



## Disrupción para la inclusión Tendencias y oportunidades no tradicionales para potenciar la inclusión financiera en América Latina

# 1. Concepto y tendencias globales

Un tema común para los países latinoamericanos es la necesidad de incrementar la inclusión financiera de la población. Pobreza, economía informal, falta de oportunidades en la educación, diferenciación en las posibilidades de acceso al crédito según el género, falta de infraestructura (en particular en zonas rurales), educación limitada y deficiente, etc. son causas y efectos entrelazados que dificultan una solución directa, y que necesitan un conjunto de acciones de política pública, empresa, inversionistas y sociedad, que permitan participar a la población hoy excluida.

Si bien la pandemia exacerbó ciertas brechas, por otra parte también volcó recursos hacia la digitalización, disminuyendo los costos de transacción, y, en consecuencia, la fricción en el ecosistema financiero. Al mismo tiempo, la liquidez que generaron los grandes fondos de inversión, aunado a los apoyos económicos de los Estados Unidos y otras grandes potencias han despertado el apetito de vehículos de inversión para impulsar el sector de *fintech* (y sus derivados) y con ello la creatividad y el desarrollo de soluciones que, hasta hace poco tiempo, eran inimaginables.

Es un momento de cambio donde debemos aprovechar las fuerzas externas para resolver los retos que la pandemia nos presenta y solucionar así otros problemas para forjar una sociedad futura que sea incluyente y donde la empresa sea consciente y fomente el cuidado del planeta, la gente y la prosperidad.

Este documento presenta a continuación las generalidades que se tienen en América Latina con respecto a la inclusión financiera y, a su vez, explora las soluciones tradicionales y disruptivas, teniendo en cuenta que si alguna solución no ha sido creada es porque aún no la hemos buscado lo suficiente.

# 1.1. ¿Qué es la Inclusión financiera?

La inclusión financiera se define como la provisión de productos financieros asequibles, accesibles y pertinentes a individuos y empresas que antes no podían acceder a estos productos.

Además del acceso, otro pilar fundamental es el uso, y es precisamente este último el que hace que alguna solución sea práctica. En el pasado innumerables esfuerzos no han sido exitosos por la falta de uso.

Figura 1  
Importancia y causas de exclusión financiera<sup>1</sup>



Una parte significativa de los grupos de bajos ingresos o sectores desfavorecidos de la sociedad no tiene acceso a los servicios financieros básicos de los bancos y de las instituciones financieras no bancarias, incluyendo todo el sector digital.

<sup>2</sup> "MSME: Finance expanding opportunities and creating jobs" (MIPYMES: Las finanzas como medio para expandir oportunidades y crear trabajo), Banco Mundial.

## 1.2. ¿Cuáles son las tendencias en el mundo?

- La inclusión financiera se está convirtiendo en una prioridad para las autoridades, los órganos encargados de las reglamentaciones y los organismos de desarrollo a nivel mundial.
- La inclusión financiera es un factor que está directamente correlacionado con por los menos siete de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

Figura 2

### Inclusión financiera - Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)<sup>2</sup>



- En 2017, el grupo de los veinte (G-20) se comprometió a promover la inclusión financiera en todo el mundo y reafirmó su compromiso de aplicar los principios de alto nivel del G-20 para la inclusión financiera digital.

Desde 2010, más de 55 países se han comprometido a implementar la inclusión financiera, y más de 30 de ellos han puesto en marcha o están preparando una estrategia nacional al respecto, como por ejemplo: México, Guatemala, Honduras, Colombia, Ecuador, Brasil, Perú, Paraguay, Uruguay, Argentina, entre otros.

Los países que han logrado mayores avances con miras a la inclusión financiera son los que han creado un **entorno normativo y regulatorio propicio**, y han fomentado la competencia permitiendo a las instituciones bancarias y no bancarias, innovar y ampliar el acceso a servicios financieros. Sin embargo, la creación de este espacio innovador y competitivo debe ir acompañado de reglamentaciones y medidas de protección del usuario apropiadas para garantizar la prestación responsable de servicios financieros.

Por otro lado, la **tecnología financiera digital**, y en particular el aumento del uso de teléfonos móviles a nivel mundial, han facilitado la ampliación del acceso de, pequeñas empresas y poblaciones difíciles de alcanzar, a servicios financieros a un menor costo y riesgo:

- Los documentos de identidad digitales hacen más fácil que nunca abrir una cuenta.
- La digitalización de los pagos en efectivo ha permitido que más personas empiecen a usar cuentas transaccionales.
- Los servicios financieros por telefonía móvil permiten que haya un acceso conveniente aún en las zonas remotas.
- La mayor disponibilidad de datos sobre los clientes permite a los proveedores diseñar productos financieros digitales que se adaptan mejor a las necesidades de las personas no bancarizadas.

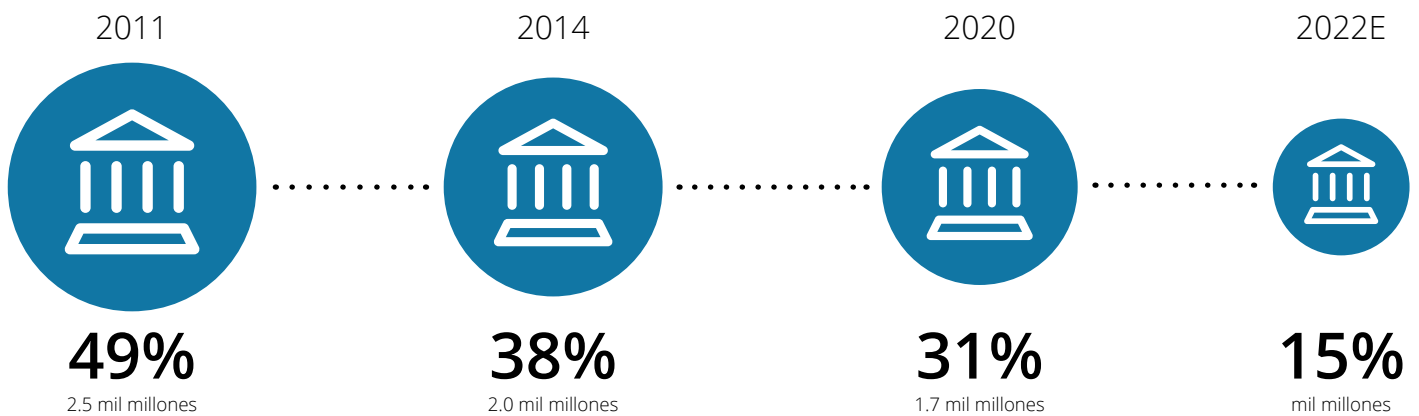
**A raíz de la pandemia del Covid-19, la falta de inclusión financiera se hizo más evidente, pero también impulsó a las personas a “digitalizarse” y brindó nuevas posibilidades a la población más vulnerable.** Un factor sumamente importante ha sido la administración de subsidios gubernamentales para apoyar a los sectores vulnerables de la población durante los cierres y confinamientos. Adicionalmente, las infraestructuras digitales han permitido a dichos gobiernos registrar a los beneficiarios y distribuir los fondos a una escala y velocidad sin precedentes.

<sup>2</sup> Naciones Unidas.

A continuación, se puede observar el avance de la bancarización en ésta última década:

Figura 3

**Población no bancarizada (% personas)<sup>3</sup>**



### Caso de Estudio: La Disrupción Digital en Myanmar

En 2003, Myanmar se enfrentó a una crisis bancaria sin precedentes, en la que un marco normativo dudoso y unos conocimientos tecnológicos limitados contribuyeron al colapso del sector financiero formal. Esto hizo que la población local dependiera mucho más del dinero en efectivo y que desconfiara de los productos financieros, incluido el espacio emergente de las tecnologías financieras de la época.

En pocos años, la privatización del sector de las telecomunicaciones de Myanmar hizo que la penetración de la telefonía móvil se disparara en un 126%, mientras que la tasa de penetración de Internet aumentó hasta el 41%. La mejora de la alfabetización digital y la ausencia casi total de un sistema tradicional de tarjetas y cuentas bancarias hicieron que la escena financiera local entrara directamente en la era de los pagos electrónicos y el comercio electrónico. Myanmar, literalmente, se “salteó” la etapa de la banca privada tradicional.

Durante la pandemia del COVID-19, la adopción de los servicios de tecnología financiera comenzó a aumentar en serio. Comenzó con el Plan de Ayuda Económica Covid-19 del Gobierno, que distribuyó pagos únicos de 30.000 MMK (22,78 dólares) a los hogares vulnerables, que se dispensaron a través de canales digitales locales como *Wave Money* y *OnePay*. En la medida que las plataformas digitales aumentan su oferta después de la pandemia y se conserven los logros alcanzados durante la crisis, la inclusión financiera en el país está en camino de pasar del 48% actual al 60% en los próximos tres años.

<sup>3</sup> The World Bank.

## Disrupción para la inclusión

Tendencias y oportunidades no tradicionales para potenciar la inclusión financiera en América Latina



Hoy en día, 31% de la población mundial está completamente excluida del acceso a servicios financieros. La mayoría de los grupos excluidos incluyen minorías y mujeres por debajo del umbral de pobreza, quienes no tienen acceso a productos financieros debido a múltiples razones:

**Desconocimiento:** la mayoría de la población excluida posee poca o ninguna educación financiera, lo que excluye a este sector de la sociedad de los productos y servicios financieros ofrecidos por el gobierno o el sector privado. Por ejemplo, al no entender las características de las tasas de interés, aún accediendo a los servicios financieros, no necesariamente escogen la mejor opción para financiarse o invertir;

**Estructura rígida del producto:** la mayoría de los productos ofrecidos por los bancos no están configurados para atender a los requisitos de la población no bancarizada. Por ejemplo, los términos y condiciones de dichos productos, en muchas ocasiones, no son comprendidos. En lo respectivo a créditos, los bancos se sienten cómodos prestando a la población que está bajo una nómina o que puede demostrar sus ingresos; sin embargo, su oferta disminuye para el sector informal o mixto donde no se tiene evidencia de los ingresos para poder determinar un límite de crédito;

**Entorno regulatorio desfavorable:** la ausencia de un marco regulatorio prudente para los productos y servicios financieros no proporciona incentivos a los bancos, tanto del sector público como privado, para llegar a la base de la pirámide. Por ejemplo, la documentación, usualmente inflexible y excesiva, disuade a los sectores desfavorecidos de la sociedad de acceder a productos y servicios financieros.

Figura 4

**Distribución por género de adultos no bancarizados a nivel mundial (%)<sup>4</sup>**



<sup>4</sup> The World Bank.

Tal como hemos mencionado anteriormente, una de las lecciones más relevantes que se puede extraer de la reciente crisis a nivel mundial es el **desconocimiento y desinformación de gran parte de la población sobre temas básicos en economía y finanzas**, lo cual limita la capacidad de las personas para tomar decisiones responsables, conscientes y competentes.

En este sentido, **la educación económica y financiera** no solo permite que las personas estén más informadas, sino también les **proporciona facultades para discernir y tomar una posición frente a las políticas sociales y económicas que se ejecutan en sus países.**<sup>5</sup>

En este sentido, la educación financiera no solo facilita el uso efectivo de los productos financieros, sino que también ayuda a que las personas desarrollen las habilidades para comparar y seleccionar los mejores productos para sus necesidades y los empodera para ejercer sus derechos y responsabilidades.



<sup>5</sup> CAF.



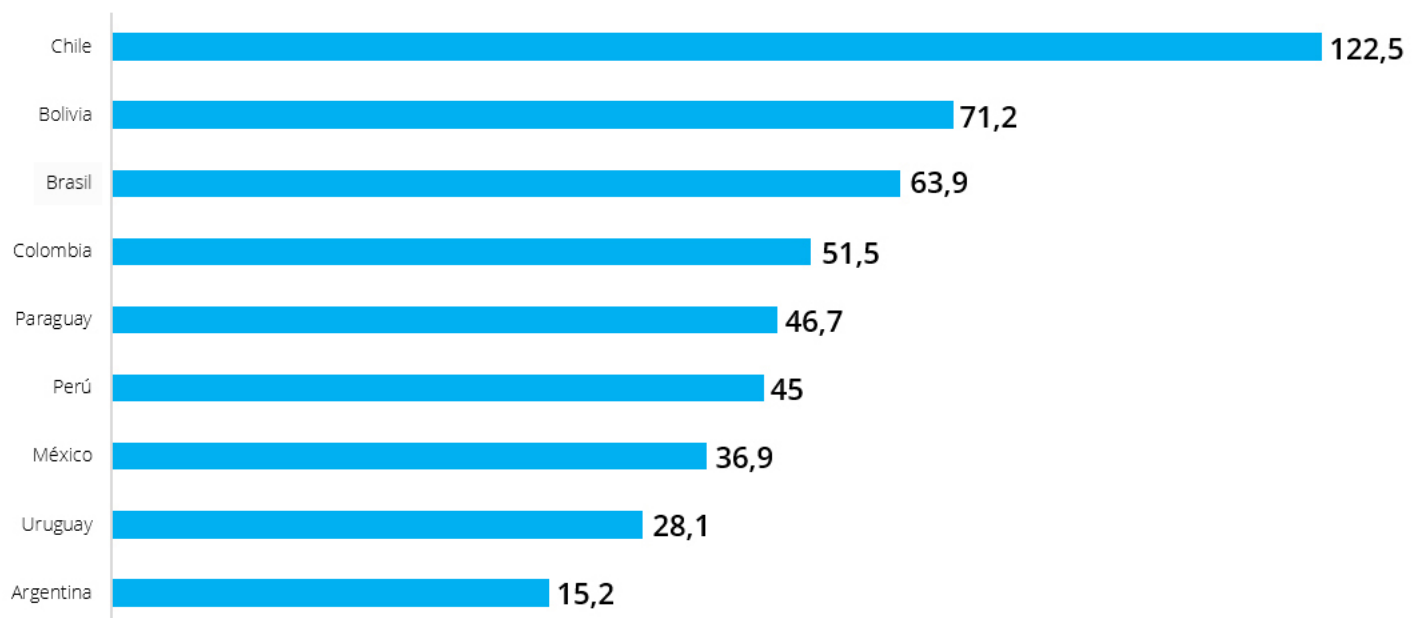
# 2. Tendencias y oportunidades en América Latina



## 2.1. Situación actual

<p>América Latina se encuentra por debajo de los estándares de los mercados desarrollados ya que la penetración bancaria se encuentra muy mal distribuida entre empresas y pymes:</p> <p><b>Solo el 45% de las Pymes tienen acceso a los sistemas financieros de América Latina.</b></p>	<p>Las Pymes latinoamericanas representan el 99% de las entidades industriales y el 67% del empleo.</p> <p>Sin embargo, su contribución al PIB es del 30% del total, en comparación con el 60% en las economías de la OCDE, lo que refleja deficiencias significativas en la productividad laboral.</p>	<p>América Latina también necesita inclusión financiera para individuos:</p> <p><b>Solo 51% de las adultos tiene cuentas bancarias, de los cuales solo 28% realiza pagos directamente desde ellas y menos del 15% se benefició de ahorros formales o servicios de préstamo.</b></p>
--	---	---

Figura 5  
Crédito privado o penetración financiera en América Latina en 2019 (% del PIB)<sup>6,7</sup>



<sup>6</sup> The World Bank.

<sup>7</sup> <https://iupana.com/2020/11/16/inclusion-financiera-mexico-restos-limitan-acceso>.

## Disrupción para la inclusión

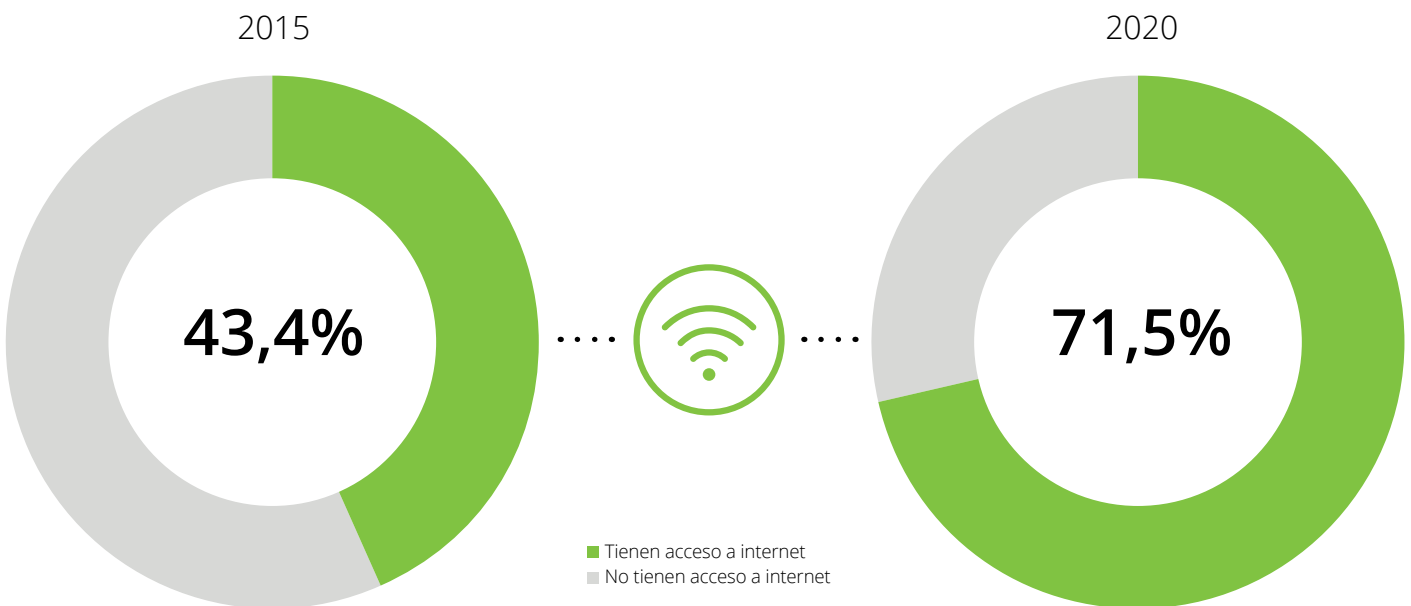
Tendencias y oportunidades no tradicionales para potenciar la inclusión financiera en América Latina

Además, un total de 244 millones de latinoamericanos (38% de la población) no tiene acceso a internet, una brecha social que ahonda la desigualdad en materia de acceso al conocimiento y oportunidades<sup>8</sup>. La misma se acentúa en el interior de los países de la región, entre la población urbana y rural, hombres y mujeres, y jóvenes y adultos mayores.

Solo un 45% de los latinoamericanos había realizado una transacción en línea antes de la pandemia, pero esa cifra ha aumentado desde entonces a un 83%.

Figura 6

Penetración de internet en América Latina en 2015-2020<sup>9</sup>



El compromiso de los gobiernos con la inclusión financiera varía en términos de la creación del entorno regulatorio necesario para su desarrollo. Así, en muchos de los países de América Latina, los gobiernos se han embarcado en la emisión de leyes sobre el tema. **Estos esfuerzos han establecido las bases para incrementar el acceso y uso de servicios que antes eran inalcanzables para poblaciones pobres y vulnerables.**

La Ley *Fintech* en México, creada en septiembre de 2017, ha estimulado una inversión histórica de casi 1.300 millones de dólares en 2020 pese a los efectos de la pandemia.

<sup>8</sup> CAF.

<sup>9</sup> *Internet World Stats*.

## 2.2. ¿Cuáles son los desafíos y barreras en la región?

A menor educación escolar, menor educación financiera y lo mismo con los ingresos. El uso intensivo de efectivo, que es común en toda Latinoamérica, y la dificultad en el acceso a diversos productos financieros se incrementa para las comunidades rurales.

Una primer barrera en términos de inclusión financiera radica en el hecho de que, al día de hoy, los ciudadanos latinoamericanos evidencian falta de habilidades para comprender y aplicar conceptos básicos de las finanzas personales. Los mismos tienen que ver con el ahorro, el adecuado uso del crédito, la jubilación o el valor del dinero.

Un segundo factor que agrava dicha situación es la informalidad económica. Se trata de un problema que requerirá principalmente de cambios en el sistema regulatorio y tributario actual, sumado a un conjunto de medidas y políticas que alienten al empleo registrado.

Un tercer obstáculo tiene que ver con la ausencia de incentivos de política pública que generan barreras al comercio electrónico, políticas no articuladas, tales como fragmentación, y entornos legales poco amigables, que generan un atraso en esta materia.

En cuanto a digitalización, América Latina tiene importantes retos por delante, y el principal tiene que ver con la necesidad de una mayor infraestructura y de autopistas digitales, que permitan a las empresas y a los consumidores puntos de encuentro y conexión para realizar las transacciones.<sup>10</sup>

Si bien el desarrollo de servicios y tecnología son la primera parte para dar acceso a la población no incluida, la otra parte de la ecuación es la disponibilidad. Idealmente, cualquier negocio podría estar habilitado para recibir pagos electrónicos o inclusive disponer de efectivo de ser necesario. Un ejemplo son los programas de asistencia estatal que se reparten en tarjetas de débito y que inmediatamente son convertidos a efectivo en un cajero automático. Si bien cumplen con su intención de dispersión, por otra parte se desaprovecha la oportunidad de que este medio sirva también como ahorro.

Por ejemplo, en México, se implementó hace poco más de un año el pago con QR, que utiliza la infraestructura del Banco Central. Este método permite que cualquier cuentahabiente del sistema financiero pueda tener en su celular la posibilidad de pagar con QR. A fecha de 22 de julio de 2021, se tenían validadas 9.8 millones de cuentas, pero solo 588 mil habían realizado al menos una transacción de pago. Es claro que la ecuación completa tiene que contener tanto accesos como uso; solo con estos dos elementos se puede cerrar el círculo.<sup>11</sup>

<sup>10</sup> CAF.

<sup>11</sup> <https://www.codi.org.mx/paginas/Estadisticas.html>.

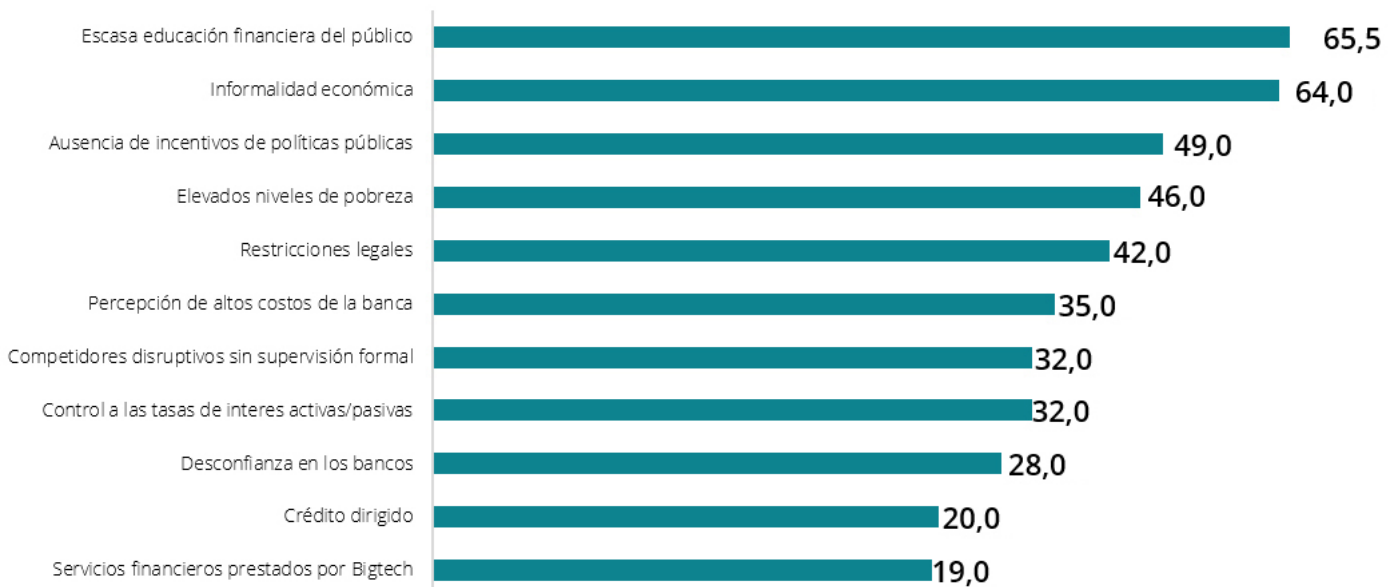
## Disrupción para la inclusión

Tendencias y oportunidades no tradicionales para potenciar la inclusión financiera en América Latina



De acuerdo con un sondeo realizado entre los afiliados de la Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN), las mayores barreras que impiden una mejor y mayor inclusión financiera son los siguientes:

Figura 7  
Calificación de obstáculos a la inclusión financiera en América Latina<sup>12</sup>



<sup>12</sup> Felaban.

## 2.3. ¿Cuál es la necesidad del desarrollo de las finanzas de género y otras finanzas inclusivas?

El cumplimiento de los ODSs necesita un sistema financiero con un fuerte compromiso ético y social. En este sentido, **es importante diseñar programas de educación financiera efectivos que tengan en cuenta las diferencias de género, raciales y de minorías étnicas.**

**La crisis del COVID-19 ha generado disrupciones en las dinámicas económicas y sociales**, exacerbando las brechas que ya existían desde mucho antes del brote de la pandemia. Por un lado, **impone un desafío en cuanto a la bancarización de mujeres durante y después de la pandemia**, especialmente de ingresos bajos. Los riesgos para las mujeres microempresarias, segmento empresarial en donde tienen una mayor participación, así como del sector informal, son altos dado que han visto afectada la generación de ingresos por las medidas de confinamiento social. **Las brechas de género en educación financiera están relacionadas tanto con un menor nivel de conocimientos financieros, como con una menor confianza por parte de las mujeres.**<sup>13</sup>



El PIB en América Latina y el Caribe podría aumentar 34% si las mujeres estuvieran mejor integradas en la economía.

A pesar de invertir 50% menos de capital que los empresarios masculinos, las mujeres empresarias tienden a obtener 20% más en ingresos.

Si bien la inclusión económica puede conducir a la inclusión financiera y viceversa, la dinámica de género frena a las mujeres en ambas situaciones. **Los bancos comerciales a menudo se centran en los hombres y las empresas formales, descuidando a las mujeres que conforman un segmento grande y creciente de la economía informal.** Además, entre los 20 y 34 años de edad, las mujeres tienen más probabilidades de ser pobres que los hombres.<sup>14</sup>

Un claro ejemplo es el caso de las mujeres que habitan en áreas rurales. La imposibilidad de acceder a nuevos productos financieros tiene que ver con la falta de formación en cuanto a créditos y con diferentes sesgos al momento de otorgarlos. Las instituciones financieras no están adaptadas a estas nuevas demandas y existen pocos incentivos para que el acceso a estos nuevos productos sea universal e inclusivo.

Tradicionalmente las mujeres se han visto desfavorecidas en el acceso al crédito y a otros servicios financieros. Los bancos comerciales a menudo se centran en los hombres y las empresas, descuidando a las mujeres que conforman un segmento grande y creciente de la economía informal.

<sup>13</sup> CAF - McKinsey - BID LAB.

<sup>14</sup> World Bank.

## Disrupción para la inclusión

Tendencias y oportunidades no tradicionales para potenciar la inclusión financiera en América Latina

El *Women's Entrepreneurial Venture Scope* señala que los países con mejores entornos para las mujeres empresarias son los más competitivos. Sin embargo, en promedio, solo 21% del capital de trabajo de las mujeres empresarias y 22% de las inversiones de capital son financiados por los bancos.

Según el *World Economic Forum* la distancia de paridad de género continúa siendo elevada en América Latina. A continuación, se muestra la distribución de esta problemática por región:

Figura 8

### Distancia de paridad de género, por región (2020)<sup>15</sup>



### Las poblaciones vulnerables o minoritarias, siempre están más expuestas a los efectos dañinos de las crisis.

La discriminación en todos los niveles, además de la relativa falta de acceso a los sistemas de salud, la educación o el empleo, las desalienta al momento de enfrentar una crisis, una realidad que ha dejado al descubierto la pandemia del Covid-19. Es importante **mantener el compromiso de proteger a los más vulnerables** para que todos (independientemente de su género, raza, religión, origen étnico, edad, orientación sexual o discapacidad) puedan acceder a los beneficios del desarrollo.



<sup>15</sup> World Economic Forum, 2020.

## 2.4. ¿Cuáles son las oportunidades para la inclusión financiera?

### 1. Tecnología e infraestructura

Figura 9  
Drivers de tecnología e infraestructura<sup>16</sup>



#### Acceso abierto a datos digitales :

El uso innovador de nuevas fuentes de datos, como los perfiles de redes sociales, puede proporcionar un mayor análisis de comportamiento que puede generar inclusión financiera. Mientras tanto, las interfases de programación de aplicaciones abiertas (API) permiten a las instituciones financieras el colaborar con *fintechs*, gobiernos y socios externos en aplicaciones móviles innovadoras y soluciones de pago digital. Dicha colaboración puede reducir el costo de adquisición de clientes y fomentar la inclusión financiera.

#### Digitalización de divisas :

Las monedas virtuales tienen el potencial de mejorar la supervisión de las transacciones, lo que reduciría el fraude y la falsificación. Las monedas digitales o criptomonedas reducirían los costos de transacción e impulsarían la inclusión financiera, pero requerirían una regulación estricta, incluida la vinculación con el dinero real, y una respuesta innovadora de los bancos que desean seguir siendo relevantes.

#### Pasaporte digital :

Un mecanismo distribuido para el intercambio de información de clientes confiable y seguro entre múltiples proveedores permitiría una identificación y una investigación más fácil, ayudaría a crear historiales de crédito y facilitaría a los clientes el cambio de proveedor al hacer más accesibles los procesos de incorporación y *know your customer* (KYC).

<sup>16</sup> Análisis de Deloitte.

## 2. Impulsores de políticas y jugadores sistémicos

**Fuertes salvaguardias para los clientes:** los consumidores de bajos ingresos son particularmente susceptibles a las prácticas agresivas y depredadoras de ventas y cobro. Por lo tanto, la aplicación y ejecución de estrictas leyes de protección al consumidor con transparencia y divulgación, integridad financiera y mecanismos eficaces de recurso para las quejas podrían generar confianza en los bancos y fomentar una mayor inclusión financiera. Esto también incluye simplificar los documentos legales utilizando un lenguaje sencillo y comprensible.

**Incentivos fiscales para las MIPYMES:** una parte importante es el enrolamiento de los pequeños comercios para poder recibir pagos, pero es común que estos negocios tengan temor a la fiscalización y esto también los excluye de acceso a servicios financieros. Regulatoriamente se tiene que crear certeza para estos negocios, y una opción puede ser tener un pago mínimo anual que no dependa de los ingresos.

**Programas de alfabetización financiera responsables:** la educación básica sobre ofertas financieras puede ayudar a las personas y a las MIPYMES a entender el valor de tener acceso al sistema financiero, lo que puede mejorar la gestión del dinero. Los programas de alfabetización financiera suelen estar iniciados por el gobierno;

**Incentivos regulatorios para los bancos:** reconociendo que las regulaciones onerosas pueden ser un obstáculo para la inclusión financiera, algunos gobiernos se han movido para suavizar la regulación de inclusión. Algunos ejemplos son la simplificación de los requisitos de incorporación del Banco de la Reserva de la India para las cuentas de bajo monto y las medidas adoptadas en Brasil, Perú, Colombia y México que reducen la documentación de KYC para cuentas de saldo pequeño.

**Diversos ecosistemas financieros:** el aumento de la prestación de servicios financieros por parte de organizaciones no gubernamentales (ONG), empresas de comercio electrónico, *fintechs*, minoristas y empresas de telecomunicaciones tienen un impacto directo en la expansión de la inclusión financiera.

## 2.5. ¿Como catalizar la oportunidad, utilizando las ventajas de la tecnología?

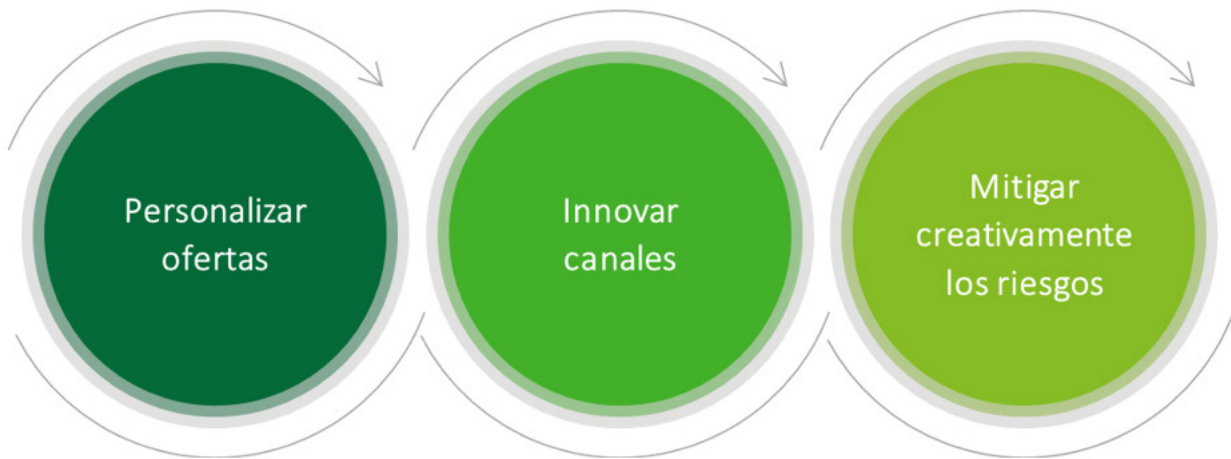
En los mercados con la infraestructura y las políticas adecuadas, los bancos tendrán que adaptar sus operaciones para lograr una inclusión financiera rentable.





Figura 10

**Pilares para lograr una inclusión financiera rentable<sup>17</sup>**



### Personalizar ofertas

Para impulsar la inclusión financiera, los bancos deben estructurar soluciones financieras altamente relevantes y potencialmente simplificadas que satisfagan las necesidades específicas de sus clientes a un costo asequible. Esto requiere una comprensión más profunda del cliente y una propuesta atractiva para el cliente. Algunos ejemplos son las cuentas de ahorro con cobertura de seguro, las cuentas de ahorros comunales, las facilidades de crédito personalizadas, la financiación comercial asequible, las facilidades de compra de equipos o los préstamos no garantizados para las MIPYMES.

Empezando por un monedero digital para las personas, los ofertantes de crédito pueden inferir los ingresos y egresos de la persona ligados a este monedero, con lo cual pueden determinar límites de crédito.

De igual manera para las PYMES que ya en muchos países están obligadas a la facturación electrónica para tributación, es esta facturación la que les puede servir a los otorgantes de crédito para inferir flujos, capacidad de pago e inclusive estacionalidad del negocio, para crear un producto que sea acorde a la compañía. Y en el caso de MIPYMES si éstas recibieran pagos digitales de igual manera que en los individuos, estos podrían ser mejor evaluados en cuanto a su capacidad de pago.

### Innovar canales

Los canales digitales proporcionan una mayor comodidad a los clientes a un menor costo para los bancos y han sido fundamentales para ayudar a los proveedores a superar los desafíos relacionados con la infraestructura y la geografía en muchos países en desarrollo. Además, la tecnología digital puede racionalizar el proceso de préstamo, permitir la originación directa de los préstamos y reducir significativamente los tiempos de decisión, al tiempo que permite un mayor volumen de transacciones.

En particular para MIPYMES la posibilidad de establecer plataformas de colaboración con sus grandes proveedores, puede crear un sistema de distribución con menos fricción, un enrolamiento a menor costo y que permita el crecimiento del negocio. Para la PYMES la tecnología de blockchain puede ser un medio para poder tener acceso a productos de factoraje donde la verificación de las facturas de las cadenas productivas le permita acceder a crédito más rápido y más barato para soportar el capital de trabajo.

### Mitigar creativamente los riesgos

Desarrollar nuevos análisis de suscripción y puntuación de crédito para individuos y empresas (por ejemplo, uso de redes sociales, huella en Internet, etc.). Ejemplos de puntuación de crédito en la India para el mercado informal incluyen la movilidad registrada en el móvil de las personas, ya que una persona que tiene una actividad económica aún de manera informal suele movilizarse de su casa a su lugar de trabajo y permanecer ahí por horas. Esto le da una visibilidad al otorgante de crédito de si la persona tiene un empleo estable.

<sup>17</sup> Value Partners.



# 3. Algunas soluciones disruptivas para la inclusión

La experiencia digital simplificada será el punto de inflexión para que los grupos marginados puedan ingresar al sistema y resuelvan sus necesidades diarias.

### 3.1. Sector *fintech*

Las soluciones *fintech* y los servicios de banca digital representan una oportunidad para ampliar significativamente el acceso financiero a personas y empresas. Pese a que la mayoría de los bancos comerciales están adoptando estas soluciones, existe un amplio espacio para profundizar la colaboración con empresas *fintech* y con ello cerrar las brechas de inclusión financiera en la región y promover las finanzas responsables.

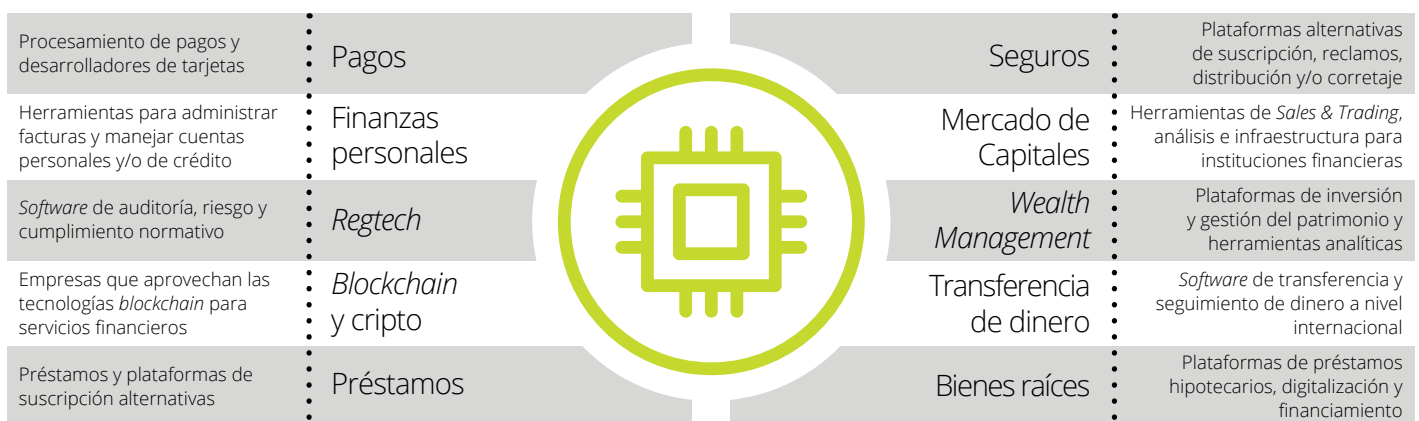
En este contexto, la transformación digital que están experimentando las economías de la región, incluidos los servicios financieros, es una señal prometedora. Las empresas *fintech* aparecen como una solución relevante, no solo para aumentar la inclusión financiera, sino también la competencia, la innovación y para profundizar el desarrollo financiero.

Con la penetración de teléfonos inteligentes aumentando exponencialmente en América Latina y el Caribe (y en los países en desarrollo en general), una creciente infraestructura de comunicaciones y reguladores que comienzan a considerar la importancia de estas iniciativas, hay una oportunidad cada vez mayor para que las PyMES y las personas accedan a servicios financieros básicos, a través de diferentes tipos de aplicaciones tecnológicas y soluciones innovadoras.

- En América Latina y el Caribe, **40% de las startups *fintech* de la región atienden a pymes no bancarizadas o sub-bancarizadas como su principal cliente.**<sup>18</sup>
- Estas soluciones digitales **brindaron respuesta a un público joven** (denominados “nativos digitales”), muy interconectado y poco tolerante a los esquemas tradicionales, burocráticos y analógicos.
- En 2020, el sector *fintech* **en América Latina alcanzó una inversión histórica de más de USD 8 mil millones.**

La pandemia del covid-19 ha provocado cambios importantes en las tendencias de los consumidores, que han migrado masivamente a canales financieros digitales, han comprado mucho más en línea, y han reducido el uso de efectivo. De esta manera, la digitalización de servicios ya no es solo una opción para maximizar la inclusión financiera, sino también un camino obligatorio para seguir siendo competitivo y cubrir las necesidades de la población.

Figura 11  
Verticales *fintech* más afectados por la digitalización<sup>19</sup>



<sup>18</sup> Finnovista.

<sup>19</sup> Elaboración propia en base al BID, Finnovista y Accion.

## Disrupción para la inclusión

Tendencias y oportunidades no tradicionales para potenciar la inclusión financiera en América Latina



A continuación, se pueden observar algunos de los beneficios de dicho crecimiento para la sociedad y las empresas:

### Para los clientes:

- Proporciona comodidad y proximidad, eliminando la necesidad de viajar a sucursales físicas;
- Disminuye los riesgos de viaje y aumenta la seguridad de los fondos, reduciendo la necesidad de viajar largas distancias con grandes cantidades de efectivo;
- Aumenta la velocidad transaccional, permitiendo a los clientes realizar transacciones, ahorrar, contraer y pagar préstamos en segundos;
- Crea un "historial de transacciones digitales" para clientes sin acceso previo a la banca formal.

### Para los proveedores financieros:

- Aumenta la eficiencia operativa;
- Permite una mayor diversificación de su base de clientes;
- Facilita y reduce el costo de llegar a las zonas rurales: el costo de usar dispositivos digitales es actualmente un 25% menor que operar una rama física, con la perspectiva de ir más bajo.

Figura 13

Transacciones recientes del sector *fintech*<sup>21,22</sup>

<p>El banco digital brasileño <b>NuBank</b> recaudó USD 400 millones en su ronda de inversiones Serie G del 1Q de 2021.</p>	<p>El banco digital brasileño <b>Neon</b> cerró una ronda de levantamiento de capital serie C de USD 300 liderada por General Atlantic en 2020.</p>
---	---

Figura 12

Subsectores *fintech* de mayor desarrollo (2015–2019)<sup>20</sup>

	2015	2017	2019	Ranking
Transferencia de dinero y pagos	18%	50%	75%	1
Ahorros e inversiones	17%	24%	48%	2
Planificación financiera	8%	20%	34%	3
Seguros	8%	10%	29%	4
Préstamos	6%	10%	27%	5

<sup>20</sup> Elaboración propia.

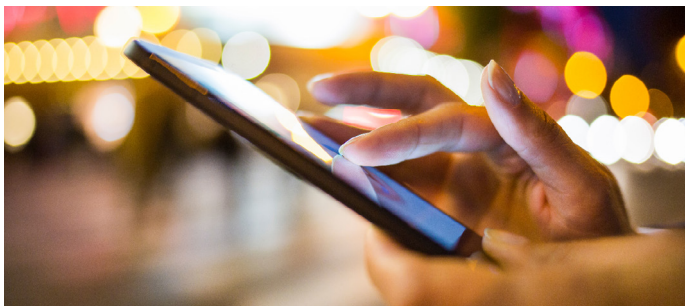
<sup>21</sup> <https://iupana.com/2020/12/21/inversiones-fintech-2020/>.

<sup>22</sup> [www.valoraanalitik.com](http://www.valoraanalitik.com).

## 3.2. Sector *insurtech*

La industria de los seguros continúa experimentando cambios trascendentales apalancados en las nuevas tecnologías, marcando cifras récord de inversión en el primer trimestre de 2021 que apuntan hacia el futuro de los servicios personalizados.

Las *insurtech* son el conjunto de tecnologías innovadoras utilizadas para ampliar y optimizar el modelo de negocios del sector de los seguros. El aumento acelerado de la adopción digital producto de la pandemia, ha impulsado el crecimiento de esta nueva modalidad en seguros. Hoy en día, las aseguradoras se ven obligadas a digitalizar sus procesos para servir mejor a sus usuarios y lograr una mayor cobertura y accesibilidad a dichos servicios.



En América Latina, se estima que la cifra de inversión durante 2020 en el sector *insurtech* alcanzó los USD 94 millones, lo que significa un crecimiento de 98% comparado con 2019.

En este sentido, el cambio que proponen las *insurtech*, entre otras cosas, se traduce en **reducir las barreras de entrada y brindar acceso a pólizas a los grupos de la sociedad con menores ingresos, que les permita proteger** tanto la vida, como la salud y el patrimonio familiar o laboral. El sector busca **llegar con productos a todas las geografías, segmentos etarios y niveles socioeconómicos**.

En materia de seguros contamos con varios ejemplos, la **elevada penetración de la telefonía móvil ha promovido la masificación de los seguros** a través de este medio (*mobile insurance*). Pero las plataformas de la telefonía celular y otras tecnologías novedosas no solo han permitido disminuir costos asociados a la comercialización de seguros, sino también aquellos relacionados con la recaudación de primas, la entrega de certificados de aseguramiento, la recepción de reclamaciones, el pago de siniestros y el control del fraude, lo que ha hecho que productos con costos que antes eran prohibitivos para ciertos segmentos de la población hoy estén a su alcance. Es innegable que el acceso de más personas a los servicios financieros ha estado apalancado por los avances en la tecnología. Las *insurtech*, entendidas como las respuestas tecnológicas novedosas para el desarrollo de soluciones de seguros, no solo han mejorado la eficiencia en la prestación de productos y servicios, con reducción de costos, sino que **han propiciado la oferta de herramientas de pago no tradicionales, crédito y seguros, que se adaptan mejor a las necesidades de los consumidores**.

Estas tecnologías permiten que los clientes pueden acceder a seguros asequibles, creando sistemas para la fácil comprensión del producto. Los clientes pueden registrarse a través de diferentes plataformas y pagar sus primas mediante la deducción de un crédito prepago.

Por el lado de la oferta, estos métodos innovadores de recolección de datos les permiten a las compañías de seguros orientar de mejor forma la comercialización.

La inclusión financiera en seguros se enfoca en tratar de establecer políticas y mecanismos que amplíen el acceso a mecanismos de protección y compensación de riesgos básicos (vida, salud, accidentes, propiedad y responsabilidad) que ofrece el seguro, por parte de grupos excluidos o insuficientemente atendidos de la sociedad.

## Disrupción para la inclusión

Tendencias y oportunidades no tradicionales para potenciar la inclusión financiera en América Latina

Uno de los instrumentos al que, en los últimos años, se ha asociado el proceso de inclusión financiera, son los llamados microseguros digitales. El término "microseguro" se emplea para referirse a los seguros dirigidos a poblaciones de bajos ingresos, los cuales pueden englobarse dentro de una categoría más amplia denominada "seguros inclusivos".

Al dirigirse tanto a la población excluida como a la insuficientemente atendida, los seguros inclusivos involucran no solamente los denominados microseguros, sino también un segmento de seguros que se ofrecen bajo mecanismos de venta masiva ("seguros masivos") dirigidos a diversos estratos de la población.

A continuación, se presentan algunos datos que permiten dimensionar el crecimiento de este sector y el impacto en la región:

Figura 14  
**Últimas tendencias del sector *insurtech***<sup>23</sup>



.....

Brasil y México fueron los mercados que mayor inversión recibieron en la región. Actualmente, existen 321 empresas *insurtech* en América Latina, de las cuales solo 6.6% están presentes en más de un mercado.

.....



.....

En medio de la pandemia global de Covid-19 123Seguro, una de las *insurtech* con mayor presencia en América Latina, desembarcó en Brasil mediante la adquisición del broker digital local Seguro Com Voce.

.....



.....

Las empresas tradicionales de seguro debieron adaptarse a la cultura digital y del trabajo remoto. Las nuevas tendencias giran en torno a la inclusión y la sostenibilidad.

.....



<sup>23</sup> www.endeavor.com.

## 3.3. Sector *agritech*

Las *agritech* son el conjunto de innovaciones tecnológicas que ofrecen soluciones a los problemas y desafíos que enfrenta la industria de la agricultura y alimentación. El sector se afianza como un área relevante de emprendimientos con potencial de no solo crear innovaciones, sino también de **generar cambios transformativos en la manera de producir alimentos con un impacto positivo en aspectos ambientales, sociales y económicos**.

**La pandemia creó muchos obstáculos para los agricultores y las empresas agrícolas, incluidas las cadenas de suministro interrumpidas y las dificultades para almacenar el exceso de cultivos**, lo que hizo que se estropearan. Las economías sofocadas y el malestar social han desestabilizado aún más la ya fragmentada cadena de valor agrícola.

El sector agrícola desempeñará un papel central en la recuperación global de la pandemia, y **los avances en *agritech* pueden ayudar a los agricultores y otras empresas relacionadas a aumentar sus ganancias, comenzar a participar en la economía digital y desarrollar su resiliencia financiera frente a los desafíos futuros**<sup>24</sup>, especialmente los que se plantean por el cambio climático. Las empresas innovadoras de tecnología financiera están ayudando a los agricultores de todo el mundo, muchas de ellas mujeres, a acceder a herramientas digitales y financieras que las instituciones tradicionales no han podido o no han querido proporcionar.

Por su parte, los pequeños agricultores no han alcanzado en gran medida todo su potencial a pesar de varios avances en la ciencia agrícola y tecnologías relacionadas. Problemas como el cambio climático, la degradación del suelo y las limitaciones de agua presentarán una mayor incertidumbre y agravarán la situación.

Para hacer frente y prosperar, los pequeños agricultores necesitan acceso al ecosistema de productos y servicios, así como conocimientos.

Los beneficios potenciados por las *agritech* tienen el potencial de ayudar a cientos de millones de pequeños agricultores a acceder a los sistemas de mercado, el conocimiento y la inteligencia. Esto aumenta su potencial de producción y resistencia. También aumentan las oportunidades comerciales para las partes interesadas al expandir significativamente su alcance en el mercado.<sup>25</sup>



En 2020, Accion Venture Lab ha invertido en TerraMagna, una empresa brasileña que aprovecha las imágenes satelitales para reducir el costo de suscripción y ayudar a más agricultores a acceder al crédito.

En este sentido, se debe continuar apoyando e impulsando a los innovadores que están encontrando nuevas formas de responder a las necesidades financieras de los agricultores y los agronegocios desatendidos. El potencial de innovación es ilimitado, y las pequeñas empresas de todo tipo desatendidas necesitan herramientas digitales y financieras para recuperarse y crecer. De esta manera, los inversionistas, los formuladores de políticas y las instituciones financieras de desarrollo deben promover avances en *fintech* que estén ayudando a los agricultores, las agroindustrias y otros empresarios desatendidos a abrir oportunidades económicas en sus comunidades.

<sup>24</sup> Accion.org.

<sup>25</sup> <https://start.agritask.com/es/blog/hacer-uso-de-datos-agronomicos-para-pequenos-productores/>.

## Disrupción para la inclusión

Tendencias y oportunidades no tradicionales para potenciar la inclusión financiera en América Latina

### Servicios financieros digitales para la agricultura<sup>26</sup>

Los servicios financieros digitales para la agricultura incluyen servicios prestados directamente a pequeños agricultores, como pagos digitales para la agricultura, así como también servicios derivados que apoyan los créditos para la agricultura (por ejemplo: el financiamiento de insumos), el ahorro (por ejemplo: las billeteras digitales diseñadas para apoyar ciertas actividades del sector agropecuario) y la

cobertura en aseguradoras. Los servicios financieros digitales para la agricultura también incluyen soluciones que permiten el acceso a servicios derivados a través del análisis de datos, como soluciones de calificación crediticia provistas por empresas de terceros, así como también aquellas provistas por los agronegocios que han desarrollado soluciones internas para extender financiamiento a los agricultores con quienes hacen negocios.

Figura 15

Soluciones digitales para el sector *agritech* y desafíos para los pequeños agricultores<sup>27</sup>

Acceso a servicios		Acceso a mercados		Acceso a activos
<b>Consultoría digital</b>	<b>Servicios financieros digitales</b>	<b>Abastecimiento digital</b>	<b>Comercio electrónico agropecuario</b>	<b>Smart farming</b>
Servicios de valor agregado	Créditos y préstamos	Registros digitales	Insumos	Activos inteligentes compartidos
Consultoría inteligente	Financiamiento de insumos	Registros digitales con pagos	Producción	Monitoreo de equipos
información meteorológica	Calificación crediticia	Registros digitales con trazabilidad	Insumos y producción	Gestión del ganado y la pesca
Control de plagas y enfermedades	Financiación colectiva	Registros digitales con pagos y trazabilidad		
Verificación de productos	Seguros			
Mantenimiento de registros	Billetera digital para la agricultura			
	Ahorros			
	Herramientas de rendición de cuentas			
<b>Falta de conocimiento</b>	<b>Exclusión financiera</b>			
<b>Baja productividad</b>	<b>Poco acceso a los mercados</b>		<b>Baja productividad</b>	
<b>Cambio climático</b>				
<b>Poco acceso a redes móviles y conectividad a internet</b>				

Desafíos para los pequeños agricultores

<sup>26</sup> BID.

<sup>27</sup> GSMA.

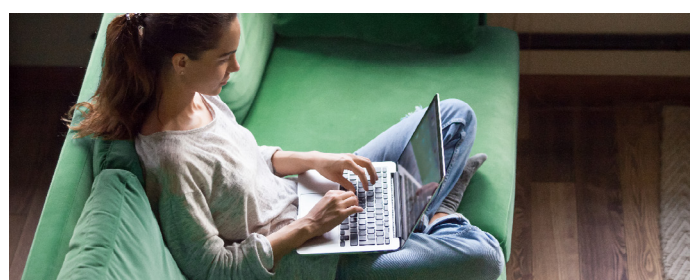


## 3.4. Sector *edutech*

Las *edutech* son empresas que con tecnología dedican el desarrollo y aplicación de herramientas digitales con el fin de acercar y mejorar la educación. Como respuesta a las necesidades crecientes que involucra el aprender de manera flexible y personalizada, el tiempo tan corto del que disponen los profesionales por el estilo de vida, además de un uso exponencial de dispositivos móviles, **las *edutech* llenan el vacío que deja el sistema educativo tradicional.**

Un tema fundamental para impulsar la digitalización en la educación es la **sinergia y colaboración entre los diferentes actores: el estado como mediador, el sector privado como facilitador, la academia como soporte y los investigadores y emprendedores en soluciones digitales como aceleradores de propuestas tecnológicas disruptivas.**<sup>28</sup>

En este sentido, la educación será inclusiva cuando cualquier persona pueda interactuar de manera segura, desde cualquier lugar, a cualquier hora, con cualquier persona, según la velocidad de su propio aprendizaje. El primer paso es romper el paradigma de que solo algunos pueden acceder a lo digital, cuando en realidad todos somos capaces. En América Latina contamos con emprendedores *edutech* que pueden aportar a la educación con plataformas, productos y servicios digitales para apoyar en este proceso de inclusión.



Las *edutech* responden a las necesidades educativas individuales, creando una comunidad de bienestar general y fomentando la inclusión.

Uno de los aspectos positivos de la pandemia, es que ha transformado el campo, cambiando el enfoque desde la promesa disruptiva a un mayor énfasis en la mitigación e inclusión con un potencial reductor de desigualdad. Las *edutech* permiten eliminar todo tipo de obstáculos y barreras para propiciar el derecho a la individualidad de cada estudiante. Esto implica no solo romper con barreras físicas sino con barreras cognitivas adaptando las nuevas tecnologías a los diferentes ritmos de aprendizaje. Las *edutech* brindan un conjunto de herramientas que nos permiten responder de mejor manera a las necesidades cognitivas de los estudiantes, incluyendo un mayor y mejor acceso a la educación financiera, tan necesaria en la región.

Estas nuevas tecnologías facilitan el aprendizaje y mejoran el rendimiento mediante la creación, el uso y la gestión de procesos y recursos tecnológicos apropiados. Las plataformas *edutech* pueden ser clave para masificar el alcance de la educación financiera en los países menos desarrollados.

<sup>28</sup> World Bank.

## Disrupción para la inclusión

Tendencias y oportunidades no tradicionales para potenciar la inclusión financiera en América Latina

La pandemia causada por el Covid-19 y sus consecuencias negativas para la economía han acelerado el posicionamiento de la educación financiera digital en América Latina. Su avance se relaciona directamente con la evolución de las TIC's y la globalización. En ese sentido, cada vez hay más personas con la posibilidad de interactuar, realizar transacciones financieras y generar ingresos mediante un dispositivo conectado a Internet.

Sin embargo, el acceso masivo a la tecnología no es sinónimo de masificación de conocimientos sobre finanzas y economía. Por ello, la educación financiera se vuelve pertinente porque permite a las personas mejorar su relación con el dinero y aprovechar las herramientas digitales.

La educación financiera digital enseña a gestionar el dinero de forma eficiente mediante el uso de la planificación y el aprovechamiento de las oportunidades; todo ello con estrategias pedagógicas ofrecidas a través de los medios tecnológicos.

La formación otorga a las personas la capacidad de tomar decisiones adecuadas respecto a sus finanzas en distintas situaciones. De esta manera, pueden resolver sus necesidades y generar riqueza.

Este tipo de educación avanza a un ritmo veloz porque evoluciona con la misma rapidez que las nuevas tecnologías. Por su parte, las instituciones educativas tradicionales se han retrasado en lo que se refiere a este tipo de enseñanzas.

En vista de ello, muchas personas han acudido al Internet para aprender sobre el manejo básico de las finanzas, el mercado de las criptomonedas, trading, marketing, programación web y muchas otras áreas de la economía digital.<sup>29</sup>



### Caso de éxito: EdX

EdX es una plataforma de cursos abiertos masivos en línea, conocidos por sus siglas en inglés como MOOC (Massive Online Open Course), basada en software de código abierto fundada por el Instituto Tecnológico de Massachusetts y la Universidad de Harvard en mayo de 2012, para hospedar cursos en línea de nivel universitario de un amplio rango de disciplinas, para todo el mundo sin costos para propiciar la investigación y el aprendizaje.<sup>30</sup>

<sup>29</sup> <https://fintechvzla.com/por-que-es-importante-la-educacion-financiera-digital/>.

<sup>30</sup> <https://www.edx.org/es/aprende/finanzas-personales>.

# Conclusiones

Deben buscarse soluciones que sean deseables para los usuarios de tal forma que, no solo tengan acceso a servicios, sino que realmente sean utilizados para lograr la transición a una población financieramente incluida.

Hoy somos más conscientes de los productos que usamos y con qué productos y compañías trabajamos; por otra parte, los grandes fondos de inversión están orientándose cada vez más a empresas socialmente responsables y que tengan soluciones innovadoras. Estamos en un punto de inflexión en donde debemos apalancar todos estos elementos.

Estos desafíos no son solo un tema de política pública sino también de empresa, inversionistas y sociedad.



A continuación, citamos algunos ejemplos que pudieran darse en cada espacio:

# Políticas públicas

- 1 : Fomentar las capacidades y conocimientos digitales de las poblaciones más vulnerables y que han estado tradicionalmente excluidas del sistema financiero: es importante que las políticas públicas de inclusión financiera contemplen el fortalecimiento de capacidades digitales, no solo las financieras.
- 2 : Fomentar las capacidades financieras y los marcos de regulación de protección al consumidor financiero: es clave diseñar e implementar programas de educación financiera que incentiven el buen uso de los servicios financieros digitales a la vez que promueven conductas financieras responsables.
- 3 : Promover marcos regulatorios adecuados con el objeto de lograr los múltiples objetivos de políticas de inclusión financiera: estabilidad e integridad financieras y protección al consumidor. Esta regulación debe proteger a los consumidores e inversionistas, garantizar una competencia sana y proteger contra los riesgos de estabilidad financiera e integridad.
- 4 : Diseñar marcos regulatorios que promuevan la competencia y eficiencia en el sector de las telecomunicaciones para lograr que los precios de uso de datos sean asequibles y competitivos.
- 5 : Asegurar que las poblaciones en zonas remotas tengan acceso a redes de conexión que les permitan acceder a los servicios financieros digitales.
- 6 : Establecer políticas de ciberseguridad para salvaguardar los derechos de los ciudadanos en el ámbito digital: este punto tiene en cuenta diferentes aspectos tales como la privacidad y la propiedad y sirve para aumentar la confianza de los ciudadanos en las tecnologías digitales, y que estos puedan sentirse cómodos accediendo a dichas tecnologías.
- 7 : Formular políticas que consideren enfoques novedosos para garantizar una supervisión y regulación de alta calidad, respaldar el uso seguro de tecnologías innovadoras y, al mismo tiempo, garantizar que la regulación sea proporcional a los riesgos existentes: es importante adaptar los marcos regulatorios con el objeto de que logren el equilibrio adecuado entre permitir la innovación financiera y abordar los desafíos y riesgos para la integridad financiera, la protección del consumidor y la estabilidad financiera.
- 8 : Implementar políticas del lado de la oferta que garanticen la existencia de infraestructura y cobertura para el uso de nuevas tecnologías.

## Empresa

- 1 : Apalancar la posibilidad de tener financiamiento dedicado a la sostenibilidad para crear proyectos que apoyen la inclusión financiera, cómo plataformas digitales para una mejor distribución de sus productos o servicios.
- 2 : Generar estrategias que apoyen a la comunidad donde operan inclusive en sus propios empleados en términos de equidad salarial y promoción interna.
- 3 : Diseñar productos de fácil acceso y uso, particularmente dirigidos a mitigar las brechas de género e incluir a la base de la pirámide.

## Inversio- nistas

- 1 : Diseñar una estrategia de inversión acorde a las necesidades de la región, teniendo en cuenta que se pueden perfectamente obtener retornos financieros correlacionados con el riesgo, y al mismo tiempo fomentar la inclusión financiera de un determinado sector o país.
- 2 : Promover políticas de diversidad en las empresas en las cuales invierten. Por ejemplo, nominar a mujeres en los Directorios o redireccionar estrategias para reducir las brechas.
- 3 : Combinar, en lo posible, una inversión de capital, con un producto de asesoría o consultoría para generar e impactar positivamente a las instituciones financieras.
- 4 : Priorizar las inversiones en digitalización, entendiendo que la pandemia del Covid-19 ha acelerado significativamente los tiempos de las instituciones financieras para entrar al mundo digital.

## Sociedad

- 1 : Fortalecer la conciencia de los productos que se consumen y quien los produce.
- 2 : Demandar transparencia en los costos totales de los servicios financieros, denunciando comisiones "invisibles" o prácticas de cobranza "agresivas".

Es necesario tener presentes las distintas aristas y dimensiones de la digitalización financiera empujadas por la pandemia del COVID-19, para que esta se traduzca en realidad en una mayor inclusión y un mayor bienestar financiero para la población. Si no se mantiene esta visión integral, las iniciativas podrían no traducirse en los resultados esperados y las brechas existentes, así como la vulnerabilidad financiera de la población en la región, ya de por sí alta, podrían exacerbarse. La "disrupción para la inclusión" es clave para lograr un grado de inclusión financiera sostenible a lo largo del tiempo. La dislocación producida por la pandemia del COVID-19 nos ha hecho repensar la mayoría de nuestras estrategias digitales, gatillando en general una aceleración exponencial de las mismas – debemos lograr que dichas estrategias lleguen a los segmentos que están hoy excluidos y que más necesitan del sistema financiero.

# Anexos: Casos de estudio



# Inclusión financiera en México

## Introducción

México es cuna de una de las industrias financieras más diversas y robustas de Latinoamérica, con cientos de participantes que van desde grandes bancos internacionales y locales, hasta una elevada presencia de *fintech*. No obstante, los avances en captación de los últimos años han sido limitados. **La mitad de la población adulta no tiene una cuenta bancaria y la penetración del crédito sobre el PIB alcanzó 36.9% en 2019**, sustancialmente menor que sus pares de la región. De esta manera, si bien el panorama de inclusión se robusteció, en parte por los nuevos jugadores digitales que entraron con soluciones innovadoras para hacer frente a las consecuencias de la pandemia, aún hay mucho por hacer. Las principales barreras del país en términos de inclusión tienen que ver con la **escasa infraestructura de conectividad, informalidad económica y altos costos en los servicios**, contrarrestando los esfuerzos adelantados por la normativa local y las iniciativas tecnológicas y bancarias. En este sentido, la elevada informalidad de la economía promueve el uso de efectivo. Cerca de la mitad de la población ocupada tiene un empleo informal.<sup>31</sup>

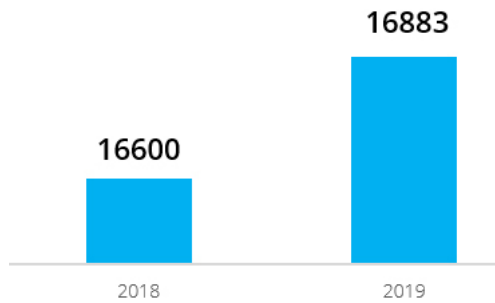
Por otro lado, la promulgación de la Ley *Fintech* y el desarrollo de la plataforma de pagos CoDi se contemplaron como impulsores para disminuir la brecha.

<sup>31</sup> [https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/enoe\\_je/ETOE2020\\_06.pdf](https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2020/enoe_je/ETOE2020_06.pdf).

**Avances recientes en el proceso de inclusión financiera en México<sup>32</sup>**

Al cierre de 2019, el número de **sucursales** en el país fue de 16,883, es decir, 1.1% mayor que en 2018. Se reportó una cobertura municipal de 51% y una cobertura demográfica de 92%.

Figura 16  
**Número de sucursales de la banca a 2019<sup>33</sup>**



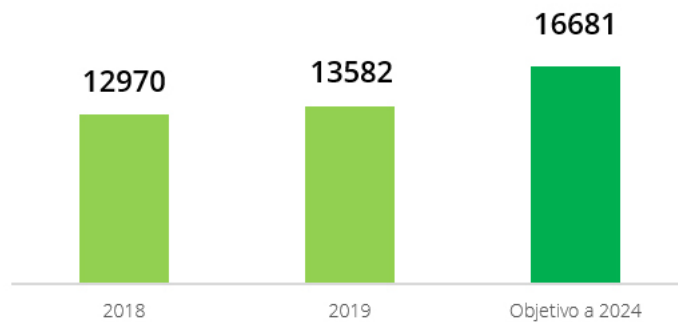
En cuanto al número de **cajeros automáticos**, se notó un crecimiento de 6% con respecto a 2018, con un total de 57,950 cajeros, una cobertura municipal de 59%, y una cobertura demográfica de 95%



Las **terminales punto de venta (TPV)** ascendieron a 3,264,750 dispositivos, de los cuales 1,319,428 correspondieron a la banca y las entidades de ahorro y crédito popular (EACP), y 1,945,322 fueron TPV de agregadores.

Respecto a las **cuentas de captación**, se tuvo un crecimiento de 4% respecto al 2018, alcanzando 125,997,761 contratos. Alrededor de ocho de cada diez cuentas fueron provistas por alguna institución de la banca comercial.

Figura 17  
**Número de cuentas de la banca a 2019<sup>34 35</sup>**



<sup>32</sup> Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF).

<sup>33</sup> Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF).

<sup>34</sup> Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF).

<sup>35</sup> Número de cuentas de la banca, entidades de ahorro y crédito popular e instituciones de fondos de pago electrónico por cada 10 mil personas adultas.





Al cierre de 2019 se registraron 59,707,436 **créditos a personas físicas**, lo que representó un aumento de 3% respecto a 2018. Particularmente, el número de **créditos a las micro, pequeñas y medianas empresas** fue de 531 mil créditos con un índice de morosidad de 5.8%.

En cuanto a las **transacciones**, se registró una disminución en el importe de las transferencias interbancarias o al mismo banco, al pasar de 162% a 147% como porcentaje del PIB del cuarto trimestre de 2018, al mismo periodo de 2019. Durante el periodo de octubre de 2019 a junio de 2020, las transferencias enviadas por CoDi se incrementaron considerablemente en número y monto.



El análisis de las **brechas de género** reveló que la tenencia de productos y servicios financieros ha mejorado para las mujeres respecto a 2018. La brecha en posesión de cuentas de captación fue de 4.9 puntos porcentuales (pp) —en favor de las mujeres—, en créditos hipotecarios de 24.8 pp —en favor de los hombres—, en tarjetas de créditos de 2.8 pp —también en favor de los hombres—, y en tarjetas de débito de 6.3 pp —en favor de las mujeres—.

### Acerca de la Política Nacional de Inclusión Financiera 2020-2024<sup>36</sup>

**La Política Nacional de Inclusión Financiera 2020-2024 es un programa que pretende elevar el número de personas con una cuenta bancaria de 47% en 2020 a 65% en los próximos cuatro años.** Este programa, que incluye a la Secretaría de Educación Pública, intenta incluir la materia financiera en la educación escolar como una manera de normalizarla y masificarla. El objetivo principal es que el país logre que la mayoría de las personas y de las empresas estén incluidas financieramente, y tengan una adecuada salud financiera, alcanzando una inclusión social más amplia, con menor desigualdad y pobreza. De esta manera, lograr que las y los mexicanos, **sin importar su edad, sexo, ingreso, condición laboral ni lugar donde radiquen, accedan y usen los productos y servicios del sistema financiero, con mejores conocimientos, habilidades y aptitudes económico-financieras.**

## Caso de éxito

### Konfío (México)

Soluciones financieras para empresas en crecimiento

Konfío es una empresa *fintech* mexicana que inició sus operaciones en 2014. La tecnología que ha desarrollado permite que, a través de una plataforma digital, las pequeñas y medianas empresas mexicanas puedan acceder a crédito para emprendedores y de capital de trabajo. La compañía busca que las pequeñas y medianas empresas puedan tener acceso a crédito ágil y herramientas a disposición que impulsen su crecimiento.

El 95% de las pequeñas empresas mexicanas buscan obtener financiación a través de medios alternativos. De esta manera, Konfío, mediante un modelo de negocios totalmente innovador, analiza el perfil crediticio de sus clientes y evalúa cuántos tipos de créditos manejan. Esto les da una noción sobre el nivel de endeudamiento que tienen y las forma en que los han liquidado.

Adicionalmente, en el año 2020, Konfío se enfocó en proyectos dirigidos a cerrar brechas de acceso a financiamientos para mujeres en México.

<sup>36</sup> [www.afi-global.org/sites/default/files/publications/2020-04/ES\\_Strategy\\_National\\_Financial\\_Inclusion\\_Strategy.pdf](http://www.afi-global.org/sites/default/files/publications/2020-04/ES_Strategy_National_Financial_Inclusion_Strategy.pdf).



# Inclusión financiera en **Colombia**

## **Introducción**

**La evolución de la industria *fintech* en Colombia crece a pasos agigantados brindando un abanico diversificado de productos y servicios únicos.** Éstos se apalancan en distintos modelos de negocios innovadores y una marcada necesidad de la población para acceder a ofertas de forma digital y con una mejor experiencia del usuario. El alza en los últimos años ha sido satisfactoria para este negocio que hoy le sigue abriendo las posibilidades a millones de personas que no tienen acceso al sistema financiero tradicional.

Por su parte, **la pandemia del Covid-19 aceleró la digitalización y puso en el mercado más productos y adelantos tecnológicos, impulsando el crecimiento en el indicador de acceso de los adultos al sistema financiero.**

Por otro lado, aunque las políticas de inclusión financiera han logrado conseguir avances notorios, **siguen pendientes algunos retos que deben resolverse. Entre ellos se destacan, promover la llegada de más servicios a zonas rurales, mejorar los niveles de cultura financiera, cerrar brechas entre hombres y mujeres, y seguir promoviendo el desarrollo de alternativas de pagos digitales en pequeños comercios.**

Avances recientes en el proceso de inclusión financiera en Colombia



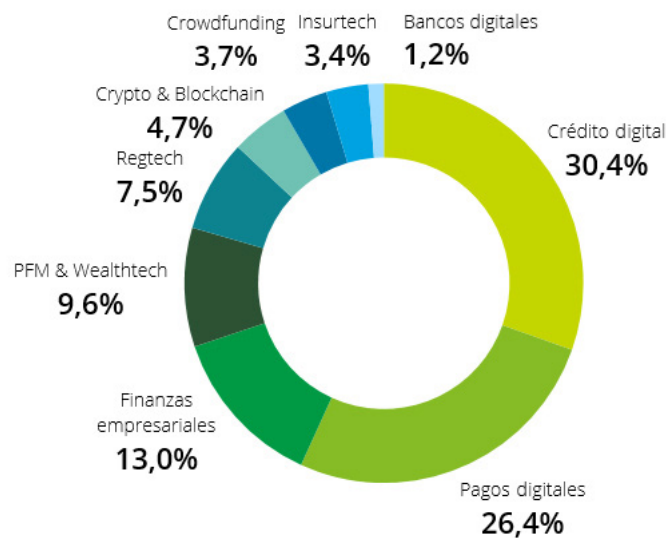
El 87,8% de adultos colombianos cuenta con un producto de depósito o crédito al cierre de 2020, lo que representa un incremento de 5,3 puntos porcentuales con respecto al año inmediatamente anterior.

El número de adultos con al menos un producto activo o vigente subió de 23,5 millones a 26,4 millones entre 2019 y 2020<sup>37</sup>, ubicando al indicador de uso de los productos en el 72,6%, lo que equivale a un crecimiento de 6,6 puntos porcentuales.



El ecosistema *fintech* de Colombia es uno de los más dinámicos y cuenta con 322 compañías, ubicándose en tercer lugar en la región, después de Brasil y México.<sup>38</sup>

Figura 18  
Ecosistema *fintech* 2020 en Colombia<sup>39</sup>



En el período 2017 – 2020, el número de empresas comprendidas en el ecosistema *fintech* presentó un crecimiento general del sector de 36%, mientras que, el incremento promedio del número de empresas entre el año 2017 y 2019, fue de un 15%.



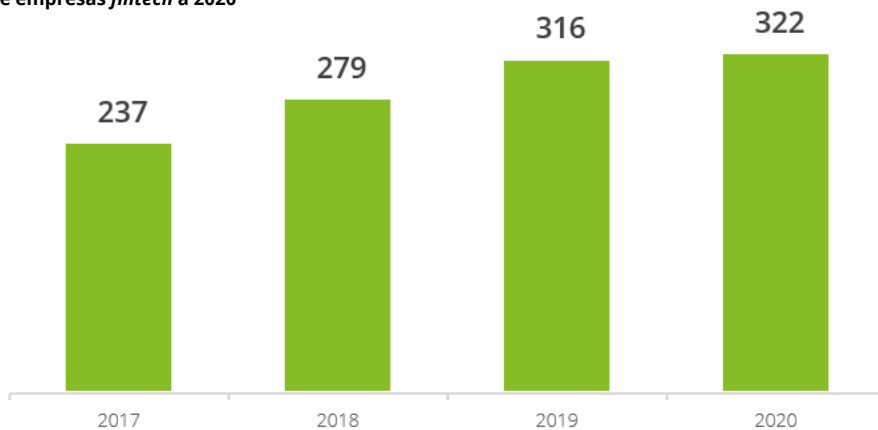
<sup>37</sup> Informe de Inclusión Financiera - Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) y Banca de las Oportunidades (BdO).

<sup>38</sup> Informe Sectorial *Fintank* 2020 – Colombia *Fintech*.

<sup>39</sup> Informe Sectorial *Fintank* 2020 – Colombia *Fintech*.

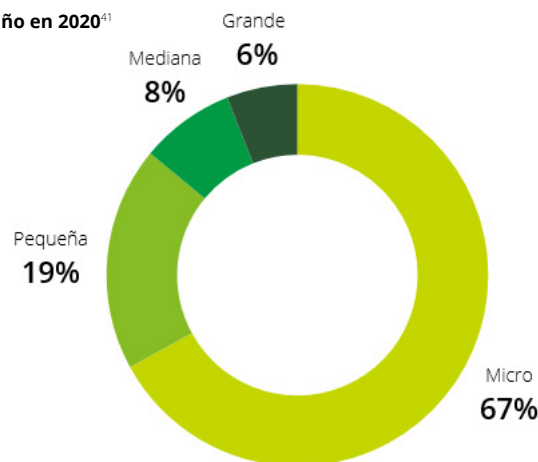
**El crecimiento en el número de empresas entre el año 2019 y el año 2020, fue de cerca del 2%.** Si bien, en el año 2020 se identificaron muchas iniciativas de emprendimiento dada la pandemia que impulsó la creación de modelos de negocios basados en tecnología, muchas no necesariamente se formalizaron en dicho año.

Figura 19  
Número de empresas *fintech* a 2020<sup>40</sup>



**El 67% de las empresas de la industria *fintech* son catalogadas como “microempresas”, el 19% de las empresas se asocian a “pequeña empresa”, el 8% son empresas “medianas” y el 6% restante son empresas grandes.**

Figura 20  
Empresas *fintech* por tamaño en 2020<sup>41</sup>



<sup>40</sup> Informe Sectorial *Fintank* 2020 – Colombia *Fintech*.

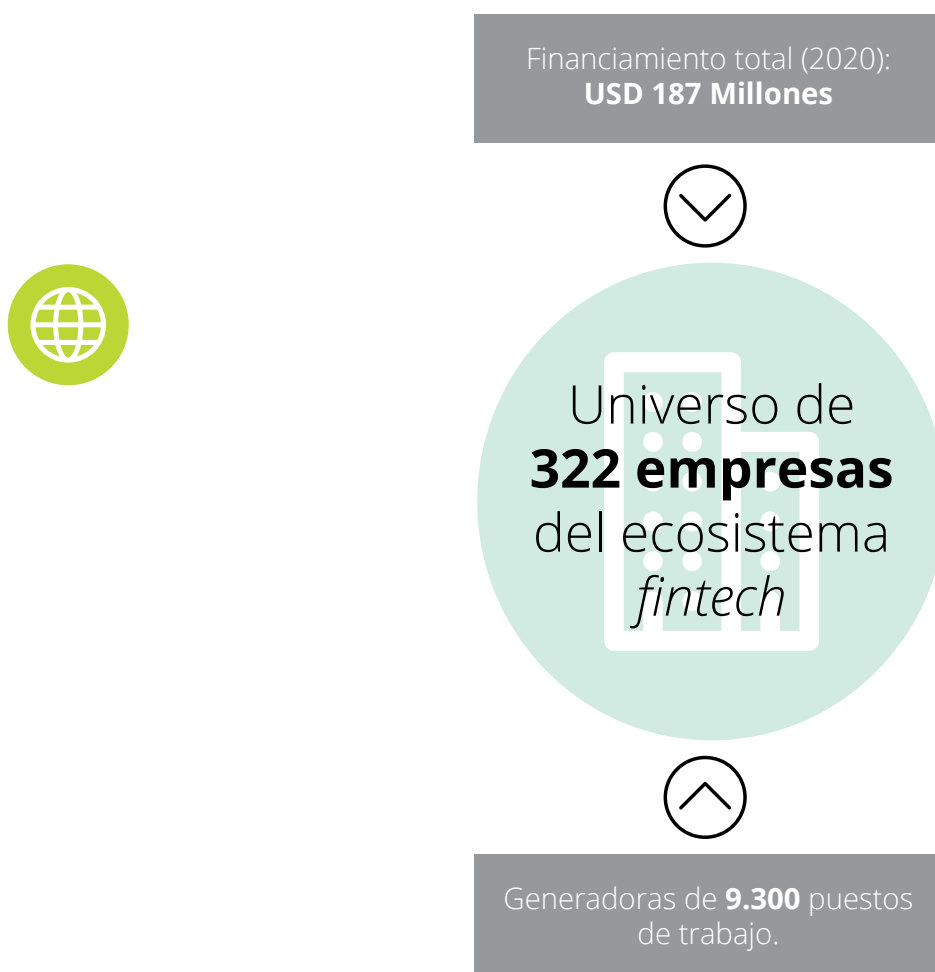
<sup>41</sup> Informe Sectorial *Fintank* 2020 – Colombia *Fintech*.

En Colombia **22,7 %** de las empresas identifica el acceso a **financiación** como su mayor obstáculo para el crecimiento y la **inversión**, comparado con 17,5 % en América Latina, según datos del Banco Mundial. Además, **el reto es mayor para las empresas pequeñas y emergentes, para las cuales dicho porcentaje alcanza el 24,6 %**. Por ello, la opción de financiamiento *fintech* se perfila como una de las posibles soluciones a esta problemática.<sup>42</sup>



Hoy en día **cerca de 320 firmas conforman el ecosistema *fintech* en el país, generando unos 9.300 empleos, y participando en la inyección de liquidez en la economía**. La inversión en la industria *fintech* local superó los USD 187 millones durante el 2020, registrando un alza de 212% frente a los datos de 2016.

Figura 21  
Financiamiento a las *fintech* en 2020<sup>43</sup>



<sup>42</sup> Financiamiento para startups a través de *fintech* – La Nota Económica.

<sup>43</sup> Financiamiento para startups a través de *fintech* – La Nota Económica.

## Disrupción para la inclusión

Tendencias y oportunidades no tradicionales para potenciar la inclusión financiera en América Latina

### Acerca de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera<sup>44</sup>

**Un avance importante para la inclusión y la educación financiera en Colombia es la creación del Programa Banca de las Oportunidades y el avance en el modelo de corresponsales bancarios y cooperativos** para aumentar la cobertura de los servicios financieros en todo el país; **el desarrollo de la Misión del Mercado de Capitales**, la cual diagnosticó el estado del mercado y propuso recomendaciones para su desarrollo; **el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2018-2022 Pacto por Colombia, el Pacto por la Equidad** que estableció lineamientos para la focalización del crédito a pequeños productores, jóvenes y mujeres rurales, así como **la coordinación de estrategias de la CIEEF y la CIIF dirigidas a la población rural, y la habilitación del Fondo para el Financiamiento del Sector Agropecuario (Finagro)** para realizar operaciones de redescuento con entidades no vigiladas en las mismas condiciones aplicables a las entidades vigiladas por la Superintendencia de la Economía Solidaria. De igual forma se destaca, **el Decreto 222 de 2020** que simplifica el modelo de corresponsales para poder atender a poblaciones tradicionalmente excluidas en zonas rurales y apartadas. Finalmente, la mayor contribución en materia de inclusión financiera se dio a partir de la puesta en marcha del **programa Ingreso Solidario**, creado a raíz de la crisis del COVID-19 en abril del 2020.

El objetivo general de estas políticas es Integrar los servicios financieros a las actividades cotidianas de los ciudadanos y las mipymes para contribuir al crecimiento e inclusión financiera del país.

## Caso de éxito

### Ualet (Colombia)

La app para ahorrar invirtiendo

Ualet es la primera app regulada en Colombia que permite hacer inversiones diversificadas en fondos de inversión colectiva administrados por entidades reguladas, vigiladas y reconocidas.

La app permite dar acceso a inversiones de calidad, ahorrando desde \$10.000, mediante un proceso 100% digital.

El modelo de negocios de Ualet es completamente innovador ya que utilizan inteligencia artificial para programar la operación de diversificación de sus usuarios. Un robot experto analiza el comportamiento financiero de cada uno de los usuarios y, de acuerdo con sus respuestas, asigna un perfil. Luego de este proceso, les ofrece una selección de fondos de inversión para invertir en diferentes tipos de activos como acciones, dólar, bonos o CDT's, según el perfil.

<sup>44</sup> <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4005.pdf>.



# Inclusión financiera en **Argentina**

## Introducción

A pesar del entorno macroeconómico adverso, Argentina ha logrado algunos avances en materia de inclusión y educación financiera. Sin embargo, aún enfrenta importantes desafíos. Uno de los principales desafíos que presenta el sistema financiero es su bajo nivel de profundidad comparado con otros países. Si bien el grado de bancarización se ha elevado, un alto porcentaje de las cuentas es utilizado exclusivamente para la percepción de salarios, haberes previsionales y beneficios sociales. El uso de medios de pago electrónicos, de instrumentos de ahorro y de financiamiento, sigue siendo acotado.

A ello se agregan, brechas relevantes en el uso de servicios financieros que afectan, sobre todo, a sectores sociales vulnerables como los desocupados, los trabajadores informales, los emprendedores de la economía popular, las mujeres y LGBTI+, los adultos mayores y los migrantes. Asimismo, se verifican disparidades regionales en detrimento de la población que reside en zonas rurales y alejadas de los centros urbanos, en especial en las provincias del noreste y noroeste argentino, por ejemplo, en materia de acceso a financiamiento.

En Argentina aún existe un largo camino por recorrer. Es preciso alcanzar niveles de inclusión financiera que garanticen el acceso universal, sostenible e integral, a una diversa variedad de productos y servicios financieros, que involucre a todos los integrantes del ecosistema socioeconómico, quienes deben poder satisfacer sus necesidades y progresar en un ambiente intermediado por instrumentos financieros de fácil acceso y uso. Para procurar el logro de este objetivo, en diciembre de 2020 el Consejo de Coordinación de la Inclusión Financiera aprobó la nueva Estrategia Nacional de Inclusión Financiera 2020-2023.

**Avances recientes en el proceso de inclusión financiera en Argentina<sup>45</sup>**



**La cobertura geográfica de servicios financieros experimentó una mejora relevante durante 2020.** De esta manera, el porcentaje de localidades con al menos un punto de acceso a servicios financieros pasó de 41.9% en diciembre de 2019 a 48.3% en el mismo mes del año 2020.

**La cobertura de cuentas bancarias alcanzó al 91% de población adulta.** De esta manera, más de 31 millones de personas poseían al menos una cuenta bancaria a fines de 2020.

Figura 22  
**Población adulta con al menos una cuenta<sup>46 47</sup>**

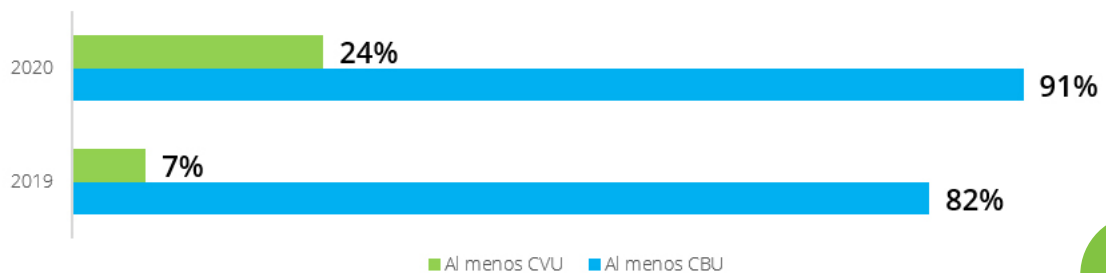
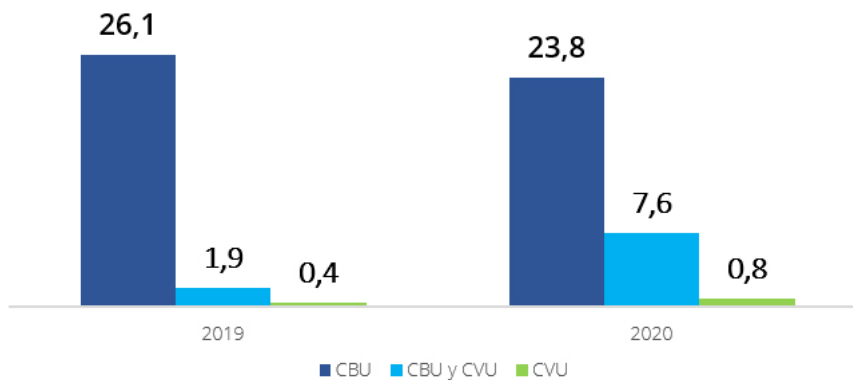


Figura 23  
**Personas con solo un tipo de cuenta o ambas (en millones)<sup>48</sup>**



**Los pagos remotos han aportado un gran dinamismo a los medios de pago electrónicos.** Las transferencias electrónicas por adulto incrementaron su volumen 90% en 2020, a través de la mayor canalización de operaciones por *home banking* (86%) y *mobile banking* (167%), mientras que los pagos remotos con tarjetas de débito crecieron 227% en el mismo periodo, ampliando su participación en 15 puntos porcentuales en el total de los pagos con dicho instrumento.<sup>49</sup>

<sup>45</sup> Argentina.gob.

<sup>46</sup> (a) Al menos CBU: tenedores de al menos una cuenta bancaria (pueden poseer más de una bancaria y cuentas no bancarias). (b) Al menos una CVU: similar aclaración a CBU.

<sup>47</sup> COELSA, INDEC y BCRA.

<sup>48</sup> COELSA, INDEC y BCRA.

<sup>49</sup> BCRA.



Recientemente, **el Banco Central de la República Argentina aprobó una política de estímulo para fomentar la inclusión financiera a través de la promoción del crédito y la utilización de los medios de pago electrónicos, así como también para mejorar el funcionamiento y distribución geográfica de los cajeros automáticos.** La medida se focaliza en: (i) expandir el crédito a personas y MIPYMEs que actualmente no poseen créditos otorgados por entidades financieras; (ii) potenciar el uso del cheque electrónico (ECHEQ) y de la Factura de Crédito Electrónica; (iii) incentivar el uso de los medios de pago electrónicos asociados a cuentas a la vista en pesos cuyos titulares sean personas humanas; y (iv) mejorar la operatividad de los cajeros para reducir el tiempo que quedan fuera de servicio y extender la red a las zonas desprotegidas y ciudades y pueblos donde no se presta el servicio.



Se implementó una **Campaña Digital de Educación Financiera** que busca ampliar los conocimientos financieros de las familias mediante videos tutoriales acerca del uso de los medios de pago y los canales electrónicos, la planificación financiera, entre otros temas.

El Banco Central de la República Argentina ha organizado **Capacitaciones Virtuales para Docentes** de 3 provincias (Catamarca, San Luis y Neuquén) y se encuentra trabajando en el desarrollo e implementación de programas educativos federales, con el objetivo de llevar la educación financiera a todo el país y, al mismo tiempo, promover una mayor inclusión financiera de los sectores más vulnerables.



#### Acerca de la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera

**2020-2023**<sup>50</sup> La Estrategia Nacional de Inclusión Financiera busca promover el acceso y uso, responsable y sostenible, de servicios financieros, a fin de contribuir al desarrollo social, el crecimiento económico y la disminución de la vulnerabilidad de individuos y empresas, a través de la inclusión y la educación financiera.

En este contexto, la estrategia nacional busca poner en marcha políticas de inclusión financiera que asuman una perspectiva social, de género y federal y se dirijan a integrar a los grupos sociales con menor acceso a servicios financieros, contribuyendo a reducir las brechas en la asignación de recursos y a ampliar la cobertura geográfica del sistema. Tales objetivos, además, son consistentes con el Plan de Acción en Inclusión Financiera del GPFI, cuya representación técnica argentina ante el G20 se encuentra bajo la órbita del Ministerio de Economía y del Banco Central de la República Argentina.

## Caso de éxito

### Geopagos (Argentina)

Solución de pagos digitales

Geopagos es una empresa *fintech* líder en Latinoamérica nacida en 2012 que se dedica a la creación de soluciones digitales de pago customizadas y ágiles para el ecosistema financiero. Bajo la modalidad "marca blanca" trabaja junto a sus socios para desarrollar soluciones de pagos digitales garantizando un *time-to-market* único, una implementación segura y una conexión sin límites.

La compañía está presente en 16 países, cuenta con 600.000 usuarios y facilita más de 3 millones de transacciones mensuales con un volumen procesado de más de USD 150 millones.

Esta empresa argentina, referente en la creación de soluciones tecnológicas, ayuda a transformar la industria de pagos y promueve la inclusión financiera a nivel regional.

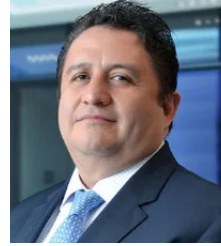
<sup>50</sup> Argentina.gob.

# Contactos



**Pablo E. Verra**

Socio Líder Regional de Sector Público,  
Finanzas de Impacto y Desarrollo  
[pverra@deloitte.com](mailto:pverra@deloitte.com)



**Gustavo Méndez**

Socio Líder Regional de  
Servicios Financieros  
[gmendez@deloittemx.com](mailto:gmendez@deloittemx.com)

#ConnectForImpact

# Deloitte.

Deloitte se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited, sociedad privada de responsabilidad limitada en el Reino Unido, a su red de firmas miembro y sus entidades relacionadas, cada una de ellas como una entidad legal única e independiente. Consulte [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com) para obtener más información sobre nuestra red global de firmas miembro.

Deloitte presta servicios profesionales de auditoría y assurance, consultoría, asesoría financiera, asesoría en riesgos, impuestos y servicios legales, relacionados con nuestros clientes públicos y privados de diversas industrias. Con una red global de firmas miembro en más de 150 países, Deloitte brinda capacidades de clase mundial y servicio de alta calidad a sus clientes, aportando la experiencia necesaria para hacer frente a los retos más complejos de los negocios. Los más de 330,000 profesionales de Deloitte están comprometidos a lograr impactos significativos.

Tal y como se usa en este documento, "Deloitte S-LATAM, S.C." es la firma miembro de Deloitte y comprende tres Marketplaces: México-Centroamérica, Cono Sur y Región Andina. Involucra varias entidades relacionadas, las cuales tienen el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limitan sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría, consultoría, consultoría fiscal, asesoría legal, en riesgos y financiera respectivamente, así como otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta presentación contiene solamente información general y Deloitte no está, por medio de este documento, prestando asesoramiento o servicios contables, comerciales, financieros, de inversión, legales, fiscales u otros.

Esta presentación no sustituye dichos consejos o servicios profesionales, ni debe usarse como base para cualquier decisión o acción que pueda afectar su negocio. Antes de tomar cualquier decisión o tomar cualquier medida que pueda afectar su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado. No se proporciona ninguna representación, garantía o promesa (ni explícita ni implícita) sobre la veracidad ni la integridad de la información en esta comunicación y Deloitte no será responsable de ninguna pérdida sufrida por cualquier persona que confíe en esta presentación.