos.

**8. ¿Cuáles considera son las limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos?**

El tope de la tasa de interés, las fintech que desarrollan *lending* que no son pocas. Para hacer inclusión, lo primero que ofreces no es un ahorro. Primero, servicios más simples como pagos. Pero todos requieren capital.

Dos servicios que son por esencia inclusivos son los financiamientos y los servicios de pagos y transferencias; necesitan un empuje porque hasta hoy solo tenemos la Ley de dinero electrónico que es una ley estricta y prueba de eso es que solo hay cuatro fintech haciendo dinero electrónico.

En el mundo de financiamiento tienen topes para tasas de interés, entonces cuando les dices hagan inclusión financiera y presten al desatendido aplicando la tecnología, te dicen: ok, pero si no me mueven la tasa tope, cómo yo puedo hacer inclusión sino puedo reflejar en el precio del crédito mi riesgo. Yo no estoy para subsidiar operaciones, finalmente no podré hacer inclusión y restringirme sólo a prestar solo al que el nivel de riesgo está por debajo del tope de tasa.

Luego tienes otros, por ejemplo, los servicios financieros están exceptuados del IGV; en cambio en las fintech sí está gravado y quién lo va a pagar, son los usuarios finales quienes probablemente no lo usen. Por ello, no están pudiendo hacer inclusión financiera. Tienen (el estado) que detectar qué actividades se van a exonerar, por ejemplo, el *crowdlending* está exonerado del tope de tasas, pero no de IGV.

**9. ¿Cuáles considera son las oportunidades que ofrece el contexto actual para que las fintech puedan promover la inclusión financiera?**

La enorme demanda de estos productos porque 60% de peruanos no tienen una cuenta. La pregunta es cómo llegar a ellos. La tecnología debería reducir costos en principio, pero cuando haces el análisis serio y empiezas a ver las normas que aplican empiezas a subir costos.

**10. ¿Cuáles son los aspectos que considera deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera?**

Ya lo he explicado. La regulación y mejorar el aspecto de la competitividad y nuevamente el estado empujando a que haya más agentes para que haya más servicios que solamente los tradicionales. Por ejemplo, el *open banking* es una excelente alternativa para generar mayor competitividad porque es abrirle la información de los clientes a nuevos agentes, pero hay todo un tema de cómo se va a regular.

**11. Desde un tiempo, los bancos del país están observando a las fintech como aliadas inclusive, vienen celebrando convenios de colaboración. Al respecto ¿Cuáles considera son los aportes de las fintech a los bancos para atraer a las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional?**

En mi experiencia son fintech que van a servir para que el banco aumente su base de clientes o mejore sus procesos. No las que son competencia del banco. Todavía no las he visto juntándose con bancos sacando marca compartida. Lo que vemos principalmente es para ampliar su base de datos. Fintech que les dan referidos. Hacen el *time to market* más rápido.

**12. ¿Considera que el Open Banking o banca abierta ya implementado en Europa ofrece una oportunidad para promover la inclusión financiera en nuestro país?**

Es una pregunta difícil. En principio debe ayudar porque abre mercado (genera competencia). Primero les dice a los clientes, tu data es tuya, tú decides que agente te prestará los diferentes servicios; no necesariamente porque tengas en un banco tu dinero, él va a tener que hacer todo. Obliga al banco a facilitar la data de estos usuarios a través de las APIs a esos agentes que el usuario decida previo análisis del cumplimiento por parte de esos terceros que son *fair services providers* como las fintech. En Europa está hecho para pagos y transferencias. El tema es que lo han hecho obligatorio. El reto en Perú es cómo vamos a hacer un sistema así que funcione para los dos lados. Cómo van a hacer que esa apertura sea algo seguro y que al banco también le resulte, que no pierda todo lo que ha desarrollado en ello. La competencia es buena; sin embargo, si los bancos van a compartir información, cómo se va a compartir si les ha costado (cómo hacer para que ellos no pierdan).

De otro lado, se debe empezar a desarrollar sandboxes regulatorios en el Perú; es una oportunidad. Hay un Proyecto de Ley de Crowdfunding y hay un punto de sandboxes. Esto veo más factible que el Open Banking.

## Entrevista N° 12

Entrevistado : Oscar Montezuma Panez  
Socio Fundador de Niubox Legal Digital  
Fecha : 11 de julio de 2019

**1. Desde su punto de vista, ¿las iniciativas dadas en el marco de la ENIF han contribuido al desarrollo de los servicios financieros inclusivos?**

No conozco ningún avance específico con relación a iniciativas que hayan salido de esta Comisión.

**2. Desde su perspectiva, ¿considera que con el modelo actual de la banca tradicional se está logrando atender a segmentos excluidos o subatendidos?**

Creo que el modelo actual tiene limitaciones y es precisamente ahí donde las fintech pueden cumplir un rol fundamental. Hay un espacio para el complemento muy propicio. Eso sí, la banca tradicional no solo tiene que ser muy ágil sino transformarse en una empresa de tecnología, de lo contrario correrá el riesgo de quedar desfadada.

**3. En su opinión, ¿la tecnología promueve la inclusión financiera?, ¿Cómo puede fortalecer el uso de los servicios financieros (sobre todo a nivel rural y zonas alejadas)?**

Sí, definitivamente la tecnología promueve la inclusión financiera.

Se puede fortalecer a través de políticas públicas sostenidas en dos frentes:

- Conectividad. Mientras sigamos teniendo una brecha digital amplia va a ser difícil lograr la deseada inclusión financiera. El Ministerio de Transportes y Comunicaciones debería dividirse y permitir la creación de un Ministerio de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información con una agenda clara orientada a lograr el 100% de conectividad en el país. Actualmente el MTC es un ministerio donde la prioridad está 90% en Transportes y 10% en comunicaciones.
- Agenda pro tecnología de parte de los reguladores financieros. En la actualidad percibo mucha cautela por parte de los reguladores en torno a contar con una agenda digital clara a favor del desarrollo del ecosistema digital. BCRP, INDECOPI y SBS deberían crear la agenda digital financiera, un documento con lineamientos claros de hacia dónde ir en materia de inclusión financiera digital.

**4. En específico, ¿considera que las fintech constituyen una herramienta para promover la Inclusión financiera en el Perú? ¿Cómo estaría ocurriendo ello?**

Sin duda sin embargo creo que deben tener el respaldo del gobierno. Ojo que fintech puede ser una startup como el desarrollo de un producto o servicio de un actor establecido (p.e. banca tradicional). Se piensa normalmente (en mi opinión de forma errónea) que fintech está referido solo a startups.

**5. “La inclusión financiera es el acceso y uso de los servicios financieros de calidad por parte de todos los segmentos de la población.” (CMIF, 2015, p.13). Al respecto, ¿considera que en nuestro país las fintech están brindando servicios financieros con valor?**

Las *startups* fintech creo que están en un estadio inicial donde vienen demostrando que ofrecen servicios con valor y calidad, priorizando el tiempo y rapidez. Miremos los ejemplos de casas de cambio digitales o de empresas de microprestamos. Lo que hace falta nuevamente es mayor conectividad y masificación de este tipo de servicios.

**6. ¿Cuáles considera son los riesgos que enfrentan las fintech y cómo deben gestionarse?**

Principalmente el cumplimiento de normas o de estándares que los mantengan alejados de temas como el lavado de activos. Esto y un adecuado marco normativo pro fintech serán claves en el futuro del desarrollo del sector en el Perú en los siguientes 5 años.

**7. ¿Cuáles considera son las limitaciones que enfrentan las fintech para ofrecer servicios financieros inclusivos?**

Principalmente de tipo regulatorio. Falta voluntad para apostar por una agenda pro fintech, para habilitar el fenómeno fintech bien sea liderado por una startup o por una entidad financiera establecida.

**8. ¿Cuáles considera son las oportunidades que ofrece el contexto actual para que las fintech puedan promover la inclusión financiera en el Perú?**

Fundamentalmente el poco acceso a servicios financieros que tiene la población.

**9. ¿Cuáles son los aspectos que considera deben desarrollarse en el Perú para que las fintech puedan fomentar la inclusión financiera?**

Este punto lo he abordado en respuestas anteriores.

**10. Desde hace un tiempo, los bancos en nuestro país están observando a las fintech como aliadas e inclusive, vienen celebrando convenios de colaboración. Al respecto, ¿cuáles consideran son los aportes de las fintech a los bancos para atraer a las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional?**

Las fintech pueden complementar la oferta de las entidades financieras tradicionales, a eso se deben los acuerdos de colaboración o incluso las compras de fintech por parte de bancos. Sin embargo la convivencia no siempre es pacífica, algunas fintech *startups* alegan que los bancos les cierran las cuentas bancarias que tienen abiertas con dichas instituciones lo cual dificulta el funcionamiento de su negocio.

**11. ¿Considera que el open banking o banca abierta ya implementado en Europa ofrece una oportunidad para promover la inclusión financiera en nuestro país?**

Es una alternativa que puede promover la interoperabilidad de plataformas en el sector y por ende la inclusión. Quizás este es el punto de mayor resistencia por parte del sector financiero más establecido sin embargo cualquier regulación que se pretenda imponer sobre el tema debe ser cuidadosamente estudiada.

### ANEXO IV.3. Entrevistas a bancos

#### Entrevista N° 13

Banco	:	Banco BBVA Perú
Entrevistado	:	Claudia Ganoza
		Open Innovation en el Banco BBVA Perú
Fecha	:	17 de julio de 2019

**1. Según el informe Global Findex 2017, en el Perú, el 57% de los adultos permanecen no bancarizados. Al respecto, ¿qué medidas han adoptado para promover la inclusión financiera?**

Uno de los retos más importantes que tenemos es desarrollar el open market, lo que implica la captación de nuevos clientes del mercado abierto con la finalidad de entregarles productos realmente digitales y sabemos que para poder llegar a cubrir estos objetivos hay muchas cosas que nosotros no podemos hacer solos; no solamente porque pasamos de tener procesos de una banca tradicional, sino porque la propia infraestructura del mercado no permite que se consigan fácilmente estos resultados. Un factor es el poco acceso a internet, alrededor del 45% de peruanos tenemos acceso a internet y de este grupo, un 73% a 78% tiene un Smartphone. Entonces desde ahí, tenemos una barrera de entrada: la comunicación, la interacción.

Luego, tenemos el tema de la informalidad en el país, que esto para nosotros es significativo, estamos buscando la manera de generar inclusión social a través de nuevos modelos de negocio y esto nosotros no podemos hacerlo solos, por lo que estamos buscando aliados desde el mundo de las fintech que puedan ayudarnos en este proceso.

**2. Desde su perspectiva, ¿considera que con el modelo actual de la banca se está logrando atender a segmentos excluidos o subatendidos?**

Yo creo que hoy no estamos llegando ni cubriendo esos segmentos. Hoy tenemos que solo el 60% de peruanos está bancarizado o incluido dentro del sistema financiero. Con lo cual, se abre un porcentaje importante de un público que no está siendo atendido por los bancos y es ahí donde nace la oferta de las fintech, al desarrollar modelos de negocio que cubran la oferta de este segmento.

Algunas fintech que ya tienen desarrollados sus modelos son quienes a nosotros nos interesa tener como aliados.

**3. En su opinión, ¿la tecnología tiene potencial para promover la inclusión financiera?, ¿cómo puede fortalecer el acceso y uso de los servicios financieros (sobre todo a nivel rural y zonas alejadas)?**

En nuestro caso, estamos consiguiendo partners con los que podamos desarrollar programas en conjunto para poder llegar a estos sectores y ahí, de la mano con el estado. Tenemos de aliados al Ministerio de la Producción con Innovate Perú, Wayra que tiene recorrido en este tema, Emprende UP desde el lado del sector privado y de educación, con quienes estamos desarrollando proyectos que van en esa línea.

De otro lado, promovemos la educación financiera a través de *start ups* que han desarrollado un modelo de negocio especializado en incluir tanto a individuos como a empresas dentro de este proceso.

De igual modo, tenemos de referencia a las *start ups* que nos ayudan a llegar al público objetivo (no bancarizado) al que nosotros no podemos llegar. Como te comenté, en el Perú tenemos el problema de la informalidad, el mismo que nos juega en contra ya que no tenemos data que nos

permita obtener el comportamiento crediticio de estos individuos. Para ello, nos servimos de terceros para que nos puedan ayudar a llegar y obtener información de estas personas o empresa. Tal es el caso de Mercania, Mi Bolsillo, Máximo que son *start ups* que están saliendo y que tienen estos modelos de negocio.

**4. En su opinión, ¿cuáles son las ventajas de la “innovación abierta” en los servicios financieros y la banca?**

Primero, hemos entendido que no podemos hacer las cosas solos y segundo, podemos hacer las cosas de manera más ágil a través de un proceso ordenado y para ello surge la figura de Open Innovation a nivel del grupo, que tiene presencia en todos los países donde el BBVA está presente, con la finalidad de desarrollar procesos ordenados que nos permitan conectar con las fintech de manera ágil, eficiente y oportuna, para entregar productos increíbles en manos de nuestros clientes.

**5. Desde hace un tiempo, algunos bancos en nuestro país están observando a las fintech como aliadas e inclusive, vienen celebrando convenios de colaboración. Al respecto,**

**a. ¿Qué los ha llevado a conectarse con las fintech?**

A nosotros, desarrollar productos o servicios internamente en el banco nos demanda demasiado tiempo, a pesar que estamos dentro de una nueva estructura ágil; nos podemos pasar más de un año desarrollando un sistema, una aplicación y, adicionalmente, nos demanda mucho esfuerzo y recursos, que haciéndolo a través de alguna fintech o *start up* que ya tiene un modelo de solución probado y con la que el proceso de integración es más sencillo. La flexibilidad que ellos tienen para desarrollar de manera rápida los productos nos ayuda a estar un paso adelante en pro de brindar un producto o un servicio de calidad a los clientes.

**b. ¿Las fintech están ayudando a los bancos para atraer a las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional?**

En mi opinión, sí

**6. ¿Considera que el open banking o banca abierta ya implementado en Europa y Asia ofrece una oportunidad para promover la inclusión financiera en nuestro país?**

Sí, hoy no la tenemos. El grupo ha creado un área de open banking a nivel global, desde ahí la idea es que generemos APIs que nos ayuden a conectar de manera más sencilla con las *start ups* porque hoy, si bien es cierto hemos generado esta cultura de innovación abierta, todavía nos cuesta mucho el proceso de integración con las *start ups* puesto que no tenemos una infraestructura que nos ayude a conectar con ellos, por lo que tenemos que hacer un desarrollo que nos permita conectarnos.

**7. ¿Cuáles son sus próximos proyectos apoyados en la tecnología para promover la inclusión financiera?**

Tenemos proyectos relacionados a open market, ligados a pequeñas y medianas empresas con la finalidad de atraerlos, sacarlos de la informalidad, conocer el historial de transacciones y a partir de ahí, poder incluirlos dentro de un modelo de financiamiento; y desde el lado de las personas, buscamos ayudarlos a perderle el miedo al banco; todavía tenemos mucho de eso y esto pasa por temas de seguridad, por educar cuan beneficioso les puede resultar tener un producto bancario contra los esfuerzos que realizan, el manejo de efectivo y el riesgo que se corren. Nos toca educar a las personas, mostrándoles el lado de beneficio para ellos mismos y no desde el lado de banco. En este proceso también nos va a tocar flexibilizar algunos temas como las comisiones para que la gente le pierda el miedo a usar los productos y servicios financieros.

## Entrevista N° 14

Banco	:	Banco de Crédito del Perú
Entrevistado	:	Denisse Cuellar StartUps Partnerships Head en el Banco de Crédito del Perú
Fecha	:	05 de julio de 2019

### 1. Según el informe de Global Findex 2017, en el Perú, el 57% de los adultos permanecen no bancarizados. Al respecto ¿qué medidas han adoptado para promover la inclusión financiera?

Sería un error decir que no es la prioridad para el BCP el tema de la inclusión financiera, pero más su preocupación es la digitalización porque cualquiera sea el segmento (bajo o alto), una vez que los digitalizamos vamos promoviendo nuevos aplicativos.

Mi Banco (también del grupo Credicorp) es el que está más orientado a los sectores excluidos.

El lema de hoy dentro del banco es la digitalización. El gran problema aquí es la conectividad, pero imaginemos que, en el mejor de los casos, al gobierno coloca internet en todos lados, pero no es solo eso, hay una parte de educación que se tiene que hacer. Por ejemplo, en Colombia hay un Ministerio de Tecnología; hay más inversión para colocar internet en todos lados y están poniendo oficinas en todos lados para enseñarles.

Lo que he escuchado aquí en Perú es que hay dos empresas (grupos que no es Credicorp) que, dado que el gobierno no está haciendo lo suficiente, ellos mismos están hablando con los medios tecnológicos internacionales y otros para llevar internet a zonas rurales porque saben que el futuro está en estas zonas rurales. Incluso Telefónica está empezando una campaña en un pueblo chiquito. Y es bueno que las empresas privadas busquen eso porque crearían fidelidad total con esas personas.

### 2. ¿Cómo define las fintech?

Para mi Fintech tiene tres pilares, la parte de finanzas, la innovación y la tecnología. Financiera porque propone algún servicio financiero. Tecnología porque tiene que ser tecnológico, debió nacer tecnológico (tal vez no 100% porque se pueden apoyar mucho en el factor humano como tener agentes) pero el *core* de la empresa nació tecnológico. Innovación porque de alguna manera propone algo diferente como cuando surgieron los *P2P* (modelo de negocio diferente) o puede ser simplemente la experiencia diferente. Por ejemplo, si tomo una foto al cheque y ya inmediatamente se va para mi cuenta, esa experiencia del cliente es súper innovadora o tan simple como un aplicativo de banco.

Los bancos siempre eran cuadrículados y, hoy cuando veas los nuevos aplicativos, por lo menos de las fintech, que están en color fucsia, morado, con muñequitos, esa es una experiencia de cliente completamente diferente y eso hace parte de la innovación. De hecho, en Brasil, el famoso *NuBank*, mucha de su diferenciación cuando comenzó fue realmente el UX; tan simple como las pantallas amigables y eso hizo que los bancos cambien por eso es que empezaron a existir las áreas de UX (innovación) en los bancos. Innovación a nivel de modelo de negocio y a nivel de cómo brindo mi servicio.

### 3. En su opinión ¿La tecnología tiene potencial para promover la inclusión financiera?

## **¿Las fintech están ayudando a los bancos a atraer a las personas que se encuentran excluidas o subatendidas por el sistema financiero tradicional?**

Sí, la tecnología te ayuda a atender un segmento mayor porque el costo es mucho menor, y así voy a incluir a más personas, pero hoy no creo que sea la bandera (prioridad de los bancos), aunque sí se hace.

El movimiento de fintech en Latinoamérica sí fue el boom y comenzó en Brasil. La característica del sector financiero de Brasil es que todos los bancos te cobran excesivamente. Creo que las tasas de intereses en tarjetas de crédito eran de 300% y aquí es algo de 45%. Y ahí (Brasil) los bancarizados son 40% versus 60% (actualmente aproximadamente), pero todos los *founders* de fintech dijeron que realmente la oportunidad estaba en atacar el mismo mercado que los bancos porque el banco propone sus márgenes, pero yo como fintech solo propongo 100% de tasa de interés, mucho menos que el banco y yo como fintech gano dinero y el cliente final también está contento. Por eso mucha de las fintech se están yendo al mismo sector que los bancos.

México es el segundo y es el que se parece más a Perú. El mercado brasileño es mucho más arriesgado en todos los sentidos. Recién ahora están empezando a ir a Asia porque justamente la innovación está más en China, pero antes no (siempre fue Estados Unidos). La diferencia con México es que ahí la fintech no le quiso hacer la competencia a los bancos.

No hay alguna fintech igual que *NuBank*, pero *Kueski* y *Konfio* (tienen buenos inversionistas) son buenos, van para *microlending*. El sector de pagos y *lending* son los más predominantes.

Aquí, por lo que he entendido, es que te dan (las fintech) préstamos super flexibles *online* y todo lo que quieras, pero las tasas son hasta más caras que las de un banco porque te estoy dando un súper UX y diversidad, así que es normal que te cobre más. Entonces también se están volviendo usureros con el mismo usuario. El problema del *lending* es ese, que sus tasas son altas. Por ello no despega, sobreviven, pero no despegan.

Hoy aquí, creo que las mismas fintech están pecando igual que los bancos. Como cuando ningún banco está con su bandera de la inclusión, las fintech tampoco. Ellos podrían salir con su bandera, aquí no lo venden lo suficiente. En cambio, en México sí salen con su bandera y es parte de su *speech* y también es una manera de conseguir inversión. En Brasil, el *founder* de fintech ve que hay más dinero haciendo competencia al banco, entonces va por ahí. Hay una que es *Avante*; como es la única en Brasil que está haciendo inclusión ya ganó renombre y ha sacado un centro de innovación en Israel.

#### **4. ¿Por qué crees que las fintech han venido en aumento en el Perú? y ¿cuál es la posición de los bancos frente a ello? ¿Nos puede comentar sobre *Culqi* y si piensan realizar alguna alianza con alguna compañía de este sector?**

El número de fintech en Perú se ha incrementado porque están de moda. Por ejemplo, en Brasil lo que ayudó a que creciera el boom de las fintech fue porque hubo una crisis económica muy grande, entonces los bancos despidieron un montón de gente que tenían experiencia. Lo mismo que pasó en Inglaterra. Ahora que, entre comillas, la situación está mejor en Brasil, cuando ya tienes tu propio negocio, no vas a regresar a una empresa. Esa gente de 35 años para arriba no está creando una fintech por juego. El problema aquí es que, en realidad, por lo que estoy viendo, son juniors y la experiencia no es mucha. He escuchado que vienen grandes bancos y les ofrecen cargos de gerentes de innovación y murió la fintech; no le ponen suficiente seriedad para seguir.

El problema en Perú es que no hay una fintech que haga bulla. En Brasil hace dos años, *NuBank* hacía bulla y acababa de salir, así como otras dos. La gente se vuelve curiosa. Al inicio, los bancos estaban sorprendidos, no entendían que poner en colores los aplicativos hiciera vender más.

Al inicio, era desconfianza, no le tenían miedo ni nada, no creían que fueran competencia puesto ellos eran grandes. Ya con el tiempo y viendo las tendencias de lo que pasaba afuera pensaron que

solos no iban a conseguir avanzar. Todo está sucediendo muy rápido y empresas gigantescas como *Google*, *Facebook*, *Amazon* están haciendo un montón de cosas entonces no les servía de nada hacerse enemigos de las fintech por ello están creando alianzas. Lo único en lo que hay que ser conscientes es que si se hacen alianzas, pero algunas serán competencia toda la vida. *Nubank* no fue siempre banco digital; recién el año pasado. Ahora sí los bancos lo miran de reojo porque es su competencia.

Un error que me parece existe en el ecosistema peruano de forma general (no solo en el sector de las fintech), es que desde el Ministerio dicen que, como nuestro ecosistema de *startup* es el último a comparación de Brasil, Argentina, Chile o Colombia, entonces tenemos que aprender de los errores de todos ellos para no equivocarnos y subir mucho más rápido. Incluso el BID también lo dijo. Pero me parece un error porque debe ser lo contrario, no puede ser un *copy page* porque sino jamás aprendemos. ¿De qué me sirve copiar lo que hizo Argentina o Chile si no veo cómo funciona aquí en Perú? Y es lo que veo aquí en Perú. Hay muchos juniors y lo único que quieren es que les compren su *startup*, por ello no despegan el sector. No hay propósito. Y ojo que las más antiguas; por ejemplo, *ANDY* están vivas, pero tampoco es que hayan despegado. *Kontigo* no está despegando, pero tienen clientes. El otro es *Culqi*, ellos sí tienen muchos clientes. Interbank ha invertido también en fintech, pero en ninguna de Perú y tiene su justificación porque quieren aprender, ver cómo funciona y traerlo aquí.

Respecto a *Culqi*, fue *Krealo* (del grupo *Credicorp*) quien invirtió en ellos. Considero que el *ecommerce* en el Perú está bien bajo, entonces lo que va a aumentar o crecer son las pasarelas de pago. Por ejemplo, en Brasil hay 500. Aquí solo había *Culqi* y ya tenía un público; entonces, si había que invertir en una *startup* peruana era esa. Es el segmento, (el motivo) por el que invirtieron. Ya tenían su público, pero sí creo que hay un desafío de *Krealo* y creo que lo están viendo ahora.

He escuchado mucho que las *startups* peruanas tienen muchos problemas tecnológicos; por ejemplo, el código está hecho de cualquier manera, trabajan con varias nubes al mismo tiempo porque justamente como estás comenzando jovencito y no tienes mucho dinero, tomas las fuentes gratuitas, por eso luego se te puede caer. Por ello se necesita seriedad. Cuando comienzan a crecer o se alían con un banco ya no pueden atender a todos, me parece que es lo que paso con *Culqi*. *Krealo* le aporta dinero. Nadie del grupo (de las otras empresas) está yendo a *Culqi*, pero con el dinero pueden contratar a *McKinsey* o *IBM* para que los ayude. El negocio o segmento donde están (pasarela) tiene mucho para crecer porque es el *ecommerce*.

Estamos planeando que en algún momento hagamos negocios juntos (con *Culqi*). Para nosotros sí es importante lo de *startups*. Vemos todo, pero la tendencia que estoy viendo, también afuera, es que es la alianza con *startups* - no tanto con fintech - está disminuyendo porque, en realidad, muchas de las fintech, cuando te decía de *Nubank*, no existía nada de UX y se aprendía haciendo alianzas. Ahora ya no necesitas porque hay chicos de UX que pueden hacer eso y hay varios ejemplos en todos lados. Si la parte financiera ya lo puedo hacer internamente (finanzas yo conozco como banco); sin embargo, una *startup* que trabaja con realidad aumentada me puede ayudar puesto hoy no trabajo con realidad aumentada (no es mi *core*) pero podría tener una súper experiencia entonces me conviene tomar esas experiencias o *knowhow* que no tengo. Por eso había alianzas antes porque había cosas que hacían las fintech que el banco no sabía; hoy en cambio, hay tantas fintech que puedo copiar de afuera o de aquí y crearlo.

El futuro es que ya desaparece el sector financiero, el banco va a poner varios servicios no solo finanzas, y ahí es donde se van a crear las alianzas. Lo que es con cara al cliente final, implica controles muy altos, por eso no podemos ser más ágiles. Yo tengo mis dudas de las *startups* peruanas. No sé si sigan nuestro ritmo porque hay todo un control tecnológico, en cambio las extranjeras sí responden a ello, a los temas de ciberseguridad. Piensa solo en la plataforma de *Kontigo*; hay varias personas de *Kontigo* que nos han tocado la puerta, pero su plataforma ya nosotros la habíamos creado hace un año o dos. Entonces, por ejemplo, para que voy a ir a tocarle la puerta si ya las hice. En el caso de *Kontigo*, hace dos años, su producto no estaba bien robusto.

La posición del banco respecto a las fintech es más el siguiente: ¿qué tienes que el banco no tenga?

Respecto al riesgo, considero que donde hay más riesgo que los bancos pierdan posición es en los países desbancarizados. Si alguien entra, una fintech extranjera o empresa que se vaya a provincia, se gana el mercado.

**5. ¿Considera que el *Open Banking* o banca abierta ya implementado en Europa ofrece una oportunidad para promover la inclusión financiera en el Perú?**

El *Open Banking* creo que sí puede llegar a la inclusión financiera. Se trata de que te conectas con varios servicios y *startups*, no necesariamente financieras. Puedo dar servicios específicos a las personas que no tiene acceso al financiamiento. Hay un *Open Banking* que es *Fidor* (alemán) pero creo que es complicado que llegue a Latinoamérica, incluso a largo plazo creo. *Fidor* es una plataforma donde hay un montón de otras fintech que también dan préstamos ¿Que hacen? Te dicen ven conmigo y, aunque no te dé el préstamo por mis controles, te puedo llevar a mi plataforma de fintech (donde están mis otros socios) que también dan préstamos y pueden evaluarte, así les das más oportunidad. Se trata de varios actores y servicios.

No creo que llegue aquí porque me estoy canibalizando (esa persona que está bien ya no me va a tocar la puerta, se irá directo a la fintech), pero eso en el caso de préstamos. Pero le puedes poner otros servicios, que eso sí va a llegar de todas maneras a Perú. Por ejemplo, pymes. Yo como banco te doy los préstamos, pero te puedo dar también un servicio de logística, digitalización porque, por ejemplo, la panadería también quiere tener *webside*, eso sí va a existir.

Para pymes es el gran modelo. Ahora estuve en Brasil y hay dos bancos que han puesto su modelo de *Open Banking* enfocado en pymes. La identidad de Latinoamérica son las pymes.

**6. Perú se encuentra aún rezagado en Latinoamérica donde Brasil y México lideran el sector fintech, ¿cómo ve el panorama de fintech en los próximos años en el Perú? ¿Cómo llegar a modelos de éxito como se han dado en dichos países o en otras regiones de Asia y África?**

Un tema es la digitalización. No somos digitales. Para estar digitalizado, uno es el tema de la infraestructura y otro es la educación, enseñar a las personas; por ejemplo, *Avante* (en Brasil) aunque tiene la megatecnología, tres cuartos de sus gastos es en personas. Sus asesores les tocan la puerta a las personas y les enseñan cómo funciona el aplicativo porque es la única manera de convencerlos.

Otro caso es la empresa *Natura*, que en Brasil es el boom, lo que han hecho es que las principales revendedoras es la clase C, lo que hicieron fue darle celulares y enseñarles los aplicativos. Las revendedoras también están influenciando a las personas a que se vuelvan más digitales. Son las empresas privadas entonces que están comenzando a invertir en digitalización. Y, de alguna manera, el banco está empezando hacer eso. En algunas agencias del banco (BCP) están colocando educadores digitales para mostrar cómo funciona el aplicativo. Aquí estamos comenzando, pero cómo vas a conseguir más. Por ejemplo, *Uber*, empezó a regalar smartphones a los taxistas. Recuerdo que dije aquí regalemos celulares para que utilicen aplicativos. En México, hay un Banco que por cierto tiempo empezó a regalar celulares.

Del lado del público es eso, la digitalización y también en Perú hay mucha desconfianza que solo el tiempo dirá si cambia el pensamiento. Del lado de *startups* y fintech sí, tal vez haya talento, pero en todo caso, no se muestra porque no existe la cultura, por ejemplo, las tres (fintech) grandes de Brasil las conocí cuando no eran unicornios, pero cuando el fundador hablaba se notaba que sabía un montón y el público que estaba ahí ya quería utilizar su aplicativo y luego él consiguió convencer a todo su equipo. Creo que eso aquí no hay, no llega esa imagen o a mostrarse. El mismo *influencer* o sus equipos no se muestran.

El tema de África, me parece que solo fue en Kenya y Tanzania, quisieron copiarlo a los otros países, pero no funcionó o no tuvo el boom que tuvo en Kenya. Incluso también había el problema

que hay aquí en Latinoamérica con microfinanzas. Es lo mismo que pasaba en China, de no tener nada inmediatamente vas a una herramienta que te resuelve gran parte de tu vida. Eso es lo que fue en Kenya en su momento y eso es lo que es el famoso *Wechat* en China. En un aparato está todo, de lo que no tenían nada y ser súper desbancarizados, ahora está todo en un aplicativo. Dicen que es un riesgo aquí en el Perú. Justo estaba comentado con los bancos en Brasil sobre si tenían miedo que ocurra lo mismo que en China, pero creen que la diferencia que ellos tienen es que la población ya está en un 60% o 65% bancarizada. Ellos ya conocen el nivel de servicio del banco y a todo externo que venga siempre lo compararán con un banco grande, a diferencia de China.

Respecto a la regulación, de lo que vi en Brasil, era que no se podían abrir cuentas *online* porque se necesitaba una firma o presencia física; sin embargo, se estaba creando un banco 100% *online* y coincidentemente uno de los inversionistas de este banco original y *online*, era un ex ministro de economía y de pronto se cambió la regulación. Al día siguiente el banco *online* estaba funcionando. Pero también, un mes después ya salieron como cuatro bancos digitales. Ahora hay como unos 6 u 8 bancos digitales en Brasil. En México están intentando sacar uno, pero no tiene la licencia. En Argentina hay uno con licencia.

## Entrevista N° 15

Banco	:	Banco Pichincha
Entrevistado	:	Nelson Bértoli Gerente Legal del Banco Pichincha
Fecha	:	09 de julio de 2019

- 1. Según el informe Global Findex 2017, en el Perú, el 57% de los adultos permanecen no bancarizados. Al respecto, ¿qué medidas han adoptado para promover la inclusión financiera?**

Dentro del Grupo Económico al que pertenece el Banco tenemos a Empresa de Bienes y Servicios para el Hogar S.A. – que opera bajo la marca comercial Carsa. La referida cadena comercial sirve como canal de distribución de productos de crédito destinados al financiamiento de electrodomésticos donde el Banco financia en su gran mayoría a clientes que no tienen ningún record crediticio en el Sistema Financiero bancarizando este importante segmento del mercado.

- 2. Desde su perspectiva, ¿considera que con el modelo actual de la banca tradicional se está logrando atender a segmentos excluidos o subatendidos?**

Hoy hay pocos bancos que están realizando esfuerzos por bancarizar ese gran mercado de clientes desatendidos ello a propósito de la precariedad en las fuentes de información que te permiten tener un modelo de riesgos adecuado para asumir un portafolio de esa naturaleza con un riesgo adecuado.

- 3. En su opinión, ¿la tecnología tiene potencial para promover la inclusión financiera?, ¿cómo puede fortalecer el acceso y uso de los servicios financieros (sobre todo a nivel rural y zonas alejadas)?**

Hay bancos e instituciones financieras fundamentalmente orientadas al negocio de Microfinanzas que están realizando esfuerzos por dotar a sus funcionarios comerciales de tecnología que le permita atender en la “punta” decisiones de índole crediticia. El principal problema no lo veo en la tecnología que ya existe sino en la información al alcance.

- 4. En su opinión, ¿cuáles son las ventajas de la “innovación abierta” en los servicios financieros y la banca?**

Los modelos de innovación abierta dejaron de ser una novedad incluso en la industria financiera. En el Perú el BBVA inició con estos hace más de 5 años y hoy viene siendo replicado por el BCP y otros Bancos. Están enfocados en centrarse en el cliente para desarrollar de manera rápida y eficiente mejoras tanto en el producto como en la forma de prestarlo.

- 5. Desde hace un tiempo, algunos bancos en nuestro país están observando a las fintech como aliadas e inclusive, vienen celebrando convenios de colaboración. En el caso de Banco Pichincha, vemos que ha adoptado algunas plataformas como *Rexie* (fintech de casa de cambio).**

- a. ¿Qué los ha llevado a conectarse con dicha fintech?**

- b. ¿Tienen proyectado realizar alguna otra alianza con este tipo de compañías?**

La Banca ha visto que sus competidores dejaron de ser los Bancos tradicionales y que la gran amenaza hoy son justamente emprendimientos que a través de la tecnología y la falta de rigurosidad propia de la regulación existente puede ofrecer a los clientes los mismos servicios más baratos y con mayor rapidez. Ello ha ocasionado no sólo alianzas entre Bancos y Fintech sino que los propios Bancos creen sus estructuras y metodologías de cocreación para competir con estas. En el Banco

Pichincha venimos trabajando en ambos caminos tanto buscando alianzas como cocreando con visión cliente.

**6 ¿Considera que el open banking o banca abierta ya implementado en Europa y Asia ofrece una oportunidad para promover la inclusión financiera en nuestro país?**

Los Bancos en Europa y Asia están creando fundamentalmente estructuras digitales para proveer a determinados segmentos de sus clientes servicios financieros más eficientes que los que un Banco tradicional puede ofrecer, ello producto de las ventajas de digitalizar sus actividades. Ya existía en India desde hace más de 10 años modelos de Banca anclada en los celulares, hoy incluso el Banco Pichincha está desarrollando un modelo de Banco digital a través de Phibank que ya opera en algunos países de Europa. Sin duda es un modelo que con información adecuada puede ayudar a bancarizar a ese gran mercado que no accede a productos financieros tradicionales.

**7 ¿Cuáles son sus próximos proyectos apoyados en la tecnología para promover la inclusión financiera?**

El Banco está desarrollando proyectos orientados a brindar soporte tecnológico a sus colaboradores comerciales que les permita tomar decisiones crediticias en las visitas a clientes ubicados en zonas geográficas alejadas lo que facilitará la bancarización.

**8 Tenemos conocimiento que en el 2018 entró en funcionamiento el Centro Digital del Banco en Ecuador cuyo objetivo es lograr un crecimiento inclusivo a través de la innovación digital. ¿En Perú también se ha implementado dicho centro de innovación o se tiene pensando implementarlo?**

Hoy es un esfuerzo alocado en Ecuador que esperamos importarlo. Tenemos un equipo en Perú pensando en la innovación; sin embargo, Bancos de nuestro tamaño y capacidad principalmente están enfocados en mejoras puntuales de cara a nuestro segmento de clientes que a una permanente innovación de la industria bancaria en general.

## BIBLIOGRAFÍA

- Accenture (octubre, 2017). *Accenture Research: Most Large Global Banks Planning Major Investments in Open Banking*. Recuperado de [https://newsroom.accenture.com/news/accenture-research-most-large-global-banks-planning-major-investments-in-open-banking.htm?\\_ga=2.76542933.1516547773.1562023601-1734368470.1562023601](https://newsroom.accenture.com/news/accenture-research-most-large-global-banks-planning-major-investments-in-open-banking.htm?_ga=2.76542933.1516547773.1562023601-1734368470.1562023601)
- Andriole, S. (2018). *Apple, Google, Microsoft, Amazon and Facebook Own Huge Market Shares = Technology Oligarchy*. Recuperado de <https://www.forbes.com/sites/steveandriole/2018/09/26/apple-google-microsoft-amazon-and-facebook-own-huge-market-shares-technology-oligarchy/#3bf9a44e2318>
- Arana (enero, 2018). PYMES mexicanas, un panorama para 2018. *México Forbes*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/pymes-mexicanas-un-panorama-para-2018/>
- Arner, D.; Barberis, J. & Buckley, R. (octubre, 2015). The Evolution of Fintech: A New Post-Crisis Paradigm?. *University of Hong Kong Faculty of Law Research*. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/38088713.pdf>
- Asociación de Bancos del Perú (mayo, 2017). Una mirada al fenómeno fintech en el Perú y el mundo. *Asbanc Semanal*, 242:1. Recuperado de <http://www.asbanc.com.pe/Publicaciones/ASBANC-Semanal-242.pdf>
- Asociación de Bancos del Perú (marzo, 2018). Inclusión financiera en el Perú y en países de la región. *Asbanc Semanal*, 276:1-4. Recuperado de <http://www.asbanc.com.pe/Publicaciones/Asbanc%20Semanal%20276.pdf>
- Asociación de Bancos del Perú (mayo, 2018). Global Findex 2017: 8.7 millones de peruanos ya utilizan pagos digitales. *Asbanc Semanal*, 282:1-3. Recuperado de <http://www.asbanc.com.pe/Publicaciones/Asbanc-Semanal-282.pdf>
- Asociación de Bancos del Perú (junio, 2018). Inclusión Financiera se incrementa en América Latina, pero brecha de género no se reduce. *Asbanc Semanal*, 288:1-5. Recuperado de <https://asbanc.com.pe/Publicaciones/ASBANC-Semanal-288.pdf>
- Asociación Española de Fintech e Insurtech (2018). *El 63% de los proyectos de Equity Crowdfunding obtienen sobrefinanciación*. Recuperado de <http://asociacionfintech.es/2018/09/26/el-63-de-los-proyectos-de-equity-crowdfunding-obtienen-sobrefinanciacion/>
- Avolio, B. (octubre, 2017). Hacia un Plan Nacional de Alfabetización Financiera. *Strategia*, 47: 52-54.
- Banco Central de la República Argentina (agosto, 2017). *Hackaton de Innovación Financiera 2017 | Ganadores*. Recuperado de [http://www.bcra.gov.ar/Noticias/innovacion\\_financiera\\_hackaton\\_ganadores.asp](http://www.bcra.gov.ar/Noticias/innovacion_financiera_hackaton_ganadores.asp)
- Banco Interamericano de Desarrollo y Finnovista (2017). *Fintech: Innovations You May Not Know were from Latin America and the Caribbean*. Washington, D.C.
- Banco Interamericano de Desarrollo y Finnovista (2018). *Fintech: América Latina 2018: Crecimiento y consolidación*. Washington, D.C.
- Banco Mundial (2014). *Global Financial Development Report 2014: Financial Inclusion*. Washington, D.C.
- Banco Mundial (2018). *The Global Findex Database: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution 2017*. Washington, D.C.

- Banco Mundial (2018). *La inclusión financiera es un factor clave para reducir la pobreza e impulsar la prosperidad*. Recuperado de <http://www.bancomundial.org/es/topic/financialeconomicinclusion/overview>
- Banco Mundial (2018). *Sector Financiero: Panorama general*. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialeconomicsector/overview>
- BBC News Mundo (2018). *Cómo el colombiano David Velez creo Nubank, el banco digital más grande del mundo fuera de Asia*. Recuperado de <https://www.bbc.com/mundo/noticias-45421896>
- BBC News Mundo (2018). *Las mejores universidades de América Latina*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-46079530>
- BBVA (febrero, 2015). *La bancarización de África: repitiendo el éxito de M-Pesa en Kenya*. Recuperado de <https://www.bbva.com/es/bancarizacion-africa-repitiendo-exito-m-pesa-kenya/>
- BBVA (octubre, 2016). *Three's a crowd', no te pierdas entre los 'crowdfunding', 'crowdlending', crowdinvesting'*. Recuperado de <https://www.bbva.com/es/threes-crowd-no-te-pierdas-los-crowdfunding-crowdlending-crowd-investing/>
- BBVA (junio, 2017). *BBVA brings Alipay to Spain*. Recuperado de <https://www.bbva.com/en/bbva-brings-alipay-spain/>
- BBVA (noviembre, 2017). *¿Qué es un 'sandbox' regulatorio?* Recuperado de <https://www.bbva.com/es/que-es-un-sandbox-regulatorio/>
- BBVA (octubre, 2018). *Los ganadores del Open Talent, listos para colaborar con BBVA*. Recuperado de <https://www.bbva.com/es/estas-son-las-tres-startups-ganadoras-de-bbva-open-talent-2018/>
- Beck, T. & De la Torre, A. (abril, 2007). The Basic Analytics of Access to Financial Services, *Financial Markets, Institutions & Instruments*, 16(2): 79-117.
- Cámara de Comercio de Bogotá (2018). *La transformación digital de los bancos*. Recuperado de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/bitstream/handle/11520/22785/OPEN%20BANKING%2015-01-19.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cámara de Comercio Digital (2018). *Guía para conocer una Fintech*. Recuperado de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/22788>
- CCN Noticias (marzo, 2019). *Lo que debes saber de la Ley Fintech en México*. Recuperado de: <https://cnnespanol.cnn.com/2018/03/09/lo-que-debes-saber-de-la-ley-fintech-en-mexico/>
- Chiarella, R. & Solís, S. (octubre, 2016). Créditos de consumo. Los canales digitales serán el motor de las transacciones. *Semana económica*, 1540: 36.
- Chevarría, F. (2017). El mundo fintech ya está en rotación. *América economía*, 103: 30-37.
- Colombia Fintech (junio, 2019). *Fintech ¿La evolución de la banca tradicional en Colombia?* Recuperado de <https://www.colombiafintech.co/novedades/fintech-la-evolucion-de-la-banca-tradicional-en-colombia>
- Colombia Fintech (junio, 2019). *Gulungo, la plataforma virtual que ofrece crédito a las pymes colombianas*. Recuperado de <https://www.colombiafintech.co/novedades/gulungo-la-plataforma-virtual-que-ofrece-credito-a-las-pymes-colombianas>

- Colombia Fintech (junio, 2019). *Colombia Fintech hace alianza con los autores del Open Banking en Reino Unido*. Recuperado de <https://www.colombiafintech.co/novedades/colombia-fintech-hace-alianza-con-los-autores-del-open-banking-en-reino-unido>
- Comisión de Multisectorial para la Inclusión Financiera (2015). *Estrategia Nacional de Inclusión Financiera Perú*. Recuperado de <http://spij.minjus.gob.pe/Graficos/Peru/2015/julio/22/DS-191-2015-EF.pdf>
- Comité de Supervisión Bancaria de Basilea (2018). *“Sound Practices: implications of fintech developments for banks and bank supervisors*. Recuperado de <https://www.bis.org/bcbs/publ/d431.pdf>
- Conexión Empresarial (febrero, 2017). Seguros en el Ciberespacio, 34.
- Cook, T. y McKay, C. (abril, 2015). Foro de Acceso al Financiamiento. Cómo funciona M-Shwari: la experiencia hasta el presente. Recuperado de <https://www.cgap.org/sites/default/files/Forum-How-M-Shwari-Works-Apr-2015-SPANISH.pdf>
- Deloitte (2017). *Fintech by numbers. Incumbents, startups, investors adapt to maturing ecosystem*. Recuperado de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/financial-services/us-dcfs-fintech-by-the-numbers-web.pdf>
- Demirgüç-Kunt, A. & Beck, T.H.L. & Honohan, P. (2008). *Finance for all? : Policies and pitfalls in expanding access*. Washington, D.C.: World Bank.
- De las Heras, J; Silva, S; Peña, M. y Méndez, F. (junio, 2017). Las fintech pueden potenciar la inclusión financiera en América Latina. *Newsletter BBVA*. Recuperado de <https://www.bbva.com/es/fintech-pueden-potenciar-inclusion-financiera-america-latina/>
- De Lestapis, G. (2017). *El papel de las fintech en el mercado financiero actual*. Recuperado de <http://asociacionfintech.es/2017/10/05/el-papel-de-las-fintech-en-el-mercado-financiero-actual/>
- De Marzo, S. (mayo, 2014). La agenda inclusiva de la SBS y Asbanc. *G de Gestión*, 42: 22-23.
- El Cronista (enero, 2019). *El crédito es solo 18% de PBI cuando el promedio de la región es de 45%*. Recuperado de <https://www.cronista.com/finanzasmercados/El-credito-es-solo-18-del-PBI-cuando-el-promedio-de-la-region-es-del-45-20190124-0063.html>
- El Economista (agosto, 2018). *Huawei y ZTE, los dragones de telecom de China que planean sobre América Latina*. Recuperado de <https://www.economista.com.mx/empresas/Huawei-y-ZTE-los-dragones-telecom-de-China-que-planean-sobre-America-Latina-20180828-0067.html>
- El País (enero, 2017). *Cinco empresas que realmente han cambiado la vida a millones de pobres*. Recuperado de [https://elpais.com/elpais/2017/01/30/planeta\\_futuro/1485774923\\_005780.html](https://elpais.com/elpais/2017/01/30/planeta_futuro/1485774923_005780.html)
- El Portal FinDev y Finnovista (junio, 2019). *Seminario en Línea. Fintech para la inclusión financiera en América Latina*. Recuperado de <https://www.findevgateway.org/es/gateway-webinar/seminario-en-l%C3%ADnea-fintech-para-la-inclusi%C3%B3n-financiera-en-am%C3%A9rica-latina>
- El Universal (julio, 2018). Talento, capital, demanda y un marco regulatorio robusto: los cuatro factores para crear el ecosistema Fintech. Recuperado de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/ankit-sharma/cartera/talento-capital-demanda-y-un-marco-regulatorio-robusto-los-cuatro>

- ERNST & YOUNG (enero, 2019). *Africa's Fintech landscape has grown at an annual rate of approximately 24% over the last 10 years*. Recuperado de <https://www.ey.com/za/en/newsroom/news-releases/news-ey-africa-s-fintech-landscape-has-grown-at-an-annual-rate-of-approximately-24-over-the-last-10-years>
- Finnovista (marzo, 2018). *El Ecosistema fintech de Argentina crece por encima del 80% en 18 meses y se posiciona como cuarto ecosistema en América Latina*. Recuperado de <https://www.finnovista.com/actualizacion-fintech-radar-argentina-2018/>
- Finnovista (noviembre, 2018). "There is a huge and unquestionable necessity for financial inclusión in Latin America and Asia". Recuperado de <https://www.finnovista.com/miguel-herrera-hay-una-necesidad-enorme-e-indudable-para-la-inclusion-financiera-en-america-latina-y-asia/?lang=en>
- García, E. (julio, 2019). Hasta 50 Fintech entrarán al mercado antes de fin de año. *Diario Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/tu-dinero/50-fintech-entraran-mercado-ano-273164>
- González-Páramo, J. (enero, 2018). La tecnología amplía los horizontes de la banca tradicional. *Newsletter BBVA*. Recuperado de <https://www.bbva.com/es/tecnologia-amplia-horizontes-banca-tradicional/>
- Gutiérrez (2017). *El Bitcoin: consideraciones financieras y legales sobre su naturaleza y propuesta sobre su regulación*. Recuperado de [https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2018/03/06/libro\\_Bitcoin\\_vf.pdf](https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2018/03/06/libro_Bitcoin_vf.pdf)
- Gutiérrez, F. (febrero, 2019). *Empresas usuarias de Paypal podrán acceder a créditos*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Empresas-usuarias-de-PayPal-podran-acceder-a-creditos-20190220-0070.html>
- Hernández, R., Fernández, C., Baptista M. (2014). *Metodología en la investigación cualitativa* (6ta edición). México, D.F.: McGraw Hill.
- Holgado, A. (agosto, 2017). Los Riesgos Financieros de las Fintech. Recuperado de: <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/24228/TFM000775.pdf?sequence=1>
- Honohan, P. (septiembre, 2004). Financial Sector Policy and the Poor: Selected Findings and Issues. *The World Bank Working Paper*, 43.
- Hopkins, R. (mayo, 2013). El Desafío de la Inclusión Financiera: El Perú en América Latina y el Mundo. *Strategia*, 29: 18-21.
- Igual, D. (2016). *Fintech lo que la tecnología hace por las finanzas*. Barcelona: Profit Editorial.
- Indra Company (2016). *Servicios financieros. El nuevo modelo de creación de valor de la banca basado en las tecnologías disruptivas*. Recuperado de [https://www.indracompany.com/sites/default/files/video-informe\\_de\\_banca\\_2016.pdf](https://www.indracompany.com/sites/default/files/video-informe_de_banca_2016.pdf)
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (2018). *Encuesta Nacional de Hogares (ENAHO), al segundo trimestre del 2018*. Lima.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (mayo, 2019). *Informe Técnico del Comportamiento de los indicadores del mercado laboral a nivel nacional*. Lima.
- Kauffman (febrero, 2018). The 11 biggest fintech companies in America 2019. Recuperado de <https://www.forbes.com/sites/jeffkauffman/2019/02/04/the-10-biggest-fintech-companies-in-america-2019/#1694564f32b9>

- KPMG (noviembre, 2017). *Fintech, innovación al servicio del cliente*. Recuperado de <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/es/pdf/2017/11/fintech-innovacion-servicio-cliente.pdf>
- KPMG (julio, 2018). *The pulse of Fintech 2018*. Recuperado de [https://h2.vc/wp-content/uploads/2018/11/Fintech100-2018-Report\\_Final\\_22-11-18sm.pdf](https://h2.vc/wp-content/uploads/2018/11/Fintech100-2018-Report_Final_22-11-18sm.pdf)
- KPMG (septiembre, 2018). *2018 Fintech in India – powering a digital economy*. Recuperado de [https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/in/pdf/2018/09/Fintech\\_2018.pdf](https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/in/pdf/2018/09/Fintech_2018.pdf)
- KPMG (noviembre, 2018). *2018 Fintech 100 Leading Global Fintech Innovators*. Recuperado de <https://home.kpmg/co/es/home/media/Notas%20de%20prensa/2018/03/la-financiacion-global-de-fintech-alcanzo-los-us--31-mil-millone.html>
- La República (junio, 2019). La plataforma RapidCredit aspira a entregar 300.000 créditos durante el año. Recuperado de <https://www.larepublica.co/finanzas/metlas-de-rapicredit-para-2019-2869614>
- Lee, Y. (agosto, 2015). Key Considerations for Fintech Innovation in Korea. *KIF Weekly Financial Brief*, 15(10): 6-7.
- López, C. (noviembre, 2014). Plataforma gremial para inclusión financiera. *G de Gestión*, 42.
- Martínez de la Peña (octubre, 2018). *Análisis de la Innovación Financiera tecnológica y su relevancia en el riesgo operativo de las entidades bancarias colombianas*. Recuperado de <http://ecsauc.udel.edu.mx/index.php/ECSAUC/article/view/14/9>
- Maza, J. (2012). *Efectos de la bancarización en el Perú: Una contrastación empírica*. Recuperado de <https://docplayer.es/19357689-Efectos-de-la-bancarizacion-en-el-peru-una-contrastacion-empirica.html>
- McKinsey & Company (diciembre, 2018). *Sinergy and disruption: Ten trends shaping Fintech*. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/Financiera/Our%20Insights/Synergy%20and%20disruption%20Ten%20trends%20shaping%20fintech/Synergy-and-disruption-Ten-trends-shaping-fintech.ashx>
- Medina, A. (mayo, 2018). *Fintech y consideraciones para su regulación*. Recuperado de [http://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/SUPERVISION\\_OP1/LimaFintechForum\\_SBS\\_Mayo\\_2018.pdf](http://www.sbs.gob.pe/Portals/0/jer/SUPERVISION_OP1/LimaFintechForum_SBS_Mayo_2018.pdf)
- Mercado Libre (abril, 2019). *Cierre 2018 en Mercado Libre: fuerte crecimiento en fintech*. Recuperado de <https://ideas.mercadolibre.com/cl/noticias/cierre-2018-en-mercado-libre-fuerte-crecimiento-en-fintech/>
- Montoya, K. (octubre, 2016). Fintech. Su despegue está en manos del mercado bancarizado. *Semana económica*, 1540: 44.
- Morales, L & Yáñez A. (2006). *La bancarización en Chile*. Recuperado de [https://www.sbif.cl/sbifweb/internet/archivos/publicacion\\_5291.pdf](https://www.sbif.cl/sbifweb/internet/archivos/publicacion_5291.pdf)
- Noya, E. (marzo, 2016). ¿Es el fintech el mayor desafío que afronta la banca?. *Harvard Deusto Business Review*, 254: 22-29.
- Olarte, C. (noviembre – diciembre, 2016). La mexicanización del crowdfunding. *América Económica*, 454: 62-65.
- Parodi, C. (marzo, 2013). ¿Qué es un sistema financiero? *Diario Gestión*. Recuperado de <https://gestion.pe/blog/economiaparatodos/2013/03/que-es-un-sistema-financiero.html?ref=gesr>

- PWC (diciembre, 2018). *Gearing up for a favourable investment climate*. Recuperado de <https://www.pwc.in/assets/pdfs/publications/2018/gearing-up-for-a-favourable-investment-climate.pdf>
- PWC (diciembre, 2018). *Estudio Brasil Fintech Deep Dive 2018*. Recuperado de [https://www.pwc.com.br/pt/setores-de-atividade/financeiro/2018/fintech\\_deep\\_dive\\_espanhol\\_18.pdf](https://www.pwc.com.br/pt/setores-de-atividade/financeiro/2018/fintech_deep_dive_espanhol_18.pdf)
- Ramos, R. (julio, 2016). Inclusión financiera. Faltan productos para los informales de las zonas rurales. *Semana económica*, 1529: 65-70.
- Redacción El Peruano (mayo, 2019). *SBS: 82% de distritos tiene acceso al sistema financiero*. Recuperado de <http://www.elperuano.pe/noticia-sbs-82-distritos-tiene-acceso-al-sistema-financiero-79543.aspx>
- Redacción Gestión (enero, 2018). *Penetración de smartphones en Perú casi se triplicó en últimos cuatro años*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/penetracion-smartphones-peru-triplico-ultimos-cuatro-anos-225607>
- Redacción Gestión (junio, 2018). *UIF: Fintech en la mira de la regulación de lavado de activos*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/uif-fintech-mira-regulacion-lavado-activos-235397>
- Redacción Gestión (septiembre, 2018). *Culqui entra a Mexico en 2019 e incorpora el pago en efectivo*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/empresas/culqi-entra-mexico-2019-e-incorpora-pago-efectivo-244282>
- Redacción Gestión (septiembre, 2018). *Ataques Cibernéticos*. Recuperado de: <https://gestion.pe/tu-dinero/ataques-ciberneticos-perdidas-mundo-llegan-us-400-000-millones-ano-244480>
- Redacción Gestión (noviembre, 2018). *Inversiones por \$35,000 millones en telecomunicaciones requiere Perú*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/inversiones-us-35-000-millones-telecomunicaciones-requiere-peru-248995>
- Redacción Gestión (mayo, 2019). *CCL: Más de 7.3 millones de unidades productivas en Perú son informales*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/ccl-7-3-millones-unidades-productivas-peru-son-informales-268389>
- Redacción Gestión (junio, 2019). *Un millón de usuarios transfieren S/ 51 en promedio solo con número de celular*. Recuperado de <https://gestion.pe/tu-dinero/yape-bcp-millon-usuarios-transfieren-dinero-numero-celular-269827>
- Redacción Gestión (junio, 2019). *Fintech ya dan crédito por más de S/. 100,000 a mypes peruanas*. Recuperado de <https://gestion.pe/economia/fintech-dan-creditos-s-100-000-mypes-peruanas-269949>
- Reina, A. (mayo, 2018). Las startups fintech, decididas a impulsar la inclusión financiera. *Newsletter BBVA*. Recuperado de <https://www.bbva.com/es/startups-fintech-decididas-impulsar-inclusion-financiera/>
- Roa, M. (julio-septiembre, 2013). Inclusión financiera en América Latina y el Caribe: acceso, uso y calidad. *CEMLA*, 121- 125.
- Sales, X. (julio, 2017). Fintech y la Inclusión Financiera. *Strategia*, 46: 52-55.
- Salinas, J. (abril, 2019). ¿Son las fintech la solución para bancarizar? *RPP Noticias*. Recuperado de <https://amp.rpp.pe/columnistas/javierrodolfosalinas/son-las-fintech-la-solucion-para-bancarizar-noticia-1190891>

- Semple, C. (2017). *Atom once again named one of the world's top ten Fintech firms*. Recuperado de <https://www.bbva.com/en/small-business-profile-san-antonio-based-dental-practice-reflects-bbva-compass-mission/>
- Sharma, A. (2018). *Open Banking redefine la competencia*. Recuperado de <https://www.forbes.com.mx/open-banking-redefine-la-competencia/>
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (2017). *Guía de docente 2017*. Recuperado de <http://www.sbs.gob.pe/educacion-financiera/>
- Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (2018). *Reporte de indicadores de inclusión financiera de los Sistemas Financiero, de Seguros y de Pensiones*. Lima.
- Superintendencia Financiera de Colombia (2018). *Reporte de Inclusión financiera 2018*. Recuperado de <https://www.superfinanciera.gov.co/publicacion/10100755>
- Sánchez, M. (junio, 2013). El dinero electrónico como instrumento de inclusión financiera. *Capitales*, 59: 6-7.
- The Economist Intelligence Unit (2018). *Microscopio global de 2018. El entorno para la inclusión financiera y la expansión de los servicios financieros digitales*. New York.
- Trivelli, C. (octubre, 2014). India, un nuevo gigante de la inclusión financiera. *Poder Enterprise*, 68: 73.
- Tuesta, D. (julio, 2013). La inclusión financiera en el Perú. *América Económica*, 63: 169.
- Urbina, D. (noviembre, 2018). El 70% de las fintech en Perú tienen un enfoque de inclusión financiera. *Más Finanzas*. Recuperado de <https://masfinanzas.com.pe/fintech/el-70-de-las-fintech-en-peru-tienen-un-enfoque-de-inclusion-financiera/>
- Vega, M., Vásquez, J. & Abad, L. (septiembre, 2015). La estrategia de inclusión financiera y el rol del Banco Central. *Moneda*, 163: 17-20.
- Vega, M. & Aurazo J. (junio, 2017). ¿Por qué no tienes una cuenta? Identificando barreras a la inclusión financiera en el Perú. *Moneda*, 170: 21-25.
- Vodanovic Legal (junio, 2019). El panorama de la industria Fintech en Perú.
- Walpole, R. E. & Myers, R. H. (1998). *Probabilidad y Estadística*. (6ta edición). México, D.F.: Prentice Hall.
- Zamalloa, J. (2017). *Inclusión financiera en Perú: desarrollo bajo una perspectiva multidimensional*. (Tesis de maestría. Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú) Recuperada de <http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/20.500.12404/9400>