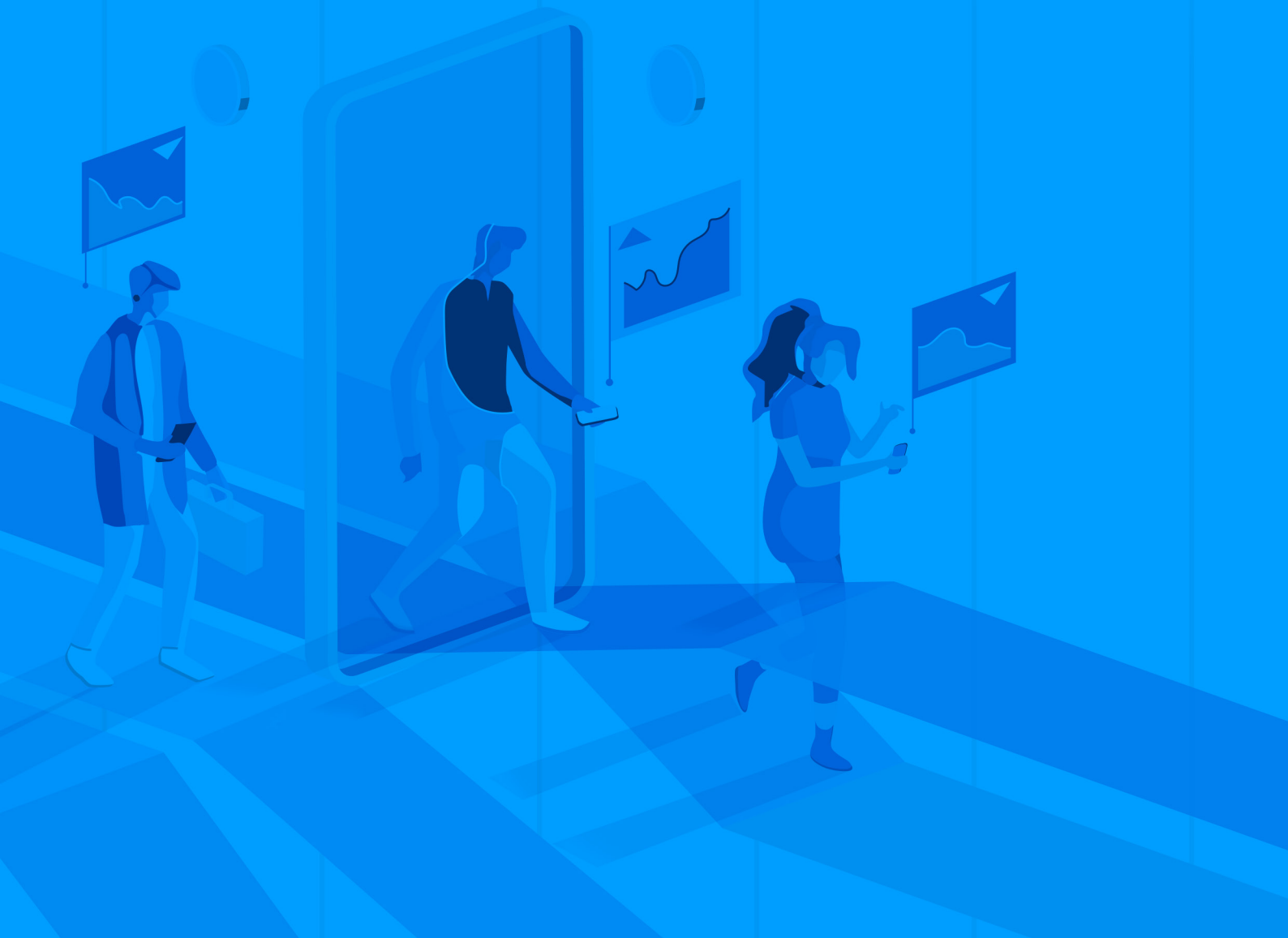
INFORME CÁMARA ARGENTINA DE FINTECH

TENDENCIAS EN EMBEDDED FINANCE Y OPEN BANKING

CÁMARA ARGENTINA DE FINTECH

POINCENOT
tech.studio



PRÓLOGO

Quizás uno de los cambios paradigmáticos más radicales de los últimos tiempos ha sido la **centralidad que la experiencia del usuario ha adquirido como eje a la hora de pensar un nuevo producto o servicio.** La industria financiera no ha sido ajena a ello.

La aceleración en el desarrollo de soluciones cada vez más útiles y eficientes es vertiginosa. El surgimiento de nuevas herramientas diseñadas para simplificar procesos que hasta hace poco requerían tiempo y conocimientos específicos es muy alentador. Gracias a la aplicación de la tecnología en nuestra vida cotidiana y en las comunidades en las cuales participamos, **surgen propuestas destinadas a crear y simplificar la forma en la que nos vinculamos con las finanzas.**

En este contexto, tanto las finanzas embebidas como el open banking se han convertido en dos de los tópicos que más interés han despertado en 2021 y todo indica que seguirán siendo tendencia durante los próximos años. Se trata de temas novedosos, que requieren análisis, comprensión. La generación de información relevante, a partir de datos precisos, que nos permita entender las percepciones, necesidades y expectativas de los usuarios y de las empresas, es crucial. Aquí radica la importancia de trabajos como el que realizamos en forma conjunta con Poincenot Tech Studio, empresa fundadora de nuestra institución e importante referente en el desarrollo de soluciones tecnológicas. **Se trata de un estudio detallado que nos permite echar luz sobre cuestiones claves para el futuro del sistema financiero.**

Desde la Cámara Argentina de Fintech **promovemos un ecosistema en el que todos los actores puedan interactuar en un clima de cooperación y complementariedad,** con el único propósito de mejorar la vida de las personas, incluir a los sectores postergados y promover la innovación como vía **para generar más y mejores oportunidades para nuestro país.**

Se trata de un desafío ambicioso que requiere, sin dudas, del compromiso y la colaboración de cada uno de nosotros.

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO

2. INTRODUCCIÓN

3. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS PERFIL DE LOS ENCUESTADOS

4. FAMILIARIDAD DRIVERS DE LA CATEGORÍA

5. EMBEDDED FINANCE Y OPEN BANKING EN LAS ORGANIZACIONES

6. BARRERAS Y OPORTUNIDADES A FUTURO
PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE EMBEDDED FINANCE Y OPEN BANKING EN LAS ORGANIZACIONES

7. RELEVANCIA DE LAS HERRAMIENTAS Y MEJORAS ESPERADAS

8. PRINCIPALES APRENDIZAJES:
PRESENTE Y FUTURO DE LAS INICIATIVAS DE EMBEDDED FINANCE Y OPEN BANKING EN ARGENTINA

1. RESUMEN EJECUTIVO

La experiencia internacional demuestra que **Embedded Finance y el Open Banking** no son una moda ni una tendencia pasajera: se trata de herramientas que amplían las posibilidades de clientes y consumidores mediante el uso de la tecnología, generando nuevas oportunidades para el ecosistema y la industria financiera.

Este informe, realizado de forma conjunta por la **Cámara Argentina de Fintech y Poincenot**, analiza dichas tendencias, su presencia en el ecosistema financiero argentino y describe su participación actual en el mercado.

Asimismo, profundiza en **fortalezas, debilidades, obstáculos** para el crecimiento y las oportunidades de Embedded Finance y Open Banking para el mercado Fintech argentino tanto en la actualidad como a futuro, con el propósito de **aportar valor a la visión del sector** y principales necesidades de las empresas que componen su ecosistema.

2.
INTRODUCCIÓN

Las **Fintech** son empresas de origen digital cuya principal actividad es brindar servicios financieros mediante el uso de la tecnología. Y como tales, renuevan sus herramientas para ofrecer distintas experiencias a sus clientes y usuarios y también en la forma en que operan sus negocios. Si la tecnología es uno de los motores de estos servicios, la renovación de las posibilidades va de la mano de la incorporación de novedades tecnológicas y de sus aportes para la industria financiera. En este sentido, **Embedded Finance y Open Banking** se encuentran entre las tendencias de mayor expansión a nivel mundial[1] y Argentina no es ajena a este movimiento.

Recordemos brevemente qué implica cada uno de estos conceptos:
Embedded Finance es la posibilidad de incorporar servicios financieros en distintas comunidades para facilitar el acceso a los mismos y que de esta manera los consumidores puedan disfrutar de una experiencia completa, incluyendo una o varias transacciones financieras. Por su parte, **Open Banking** implica que cada usuario es dueño de sus datos y que cada institución financiera con la cual quiera relacionarse pueda utilizarlos para brindarle servicios con mayor nivel de eficiencia y eficacia, a los fines de ampliar la oferta de valor que el usuario recibe.

> Embedded Finance y Open Banking se encuentran entre las tendencias de mayor expansión a nivel mundial

1 ***The Embedded Finance Explainer, Insider Intelligence:***
https://www.emarketer.com/content/embedded-finance-explainer
The future of open banking and open finance. Megatrends 2022, Open Banking Excellence:
https://www.openbankingexcellence.org/megatrends-future-open-banking-open-finance/
Promising future: is Embedded Finance the next big thing:
https://www.treasurers.org/hub/treasurer-magazine/is-embedded-finance-the-next-big-thing
The future of banking, It's time for a change of perspective, Accenture, 2021
https://www.accenture.com/_acnmedia/Accenture/Conversion-Assets/Secure/pdf-no-index-5/Accenture-Future-Banking-Business-Models.

Sin embargo, poco se sabe sobre cómo, cuándo y por qué el ecosistema Fintech nacional utiliza estas nuevas posibilidades y herramientas y qué oportunidades se despliegan a futuro para su explotación y desarrollo.
Por ese motivo, la **Cámara Argentina de Fintech** con el apoyo y colaboración de Poincenot, encomendaron a **Youniversal**[2] la confección del primer estudio detallado sobre el tema, que permita explorar sus posibilidades y su potencial.

Como resultado de la investigación realizada, se creó el presente informe, que tiene como objetivo describir la penetración, usos y posibilidades que ofrecen **Embedded Finance y Open Banking** para el ecosistema Fintech local y contar con una visión de sus posibilidades a futuro.
Nuestros hallazgos principales evidencian que más allá del mencionado crecimiento de Embedded Finance y Open Banking en el mundo, en el mercado local **su desarrollo es prometedor pero aún incipiente,** contando con un **gran espacio para seguir creciendo a futuro.**

La primera parte de este informe analiza el nivel de familiaridad y conocimiento con los conceptos de **Embedded Finance y Open Banking** a nivel local, qué tipo de compañías e industrias utilizan estas herramientas, con qué estructuras cuentan para hacerlo, el nivel de interés y potencial de negocio que observan en relación a las mismas, las barreras para su implementación y el desarrollo de estas áreas a futuro.

En las secciones finales se profundiza en la visión de futuro y particularidades locales de dichas herramientas desde la mirada de referentes de distintas industrias y verticales y se brindan conclusiones y recomendaciones para impulsar el desarrollo de **Embedded Finance y Open Banking en Argentina**.

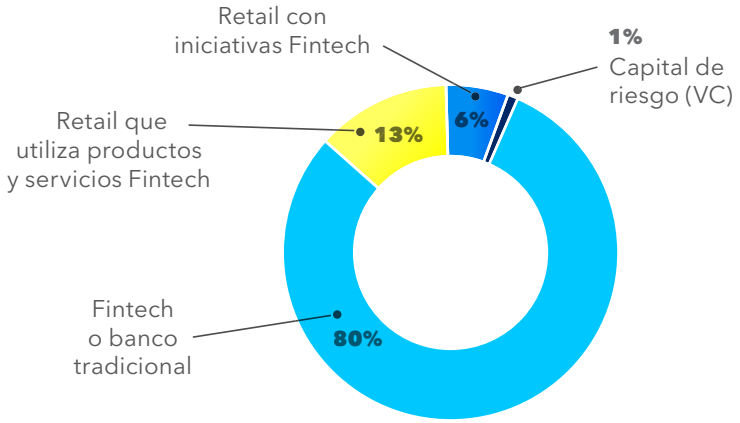
> Su desarrollo es prometedor pero aún incipiente, contando con un gran espacio para seguir creciendo a futuro

2 *Consultora especializada en investigación de mercado y detección de tendencias a nivel regional. www.youniversalcontent.com*

3. CARACTERIZACIÓN DE LAS EMPRESAS. PERFIL DE LOS ENCUESTADOS

Entrevistamos a los principales actores de Fintech en Argentina, a través de una muestra compuesta por aquellas empresas que brindan servicios en Fintech o pertenecen al sector de banca tradicional que incorporó estos servicios, o bien retailers que utilizan servicios de fintech o tienen iniciativas que se apalancan sobre estos servicios. Se buscó entender el grado o nivel de madurez sobre la penetración de estas tendencias en las comunidades y finalmente entrevistamos a los venture capitals para analizar su interés de inversión en este tipo de negocios.

Tipo de empresa y vínculo con las Fintech %



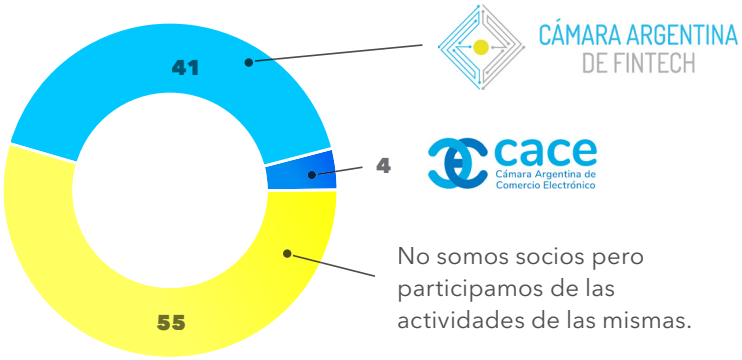
ALTO VINCULO CON FINTECH Y BANCA TRADICIONAL

80% de los encuestados mencionaron brindar productos y servicios para Fintech o trabajar en Banca tradicional.

El perfil del entrevistado es mayoritariamente Fintech o trabaja en banca tradicional **(80%)**, pero también están presentes empresas de diversas categorías (empresas que comercializan servicios **B2B y B2C**, retailers, empresas de telecomunicaciones, etc) que utilizan servicios y productos de fintech **(13%)** o que tienen iniciativas relativas a Fintech **(6%)** y Venture Capital **(1%)** que opera en capital de riesgo.

Relación con las Instituciones %

Casi la mitad de la muestra es socio de la cámara y la otra mitad tiene un vínculo fluido con la misma y con CACE.

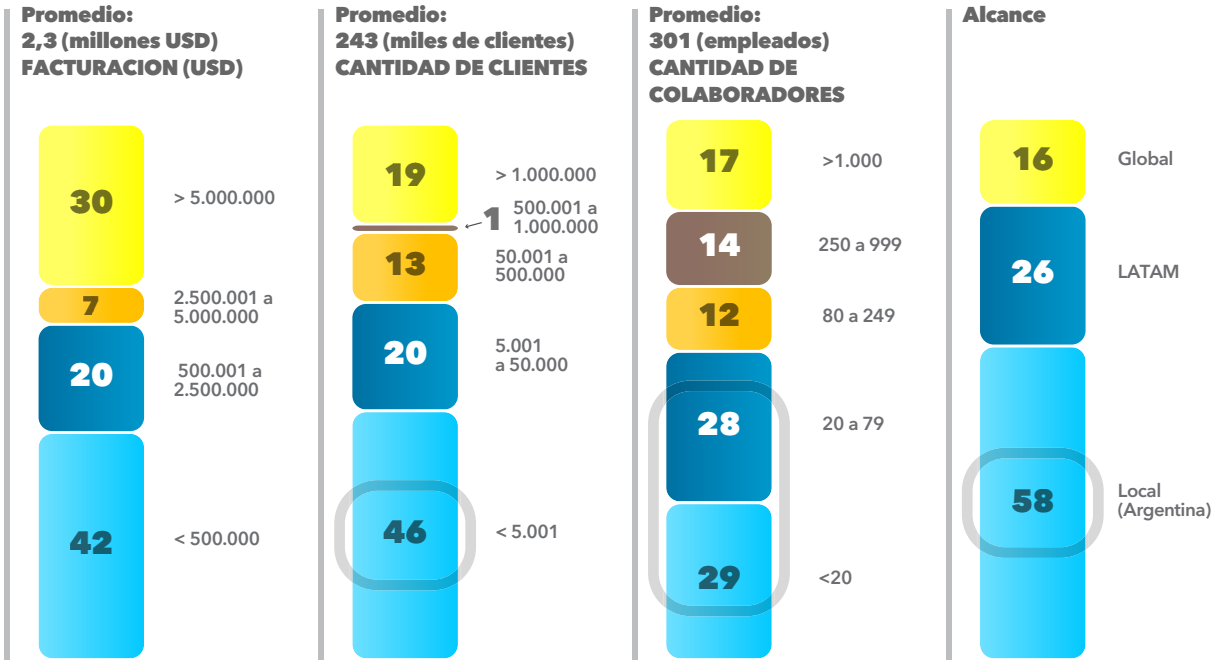


Respecto del vínculo con las instituciones, el 45% de las empresas respondentes tiene vínculo con la Cámara Argentina de Fintech o con la Cámara Argentina de Comercio Electrónico y existe un 55% que si bien no participa como socio en una u otra cámara, tiene un vínculo fluido con estas instituciones, participando en seminarios y otras actividades realizadas por las mismas.

el 45% de las empresas respondentes tiene vínculo con la Cámara Argentina de Fintech o con la Cámara Argentina de Comercio Electrónico

Perfil de las empresas %

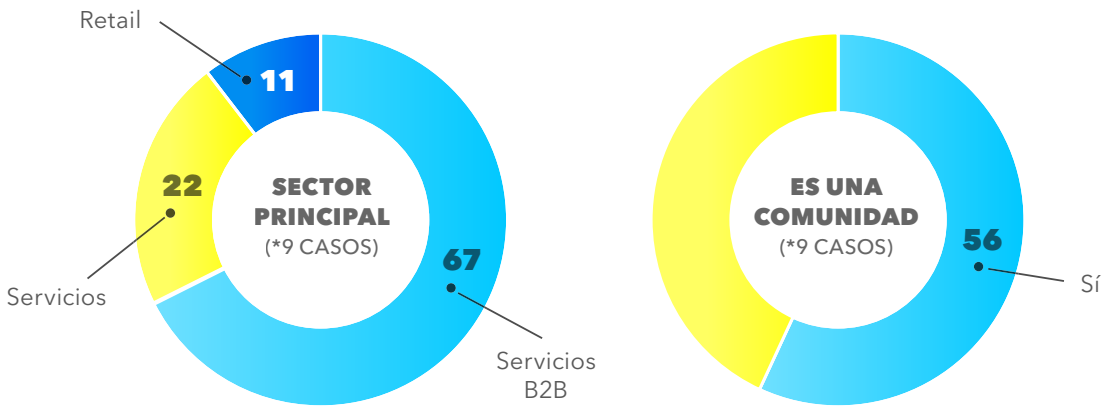
Casi la mitad de las empresas tienen menos de 500 mil USD de facturación; menos de 5,000 clientes; y en su mayoría (57%) menos de 80 colaboradores y son de alcance local (58%).



Perfil de las empresas: En el marco de la encuesta realizada, **la mayoría se auto categoriza como pyme según su facturación, cantidad de empleados y clientes:** casi la mitad de las empresas tienen menos de 500.000 dólares de facturación anual, menos de 5000 clientes y en su mayoría, menos de 80 colaboradores (57%). Por su parte, un 24% son bancos u otras entidades financieras. **Respecto del alcance, todas las empresas son locales y el 58% operan solamente a nivel local, mientras que un 26%** hace negocios en Latam y un 16% logró escala global.

La mayoría se auto categoriza como pyme según su facturación, cantidad de empleados y clientes

Tipo de empresa que utiliza productos y servicios Fintech %



En cuanto al tipo de servicios ofrecidos, **en su mayoría son B2B (servicios a otra empresa).** Un 22% brinda servicios más generales que pueden ser B2B o B2C, y un 11% son un Retail que comercializa específicamente algún producto B2C. Le preguntamos a estos retailers si eran una comunidad o no, y **la mitad de ellos dijeron que sí.** Entendemos el concepto de comunidad como aquellas empresas que tienen una base de datos propia y que pueden gestionar toda la transaccionalidad de sus clientes dentro de su propia base de datos.

Entrevistamos a los principales actores de distintas industrias y empresas en Argentina

Fundación de la empresa %

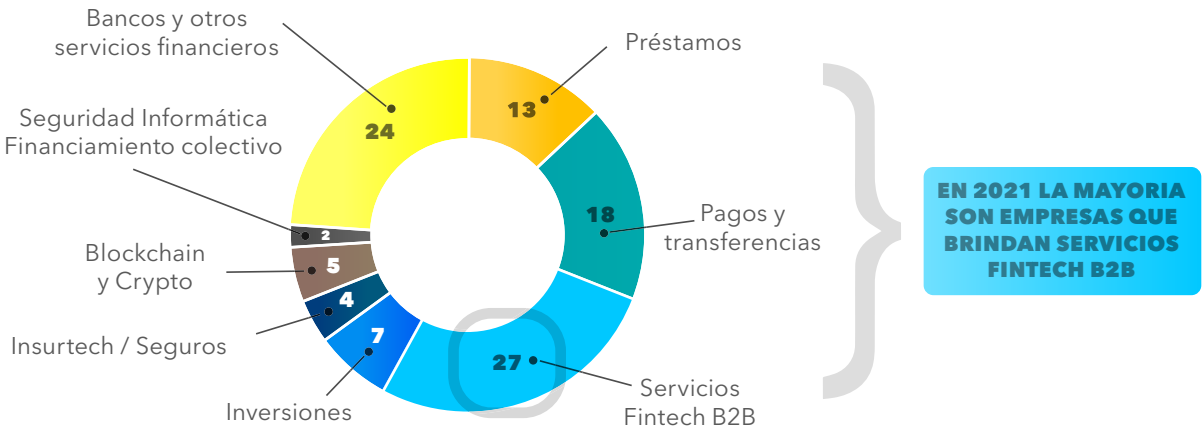
La media de la fundación de la empresa se encuentra en 11 años:
33% fue fundada antes de 2001 y 32% fueron fundadas después de 2019

* No se muestran años sin menciones.

¿Cuándo se fundaron las empresas?
Hay 1/3 que es anterior al 2001, otro 1/3 que está distribuido entre 2001 y 2018, y hay un 32% que se crearon en estos últimos 3 años.

Este último tercio nos habla de Fintech como una temática claramente en crecimiento y aceleración.

Tipo de servicio que provee %



¿En qué categoría de Fintech?
La mayor parte en servicios **B2B Fintech (27%)**, luego se encuentran bancos y otros servicios financieros (24%), pagos y transferencia (18%), préstamos (13%), inversiones (7%), blockchain y cripto (5%), Insurtech (4%) y financiamiento colectivo (2%).

FINTECH: UN MUNDO CON ESPACIO PARA LA INNOVACIÓN

- **Encontramos que no se habla ya tanto de "transformación", un término algo trillado, más propio de las empresas que no son nativas digitales y que tienen que mutar para seguir vigentes, sino que se habla directamente de innovación. La mirada creativa, el espíritu de startup, y la búsqueda de nuevos negocios o productos revolucionarios está en la esencia de estas compañías.**

- **Existe la percepción de que hay aún mucho por hacer, mucho por crear, en un mercado donde la inclusión financiera es bajísima y donde la pandemia vino a acelerar el uso de las plataformas digitales de una forma exponencial.**

Opinan los entrevistados

"Creo que es el ADN del mundo Fintech, ***estar revolucionando a veces con cosas sencillas y a veces con cosas más complicadas, pero en realidad estamos viendo la punta del iceberg de lo que va a pasar, o debería pasar. El mundo cambia, la pandemia lo demostró, que vos tenés que estar, todo el tiempo, con tu cabeza innovadora donde realmente hay necesidades.*** *En países emergentes como Argentina, el* ***80% de los pagos se hacen en efectivo y las costumbres de las personas y la cultura van cambiando, entonces tenés que aggiornarte constantemente.*** *Nosotros somos billetera pero también llevamos servicios a comercios con QR interoperables,* ***el comercio está descubriendo un nuevo mundo de qué cobrar y cómo cobrar. Si cobro con pesos, criptos, con préstamos, si puedo tener inversión de capital, si puedo cambiar un cheque. Hay mil cosas que pasan en el mundo real que de a poco estamos buscando la vuelta para que nazcan en el mundo digital".*** *Fintech*

"Los Servicios financieros son pagos/cobros, créditos, inversiones y seguros. Para nosotros ***la innovación es estar creando nuevos casos de uso abajo de esos cuatro pilares, todo el tiempo, para que más gente se acerque al uso de sus finanzas, para que más gente perciba esto como la puerta de entrada para acceder (donde entidades tradicionales le cerraban esa puerta)*** *y para cambiar el hábito, para que esto pase a ser no el "one time" sino que todos los días* ***tengas cada vez más excusas de decidir tus finanzas desde la digitalización".*** *Comunidad*

"Cuando sos más startup es más fácil innovar porque estás menos en el radar de muchos, de muchos reguladores y demás. Pero claramente cuando sos más grande es difícil innovar. Hay que aprender a seguir innovando cuando crecés, sabiendo que tenes que llevarlo a otra escala. ***Desafíos hay, todo el tiempo hay algo diferente, todo el tiempo estamos viendo un gap nuevo, todo el tiempo querés dar acceso al crédito a más gente, todo el tiempo querés ir "por la próxima zanahoria". Es nuestro mindset".*** *Fintech*

El comercio está descubriendo un nuevo mundo de qué cobrar y cómo cobrar

Siempre estamos en lo último que podamos hacer para ser referentes en innovación

*"**Siempre estamos en lo último que podamos hacer para ser referentes en innovación**. Claramente el futuro viene por ese lado, es en lo que estamos trabajando hace mucho años, en realidad somos el primer banco en Argentina en usar código APIs, es el inicio del Open banking. **Yo creo que se viene más de lo mismo, fue una revolución toda la pandemia en el uso de las plataformas digitales, los ecosistemas**, claramente por una necesidad de que no se podía mucho salir y empezaste a pedir mucha más comida por la plataforma, que era más fácil que por el teléfono; y resolver muchas más cosas por plataformas: de pago, de distintas cosas, que para ir al banco tenías que sacar un turno. **Eso aceleró la usabilidad de los distintos ecosistemas. Yo creo que el mundo, al menos la Argentina, va a seguir esa tendencia".** Banco*

---

*"Veo que se viene porque va a aportar esa **simplicidad que quiere el usuario y va a ser una experiencia mucho más integral, al mismo tiempo le da a ese cliente la posibilidad de tener un banco en cierto momento del proceso de compra y eso es espectacular.** Te da una facilidad de uso y una **versatilidad de opciones que de otra manera sería prácticamente imposible".** Fintech*

---

*"**Transformación es un nombre trillado, para nosotros no existe porque al ser nativos digitales, lo que existe en el ADN es la innovación, el hacer cosas nuevas y distintas**. Tenemos que **hacer las cosas diferentes, pero hacerlo bien,** no creemos en ese ecosistema Fintech rebelde al que no le gusta la regulación. **Creemos que se pueden hacer las cosas distinto, cliente céntrico, sin romper nada para hacerlas distintas**. Lo segundo es el hecho de que **venga alguno y diga no lo pudimos hacer, es lo que nos motiva a que intentemos hacerlo, juguemos con el borde:** es la razón por la cual la compañía tiene un gerente general que es abogado, yo soy abogado y ajustamos descubriendo la norma, correrle los bordes". Banco*

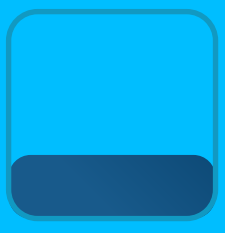
Creemos que se pueden hacer las cosas distinto, cliente céntrico, sin romper nada para hacerlas distintas

EN SÍNTESIS:

Caracterización de las empresas. Perfil de los encuestados

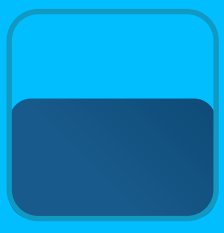
Los respondentes son parte importante del sector y están altamente vinculados al mismo, sus cámaras y organizaciones asociadas. En su mayoría han disponibilizado productos y servicios a pesar de la pandemia. Y 1 de cada 3 empresas encuestadas se fundó en pandemia o tan solo algunos meses antes de la misma.

RECIENTES: se fundó en estos últimos tres años



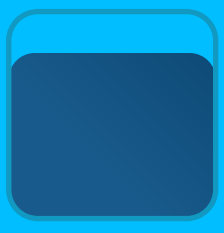
32%

FINTECH de servicios B2B, pagos y préstamos



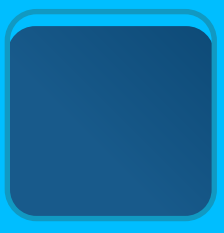
58%

DISPONIBILIZÓ nuevos productos ó servicios



80%

ES FINTECH, Banco o Retail que utiliza estos servicios



93%

4.
FAMILIARIDAD
DRIVERS DE LA CATEGORÍA

Lo primero que nos interesaba explorar **era el nivel de familiaridad de la muestra con los conceptos de Open Banking y Embedded Finance.** Por ello durante la encuesta se presentaron ambos conceptos y exploramos con los respondentes cuán familiarizados estaban con cada uno de ellos.

OPEN BANKING:

Implica que cada usuario es dueño de sus datos y que cada institución financiera con la cual quiera relacionarse pueda utilizarlos para brindarle servicios con mayor nivel de eficiencia y eficacia.

57%
FAMILIARIDAD

Comenzamos con **Open Banking** y expresamos que implica que cada usuario es dueño de sus datos y que cada institución financiera con la cual quiera relacionarse puede utilizarlos para brindarle servicios con mayor nivel de eficiencia y eficacia. **Encontramos un alto nivel de familiaridad: un 57%, es decir que 6 de cada 10 está muy familiarizado con el concepto de Open Banking.**

Encontramos un alto nivel de familiaridad con el concepto de Open Banking

EMBEDDED FINANCE:

Es la posibilidad de incorporar servicios financieros en distintas comunidades para facilitar el acceso a los mismos y que de esta manera los consumidores puedan disfrutar de una experiencia completa, incluyendo una o varias transacciones financieras.

35%

FAMILIARIDAD

Luego presentamos el concepto de Embedded Finance, como la posibilidad de incorporar servicios financieros en distintas comunidades para facilitar el acceso a los mismos y que de esta manera los consumidores puedan disfrutar de una experiencia completa, incluyendo una o varias transacciones financieras. Aquí encontramos **un nivel de familiaridad significativamente menor:** sólo un 35% tiene familiaridad con el concepto de **Embedded Finance. Casi un 40% menos que Open Banking,** existiendo una gran oportunidad para explicar y profundizar los nuevos servicios, negocio y soluciones que pueden desarrollarse con está tecnología.

Desde las entrevistas cualitativas exploramos cuál era la imagen y beneficios percibidos de ambos conceptos y **la visión de los entrevistados es unánime: Open Banking es el futuro, es el "mundo ideal", donde cada uno es dueño de sus datos y decide (y autoriza) con quién compartirlos.**

Esta evolución hacia un track record abierto, disponible, y con ownership del usuario trae dos beneficios claves: facilidad para el usuario, ya que no se duplicarían procesos, trámites, análisis, etc. Y **una competencia más justa:** si la información está disponible (y cambiarse de banco se convirtiera de esa manera en algo menos engorroso y obstaculizado), **las empresas competirían pura y exclusivamente por los productos y servicios que brindan.**

Opinan los entrevistados

"La revolución va por el cambio de foco: en lugar de tener los datos, en vez de guardar los datos y usarlos para mí, le pongo el foco en ver cómo te doy el mejor crédito que te puedo dar. *Eso es algo que hoy no se tiene. Además te da formas, te permite focalizarte en nuevas formas de dar créditos ajenas a lo que es "conseguir el dato": hay muchas tecnología de Inteligencia Artificial que nos posibilitará innovar en cómo damos crédito, en vez de tener que guardar un dato.* ***El Open Banking va a cambiar las reglas del juego desde ese punto de vista y en vez de ser mejor por tener más datos, será por tener mejor analítica, que es lo que hace que Google, Netflix, Facebook y otras empresas sean exitosas".*** *Fintech*

"Es una tendencia mundial, que creo que lo vamos a ver no solamente en finanzas sino en ***facetas de nuestras vidas que dice que nosotros somos dueños de nuestros propios datos*** *y que la portabilidad de datos tiene cada vez más valor y es el sustento de muchas empresas. Creo que vamos a ver una lucha de parte de los consumidores de ser dueños de nuestros datos. Creo que los primeros diez años no entendía el valor que tienen los datos,* ***ahora nos estamos despertando y estamos viendo cada vez más problemas: de antitrust y de monopolios. Y el consumidor va a luchar por sus derechos, ya sea en finanzas o sus derechos en salud (que para mí va a ser la próxima gran frontera). Creo que es imparable la tendencia".*** *VC*

"Lo bueno de eso es que nos pone a competir en otro plano, en un lugar más sano, velando por el servicio y la entrega al cliente. *Que es lo que necesitamos todos, los bancos incluidos". Fintech*

"Nosotros creemos que ***el sistema financiero del futuro será abierto y colaborativo. Al consumidor le va a traer facilidades.*** *Hablando solo de bancos, sin Fintech en el medio.* ***"Quiero abrir cuenta en el Banco X, ya presenté todos los papeles en el Banco H, y ahora tengo que volver a presentar todos los papeles en el Banco X". Olvidate, si yo puedo compartir datos en el sistema financiero sería un placer, el consumidor no creo que conozca qué es el Open banking, pero cuando vea casos de uso, de mejoras que hace a su vida, le va a encantar".*** *Banco*

"Es clave entender si nosotros como país, decidimos y respetamos que los datos de una persona son de ella o son del banco. Si despejamos esa incógnita, los datos son de la persona y esa persona tiene derecho a compartirlo con quien quiera. ***Si yo me hice un onboarding en el Banco X, esa persona autoriza a la Billetera Z a usar los datos del onboarding del Banco X, debería poder hacerlo porque son sus datos, entonces no te tienen que pedir cien veces los mismos datos en cien lugares distintos. Los que pagan todas estas consecuencias son los consumidores. Nos pasamos la vida dando los mismos datos.*** *El Open banking termina con eso". Fintech*

"Claramente ***para los consumidores trae ventajas, para la compañía trae ventajas, para el sector trae ventajas. Favorece la competencia. El open banking va a servir para desensamblar el sistema financiero. Me permite crear productos que se direccionen mejor hacia las necesidades del consumidor,*** *ya sea individuos o una empresa". VC*

"El ***open banking iguala a todos los bancos en tema de información y a partir de ahí tenés todo para ganar en tema de servicios. En Argentina*** *el tema es* ***el orden de prioridades del regulador del sistema argentino. Se necesita mucho poder y autonomía para imponerse a los bancos grandes que son los que tienen el poder.*** *Los bancos no lo quieren porque tendrían que salir a competir, compiten solo entre ellos". Banco*

Ahora nos estamos despertando y estamos viendo cada vez más problemas de antitrust y de monopolios

Lo bueno de eso es que nos pone a competir en otro plano, en un lugar más sano, velando por el servicio y la entrega al cliente

Me permite crear productos que se direccionen mejor hacia las necesidades del consumidor

Ahora bien, en un mundo de tantas posibilidades ¿cuáles podrían ser las barreras? Los entrevistados no consideran que la desconfianza del usuario sea una de ellas, sino todo lo contrario: **están convencidos de que con la educación del caso, el cliente vería claramente las ventajas de portabilidad y facilidad del Open banking en su vida cotidiana.**

Dos cuestiones emergen entonces como barreras para que Open Banking avance. Por un lado las urgencias y prioridades. Los entrevistados consideran que tanto el Banco Central como los actores claves en esta industria están con dificultades y prioridades más urgentes como para poner este tema en agenda. **Por otro lado, intereses:** se cree que las empresas más tradicionales de la banca argentina no están a favor de avanzar con esta apertura. Considerando que 6 de cada 10 de las empresas entrevistadas tiene alcance sólo local, **lo que sucede en el marco de la regulación local resulta clave para su desarrollo, consolidación y posibilidad de crecimiento y expansión en la región.**

Opinan los entrevistados

"Las barreras son culturales, que todavía las tenemos, *los jugadores que reglan la industria están tratando de entender estas cosas en demasía, y velando porque no salga, en lugar de salir a jugar. Les estás quitando el negocio y sería poco realista si no entendiera por qué no quieren. La resistencia pasa por ahí". Fintech*

"Estamos medianamente cerca, ni cerca ni lejos. ***Son temas que tienen un peso específico que a la corta o a la larga, se van a imponer. Hace un tiempo era imposible pensar que se iba a poder leer un QR de Mercado Pago y hoy está en todos lados. El consumidor elige entre las opciones que le dan.*** *Si le damos dos opciones, y el resto de la industria discutimos ¿le damos la cuarta, la quinta? El señor no sabe, usa las opciones que le dan,* ***si le damos open banking sobre todo en un mundo de millennials, chicos jóvenes ¿cómo no van a estar de acuerdo?, nacieron así, con ese ADN, de poder compartir y poder ser interoperables y no estar casados con una institución sino con la que quieren, hoy con una, mañana con otra".*** *Fintech*

"A nivel país hay otras urgencias, a nivel industria le es poco efectivo a los consorcios, y cada una de las partes que son asimétricas y con ecosistemas distintos: los bancos tienen el status quo y no quieren pensar en conjunto*, porque la idea es agrandar el negocio, no es un juego de suma cero.* ***Así que se nota mucho la individualidad de los que manejan la industria desde hace muchas décadas".*** *VC*

"Esto dependerá mucho del Banco Central y creo que ***hay bastantes problemas como para que se pongan a ver esto, pero es la tendencia: tiene que venir.*** *Yo creo que es un tema de evolución, y es un cambio de mindset, la primera barrera es empezar con los bancos... desconozco si los hay, pero puede haber alguno que no esté tan a favor del open banking:* ***¿por qué yo voy a compartir mis legajos?. El open banking es abrirse y no sé si todos los bancos quieren abrirse. En el sistema hay muchos que no creo que les guste mucho ir hacia eso, pero vamos a terminar en eso porque el mundo va hacia eso.*** *Es cuestión de tiempo y que alguien lo regule bien y se empiece a hacer. Le veo trabas de ese lado, es un tema de armar mesas de trabajo al respecto. En distintos países surgió así, durante meses de trabajo para sacar el open banking, y de repente se reguló". Banco*

Las barreras son culturales, que todavía las tenemos

Si le damos Open Banking a chicos jóvenes ¿cómo no van a estar de acuerdo?

Finanzas embebidas y su valor para el usuario: un conjunto de soluciones integradas para un usuario cada vez más ávido de facilidades. ¿Por qué son "lo que viene"? ¿Por qué hay potencial detrás de complementar la oferta de productos/ servicios de las empresas con la oferta de productos/ servicios financieros? ¿Qué valor le encuentra el usuario?

AGILIDAD: el consumidor demanda plataformas y soluciones rápidas, sencillas, que le "resuelvan la vida". Para muchos, los bancos tradicionales aún están en las antípodas de este valor.

ACCESIBILIDAD: es una forma de disponibilizar al consumidor productos/ servicios financieros a los que probablemente de otra manera no accedería con facilidad.

CONFIANZA: el usuario cree en la plataforma "madre", las demás empresas involucradas para él son casi transparentes. Cuando intervienen otras prestadoras de servicios de manera muy visible (y empiezan a "abrirse ventanas") el usuario comienza a dudar de la veracidad y tiende a frenar la transacción.

Opinan los entrevistados

"Para mí esto de que hayan varias aplicaciones distintas en los celulares, diez billeteras, veinte bancos, en un punto ***la gente quiere simplicidad. A la larga es la simplicidad,*** *entonces si tengo que entrar a la web del comercio y yo inserto un servicio de un tercero, para equis servicio,* ***el usuario lo que hace es beneficiarse de dos, tres, cuatro empresas que creativamente hagan esfuerzos conjuntos, entonces me parece que de a poquito cada vez más estamos poniendo al usuario en el centro de la escena y nosotros los prestadores de servicios deberíamos ser un poco más creativos para brindar servicios conjuntos".*** *Fintech*

"Nunca me hubiera imaginado que Frávega me iba a resolver la vida. *No me da el cupo de la tarjeta. Fravega o Despegar ¿Me pueden financiar? Con esta tasa ¡listo! que me financien, para mi, la realidad,* ***es que es una solución al usuario, son más soluciones que le das al usuario para su vida del día a día".*** *Banco*

"El valor es la demanda de servicios, ***en una sociedad que necesita cosas más rápido, una respuesta más rápida, más instantánea y más friendly, más federal, así que ahí todo lo que es embedded finance da respuestas con lo que se necesita".*** *Fintech*

La gente quiere simplicidad

Una sociedad que necesita cosas más rápido, una respuesta más rápida, más instantánea

"Es lo que se viene porque ***es mucho más cómodo para un usuario,*** *siempre estamos hablando de usabilidad y de ecosistemas de usuarios. Vos estas mucho mas cómodo,* ***confiás en tu plataforma que te da el crédito, que confíes en lo que te dan, que puedas invertir, que puedas sacar un seguro. Podes sacar, por ejemplo, una plataforma de alquiler de departamentos en la que te puedas sacar un seguro de caución.*** *El cliente está empezando a usar unos pocos sistemas y* ***no tienen ganas de ir a la aplicación del banco a ver si le dan el préstamo y de ahí sacar la plata y ponerla en su cuenta de la plataforma para pagar la heladera que se quería comprar.*** *Entonces tenerlo todo en el mismo lugar* ***es un tema de usabilidad y de estar contento y tranquilo.*** *Es un* ***just in time, lo quiero todo ahora y lo tengo todo acá, y es un placer porque trabajo con esta plataforma.*** *Las Fintechs* ***le dan una solución a los usuarios que tal vez los bancos no las teníamos. Ataca a un universo más amplio. Los bancos tenían que abrir una cuenta, era todo en papel. Tampoco los bancos fueron a buscar a este tipo de clientes con este tipo de soluciones".*** *Banco*

"Cuando vos te presentás con tu software de cara al cliente, es mucho más sencillo, más rápido. *Antes tenías un botón de pago donde vos tenías un salto e ibas a ejecutarlo. Hoy ya hay mucho abandono con Paypal con Mercado Pago, hay mucha fricción. Eventualmente si se embebe la solución, por ejemplo de pago, que parezca transparente es mucho más sencillo y ejecuta el mismo proceso.* ***Y también es mucho más sencillo, que se dedique (la empresa) a hacer eso en lo que es bueno, y que no se preocupe por procesar un pago u ofrecer un préstamo, y así concentrarse en un software de marca blanca".*** *VC*

"Con un % de gente tan grande sin bancarizar, y con un sistema bancario tradicional que a veces espanta más de lo que ayuda, el valor de esto es enorme. ***Es disponibilizar un servicio de una manera y en un lugar donde a la gente le resulta útil y cercano".*** *Fintech*

Cuando vos te presentas con tu software de cara al cliente, es mucho más sencillo, más rápido

Las finanzas embebidas también ofrecen un valor diferencial para las empresas. Se trata de brindar una solución integrada de productos/servicios financieros que le aporta beneficios concretos al consumidor, que se traduce en ventajas **competitivas para las empresas:**

USABILIDAD: el éxito de las plataformas digitales en muchas ocasiones se mide por el tiempo que pasa el usuario navegando las mismas. Cuanto más tiempo se quede, cuanto más motivos le de para retenerlo, más engagement genera. *Time is money,* también en el mundo digital.

TRANSACCIONES: la integración de servicios financieros puede hacer de driver de entrada o de barrera de salida del consumidor, apalancando la multiplicación de transacciones, eliminando fricciones.

LEALTAD Y AMOR DE MARCA: más romance con las compañías que resuelven, que democratizan soluciones, menos intención de migrar hacia otras empresas si una misma me resuelve "todo".

INFORMACIÓN: la información es poder. Cuanto más conozco el track record del usuario, más productos/servicios especialmente pensados para él le puedo ofrecer.

Opinan los entrevistados

"Cualquier empresa tecnológica, o sobre todo las empresas tecnológicas, buscan crecer más y buscan captar tiempo y dinero de sus clientes, y más en la medida que son marcas con confianza. En Estados Unidos el próximo gran producto de Amazon podrían ser servicios financieros o de salud. ***La conexión emocional que uno tiene con una marca te permite desarrollar nuevos productos y que la gente confíe, y ya que adquiriste el cliente, cómo expandir el share of wallet, cómo captar más de su billetera".*** *VC*

"Te hace más fiel, más leal. *Pero además le estás dando la posibilidad,* ***estás aumentando la conversión también. Hay mucha gente que no hubiera tenido éxito en esa venta*** *y el hecho de tener esos servicios a través de Embedded Finance le permite acceder a algo que de otra manera no hubiera podido ¿Por qué? Porque le estás dando un crédito,* ***y éste está basado en los datos que pudiste recolectar de esa persona. No sólo te da engagement, NPS, etc.También te ayuda a tener una conversión más exitosa*** *que tal vez antes no tenías". Fintech*

"La contextualidad. Si en el viejo mundo se competía por minutos al aire en TV, ahora se compite por el espacio en el celular de la persona, *y por cuántas veces abre tu app por día y cuál app usa. Creo que cuanto más logres concentrar una propuesta de valor desde un único lugar donde podés hacer la mayor cantidad de cosas y también la relevancia del momento en que las hacés, mejor. Por ejemplo, una póliza de seguro stand alone tiene una posibilidad de ser vendida infinitamente menor que en un contexto de attachment, donde yo sé que si vos estás comprando el celular, qué tipo de celular es, etc. Es el mejor momento de presentarte un seguro para proteger ese celular, y yo sé cuál te estás comprando, sé si es un dispositivo de alta gama y si lo mejor es una póliza A versus una póliza B. El peor momento para vender este tipo de servicio va a ser cuando abrís el diario y ves esa publicidad donde ofrecen lo que vos recibiste ya de forma intuitiva mientras hacías la compra.* ***Toda esta inteligencia, esta información, contextualizar la oferta va a ser sin lugar a dudas lo que viene, ese cross sell"****. Comunidad*

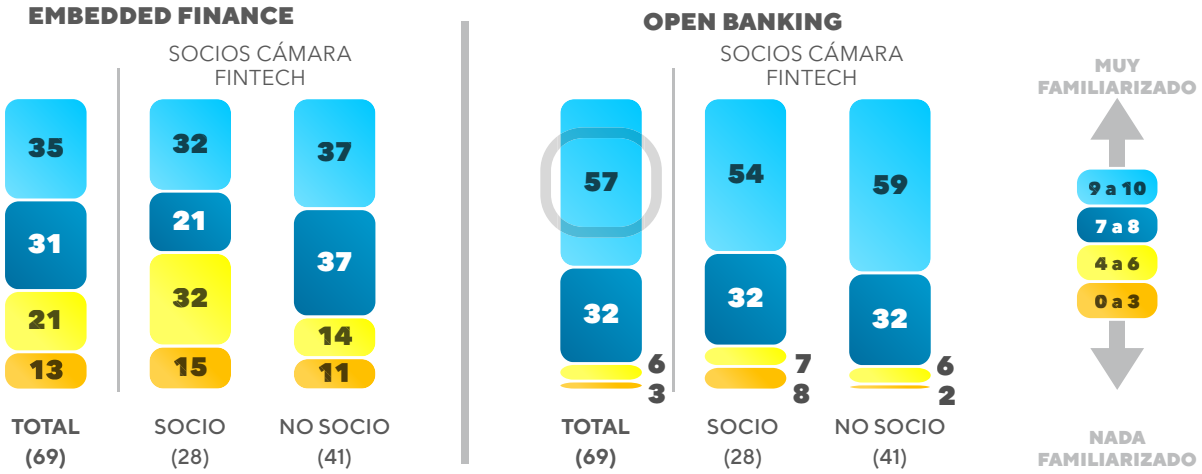
"Claramente, todo depende de la experiencia alrededor de los servicios integrados, y ***te puedo hacer la experiencia satisfactoria, eso es primario, y eso construye tu marca.*** *Por más que sea a través de un software. Un servicio embebido que no tengas que desarrollar, te pone en foco. En el retail el producto es un vehículo , lo que quieren es venderte servicios agregados, como un préstamo". VC*

La conexión emocional que uno tiene con una marca te permite desarrollar nuevos productos

Si en el viejo mundo se competía por minutos al aire en TV, ahora se compite por el espacio en el celular de la persona

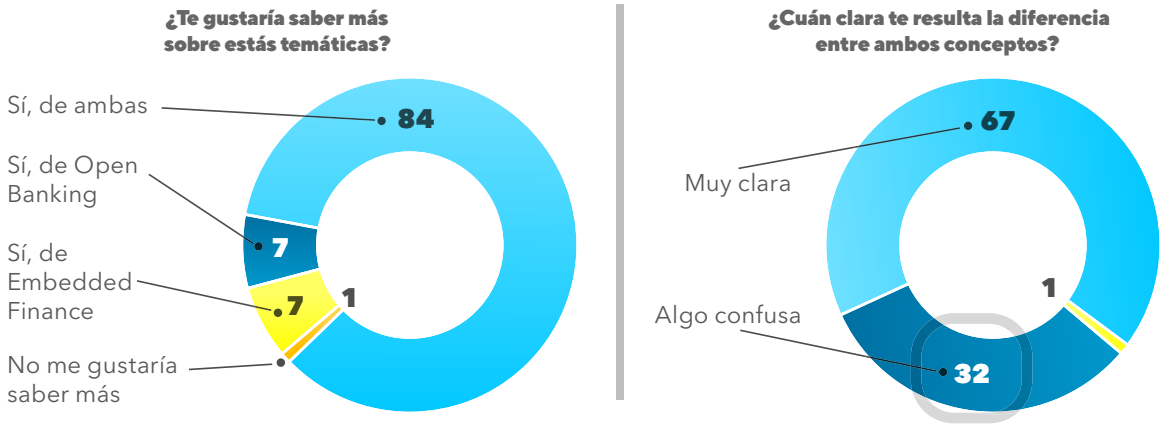
Familiaridad con el concepto de Embedded finance y Open banking %

La familiaridad con los conceptos es superior para Open Banking, con similares resultados entre los distintos segmentos de encuestados. Embedded Finance con potencial de incrementar en familiaridad.



Ahora bien, más allá de los niveles de familiaridad encontrados en la encuesta, existe un elevado interés para ambas temáticas, con **posibilidad de mejorar en la claridad de los conceptos: 32% menciona que la diferencia entre ambos es algo confusa.**

Interés y claridad en Embedded finance y Open banking %



El 84% expresó tener interés en ambas temáticas y estar ávidos de conocer más. Un 7% expresa que solo le interesa conocer más sobre Embedded Finance y otro 7% solo sobre Open Banking. **Solo el 1% de los encuestados manifiesta no tener interés por conocer más sobre estos conceptos.** Por lo tanto, de modo singular o combinado, estamos frente a un **99% de interés** sobre estas temáticas, por lo que si brindamos

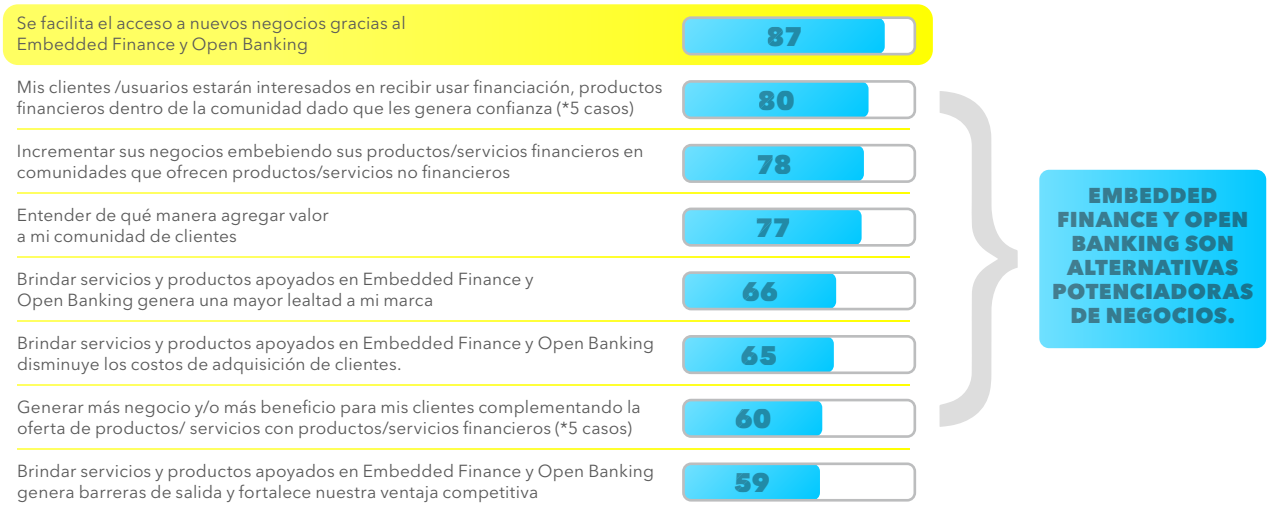
información e indicadores, **hay una amplia oportunidad de crecimiento del conocimiento y potencial implementación de ambos conceptos en el mercado local.**

Ahora bien, cuando tienen la información ¿qué tan clara les resulta la diferencia entre ambos conceptos? Para el **67%, resulta muy clara.**

Sin embargo, es importante destacar que hay un **32% que dice que la diferencia entre ambos conceptos es algo confusa,** por lo que resulta clave no solo continuar difundiendo los conceptos de Embedded Finance y Open Banking, **sino también poder clarificar la diferencia entre ambos, así como su potencial de negocio.**

Opinión sobre Oportunidades para las empresas %

Alta asociación a atributos relacionados a las oportunidades para las empresas Fintech.
Lo más mencionado es la facilidad de acceso a nuevos negocios gracias al Embedded Finance y Open Banking



¿Cuál es el aporte de Embedded Finance y Open Banking para las empresas, para el empresario, para el desarrollo del negocio y para los consumidores y usuarios?

Los entrevistados encuentran que Embedded Finance y Open Banking ofrecen múltiples beneficios para promover nuevos negocios. El 87% de los encuestados considera que se facilita el acceso a nuevos negocios, un 80% cree que sus clientes y usuarios estarían interesados en recibir una financiación dentro de una comunidad, un 78% cree puede incrementar sus negocios embebiendo productos o servicios financieros en comunidades que ofrecen productos o servicios no financieros, un 77% entender de qué manera agregar valor a su comunidad de clientes, un 66% cree que puede brindar servicios y productos apoyados en estas tecnologías, un 65% considera que aporta mayor lealtad a su marca, un 65% sostiene que estas herramientas disminuyen los costos de adquisición de clientes, un 60% que generan más negocios y beneficios para sus clientes y finalmente, un 59% cree que brindar productos y servicios apoyados en estas herramientas puede fortalecer y generar barreras de salida y una ventaja competitiva.

SÍNTESIS FAMILIARIDAD Y DRIVERS DE LA CATEGORÍA

- **Embedded Finance y Open Banking, son vistas como alternativas potenciadoras de los negocios y podrían seguir ganando difusión y claridad en el mercado**. El 87% de los encuestados considera que se facilita el acceso a nuevos negocios y un 80% cree que sus clientes y usuarios estarían interesados en recibir una financiación dentro de una comunidad.

- **A nivel de la familiaridad con los conceptos,** la misma es superior para Open Banking y existe potencial de incrementar la familiaridad para Embedded Finance.

- **El interés para ambas temáticas es elevado, con posibilidad de aportar mayor claridad de los conceptos,** ya que el 32% menciona que no entiende en detalle la diferencia entre ambos.

- **Se perciben oportunidades** especialmente para las empresas Fintech, donde lo más mencionado es la facilidad de acceso a nuevos negocios gracias a implementar Embedded Finance y Open Banking.

- **Lo menos asociado** como oportunidad para las empresas es la percepción de Embedded Finance y Open Banking como **una barrera de salida, aunque aún así, este atributo presenta un 59% de adhesión.**

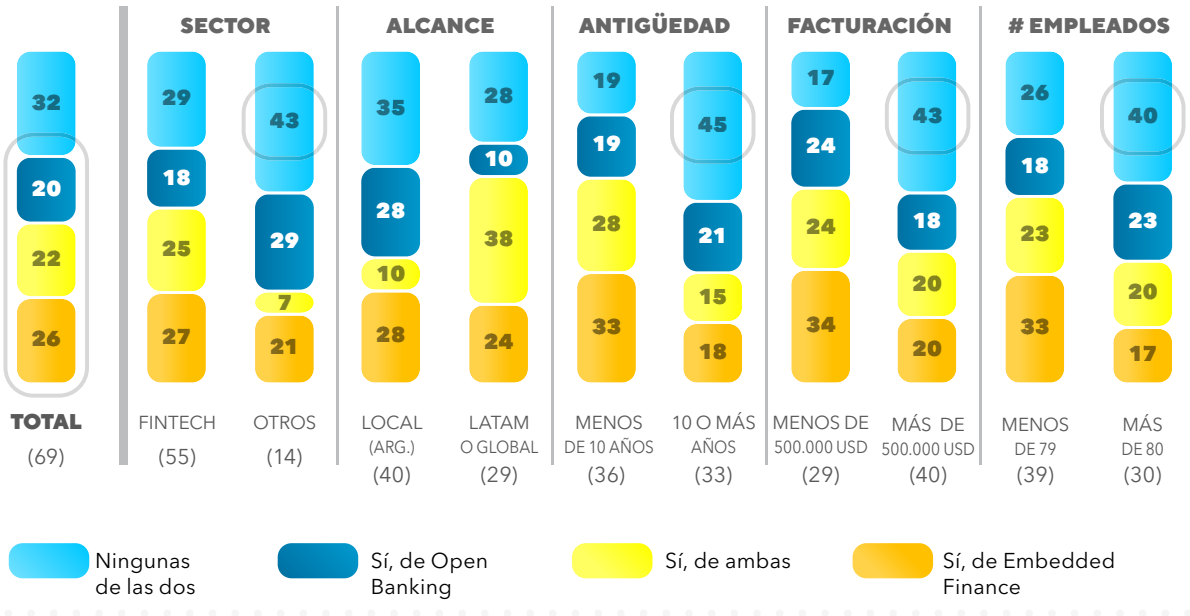
- **En síntesis, se perciben múltiples oportunidades y potencialidad de aporte al negocio mediante la utilización tanto de Embedded Finance como de Open Banking.**

5.
EMBEDDED FINANCE Y OPEN BANKING EN LAS ORGANIZACIONES

¿Qué sucede en las organizaciones con Embedded Finance y Open Banking? Su aplicación es elevada: **7 de cada 10 dice que tiene iniciativas para una o ambas propuestas en sus organizaciones.**
La primera conclusión es que **más allá de que ambos conceptos requieren de difusión y clarificación, están siendo implementados,** más aún en empresas del sector fintech, en empresas de menor antigüedad, de menor facturación y de estructura más pequeña.

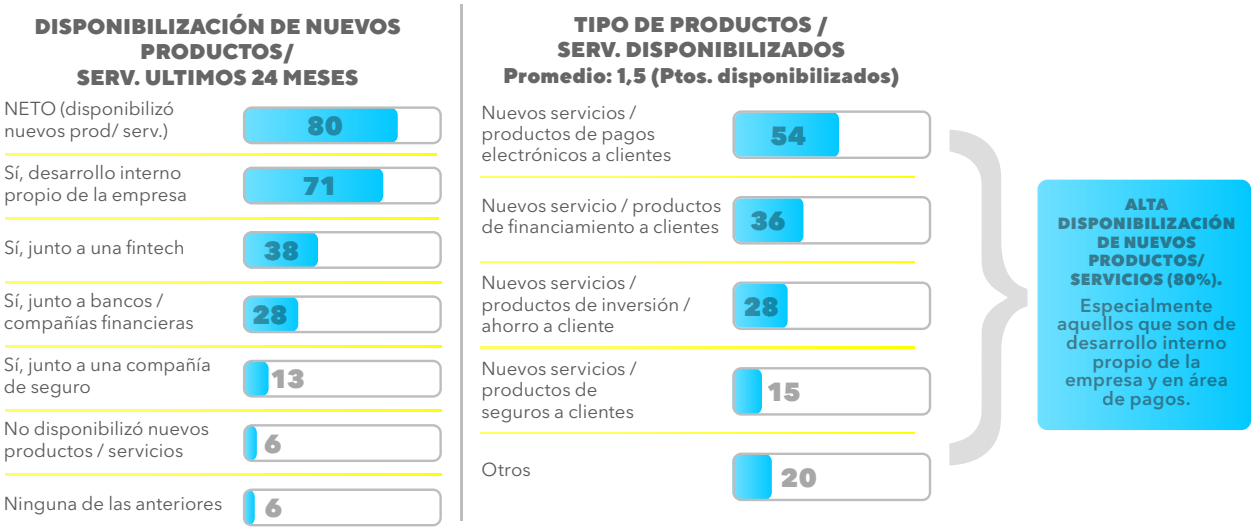
Embedded finance y Open banking en las organizaciones %

La aplicación de iniciativas de Embedded Finance y Open Banking es elevada para ambas propuestas: **7 de cada 10 empresas mencionan estar implementando alguna de ellas en sus organizaciones. Estas iniciativas son más relevantes para las empresas Fintech, de menos de 10 años, de menor facturación y pequeñas con menos de 80 empleados.**



Perfil de las iniciativas %

La mayoría de las iniciativas de los últimos 24 meses fueron desarrolladas por el propio equipo de la empresa (71%) y estuvieron relacionadas a **nuevos servicios de pago en su mayoría (54%).**



Respecto del perfil de las iniciativas implementadas, encontramos que **el 80%** disponibilizaron un **producto o servicio.** ¿Qué tipo de producto o servicio? En un 54% se trata de pagos electrónicos a clientes, en un 36% de productos asociados a financiamiento a clientes, en un 28% de productos de inversión y ahorro al cliente y en un 15% de productos asociados a seguros a clientes. **Mayoritariamente todos estos productos fueron desarrollados internamente (71%).**

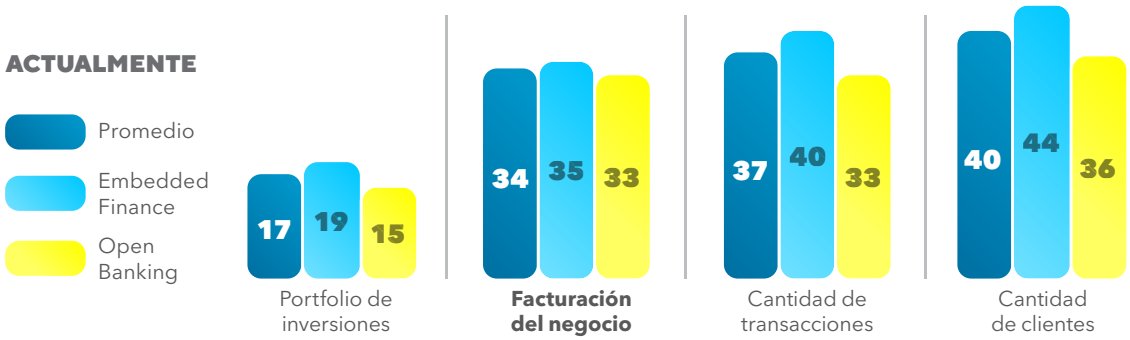
¿Hay diferencias en el impacto de las iniciativas de Embedded Finance y Open Banking? Encontramos un impacto ligeramente mayor para Embedded versus Open Banking.

Veamos: para el porfolio de inversiones Embedded Finance tiene un impacto del 19% y un 15% para Open Banking, para facturación del negocio 35% vs 33%, para cantidad de transacciones un 40% en Embedded Finance vs. un 33% Open Banking y finalmente para cantidad de clientes, un 44% con Embedded Finance y 36% para Open Banking.

> Mayoritariamente todos estos productos fueron desarrollados internamente (71%)

Impacto en el negocio de las iniciativas Embedded Finance y Open Banking %

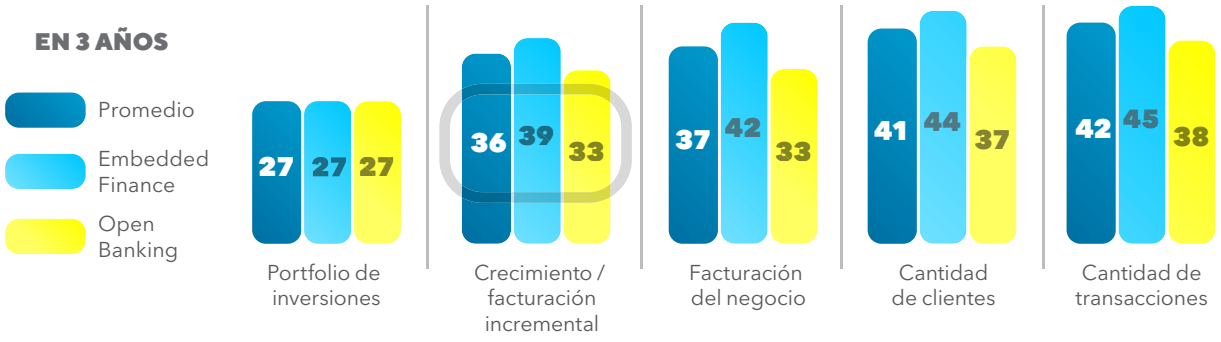
Las **iniciativas de Embedded finance ligeramente con un mayor impacto** en el negocio que las de Open banking.



¿Y si pensamos en el futuro, de aquí a 3 años? Crecen los números, con una proyección de impacto a más clientes, encontrando fundamentalmente la percepción de un **crecimiento incremental de la facturación** de la mano de la implementación de Embedded Finance y Open Banking. **Como vemos en el gráfico a continuación, se proyecta que serán responsables del 36% del crecimiento de las empresas.**

Impacto a futuro, un factor de crecimiento %

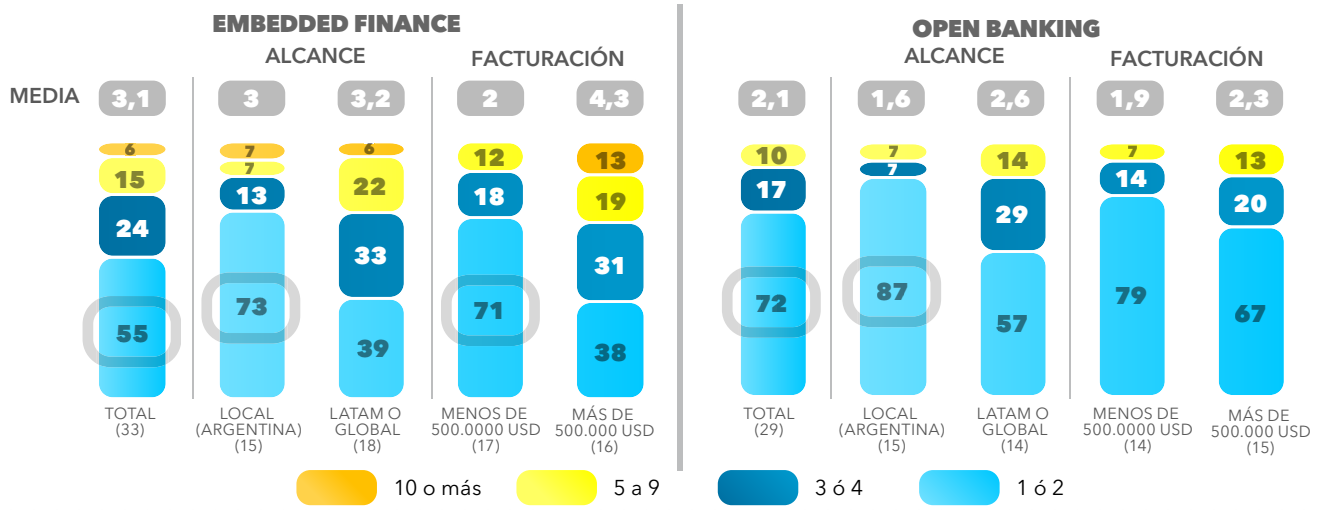
Pensando en los próximos tres años, se cree que las iniciativas de Embedded Finance y Open Banking sostendrán el lugar y peso que tienen en el negocio, **e incluso serán responsables del 36% del crecimiento de las empresas.**



En cuanto a la cantidad de iniciativas, se encuentra en promedio 3 iniciativas para Embedded Finance y 2 para Open Banking. Tendencialmente, entre las empresas de mayor facturación se observa una mayor cantidad de iniciativas de ambas propuestas. Si bien como vimos, las empresas encuestadas están más familiarizadas con el concepto de Open Banking, **existen más iniciativas en las organizaciones asociadas a Embedded Finance.** Y encontramos algunas organizaciones con múltiples iniciativas (más de 10 iniciativas).

Cantidad de iniciativas de Embedded Finance y Open Banking en las empresas %

La cantidad de iniciativas aplicadas en las empresas se encuentra en **promedio en 3 iniciativas** para Embedded Finance y 2 para Open Banking. Tendencialmente, en las empresas de mayor facturación se observa una mayor cantidad de iniciativas.



¿Cuál es el impacto de las iniciativas de Embedded Finance y Open Banking en el negocio?
El 70% de las empresas tiene iniciativas en ambas temáticas, que impactan al 40% de los clientes en promedio, el 37% de las transacciones y al 34% de la facturación del negocio. La dimensión Portfolio de inversiones, presenta un menor impacto (el 17% de porfolio de inversiones en las empresas que manejan esta temática).

* Promedio de peso de las iniciativas de Open Banking y Embedded Finance en cada dimensión del negocio.

Estos valores nos indican un camino de crecimiento prometedor, que podrá seguir evolucionando a futuro, para ser cada vez más relevantes tanto en facturación como en llegada por cantidad de clientes.

En cuanto al porfolio de inversiones, se piensa que habrá un importante crecimiento: actualmente el porfolio de inversiones es un 17% en promedio y se piensa que va llegar a un 27% en los próximos 3 años. La facturación incremental es 34% en promedio y se prevé que crezca al 36% de aquí a 3 años. En cuanto a cantidad de clientes (40%), se proyecta que a futuro se va a mantener relativamente, pero se cree que se crecerá en cantidad de transacciones **(de 37% en promedio actualmente, a 42% en los próximos 3 años).**

SÍNTESIS EMBEDDED FINANCE Y OPEN BANKING EN LAS ORGANIZACIONES

- La aplicación de iniciativas de **Embedded Finance y Open Banking es elevada para ambos conceptos. 7 de cada 10 menciona que están implementando alguna de ellas** en sus organizaciones.
- Las empresas declaran estar gestionando en promedio **3 iniciativas** para Embedded Finance y **2 para Open Banking.**
- El impacto de las iniciativas **proyectado a 3 años** es superior en las dimensiones de **Cantidad de Clientes y Cantidad de Transacción y se cree que será responsable del 36% del crecimiento a futuro.**
- **Portfolio de inversiones,** tiene comparativamente un peso inferior respecto de las demás dimensiones, pero en la proyección a 3 años, se estima que **pasará del actual 17% a un 27%, constituyendo un importante crecimiento.**

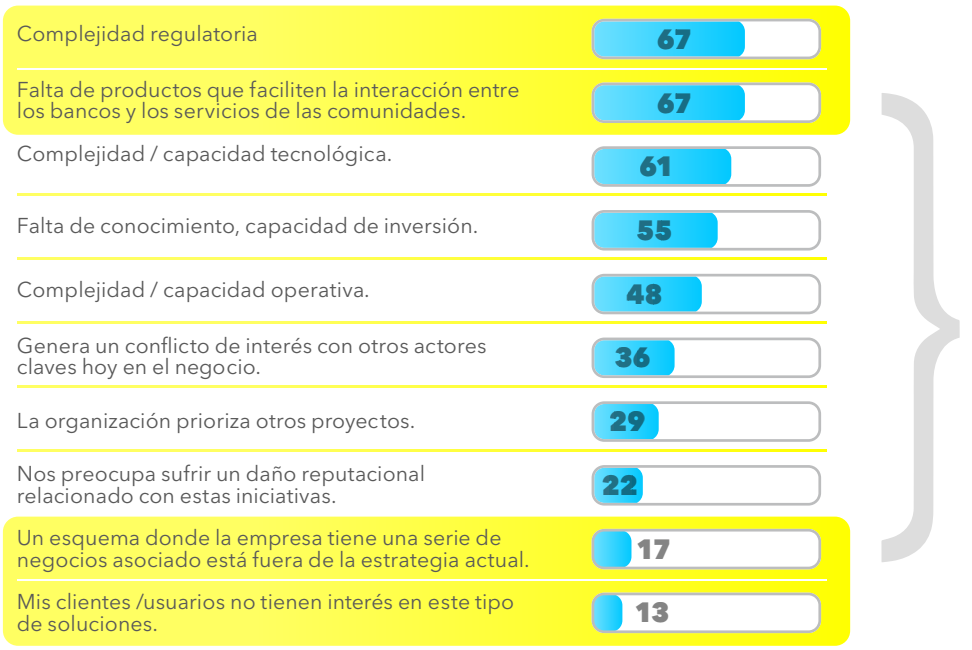
6.

BARRERAS Y OPORTUNIDADES A FUTURO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE EMBEDDED FINANCE Y OPEN BANKING EN LAS ORGANIZACIONES

Frente a un presente prometedor y un futuro promisorio, nos preguntamos ¿cuáles son las barreras para la implementación o el crecimiento de Embedded Finance y Open Banking en las organizaciones?

Barreras para el uso de Embedded Finance y Open Banking en las empresas %

La **complejidad regulatoria y la falta de productos** que faciliten la interacción entre los bancos y los servicios de las comunidades son las principales barreras para utilizar Embedded Finance y Open Banking en las empresas.



LAS PRINCIPALES BARRERAS SON:

- LA COMPLEJIDAD REGULATORIA
- FALTA DE PRODUCTOS

Y LAS MENOS RELEVANTES (NO SE CONSTITUYEN COMO BARRERAS):

- LA FALTA DE INTERÉS DE LOS CLIENTES
- LA FALTA DE INTERES / FOCO DE LA EMPRESA EN DESARROLLAR UN ECOSISTEMA

Básicamente las principales barreras para usar Embedded Finance y Open Banking en las empresas tienen que ver **con la complejidad regulatoria y la falta de productos que faciliten la interacción entre los bancos y los servicios y las comunidades.**

En segunda instancia aparece el tema de la **complejidad, capacidad tecnológica, falta de conocimiento** y, en mucha menor medida, no llegando prácticamente a constituirse como barrera, la falta de interés de los clientes o que la empresa tenga otro foco donde esto no sea relevante.

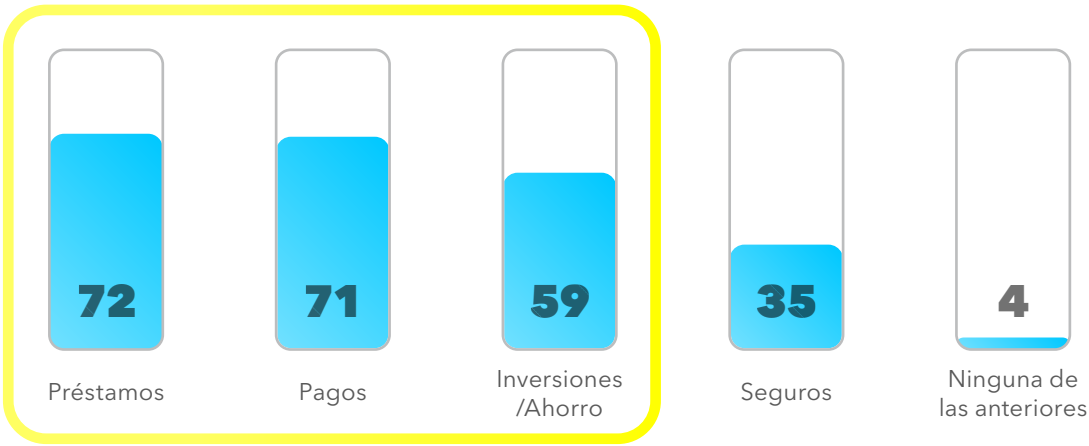
Pensando ahora en las **oportunidades, los entrevistados consideran que las verticales ideales para Embedded Finance y Open Banking son:** préstamos 72% y pagos 71% (respuesta múltiple, en promedio se mencionan 2, 4 verticales que son mayoritariamente estas dos). Pagos es hoy el vertical de mayor desarrollo.

A futuro (aunque en algo menor medida), también se considera como verticales interesantes **las inversiones y ahorros, con un 59% y seguros con un 35%**.

¿QUÉ VERTICALES A EMBEBER TIENEN MÁS POTENCIAL DE CRECIMIENTO?

Verticales ideales para Embedded Finance y Open Banking %

Los verticales de **Préstamos, Pagos e Inversiones / Ahorro son considerados como los ideales** para explorar por las organizaciones.



Las principales barreras tienen que ver con la complejidad regulatoria y la falta de productos que faciliten la interacción entre los bancos y los servicios y las comunidades

Opinan los entrevistados

"En la Argentina van a venir préstamos por la coyuntura, siempre se necesita un préstamo. *Inversiones también obviamente, pero un ecosistema de inversiones parecido a Mercado Fondos donde vos tenés el disponible siempre ahí y lo podés hacer desde 100 pesos, ese tipo de inversiones es posible que tengan un ecosistema grande,* ***pero una inversión más grande es capaz para un nicho, un segmento mucho más chico que tenga ahorro que no es la realidad de todo el mundo. Seguros creo que hay un mundo de poco conocimiento****, no hay mucha penetración en seguros en Argentina. A nivel empresas, sí. Pero a nivel personas físicas, no. Pero por un tema de desconocimiento. En otros países hay muchísima más penetración. Pero, si les podes resolver la vida, un seguro de caución por ejemplo, para un alquiler donde vos no tenés garantes y si la misma app donde vos estás buscando la inmobiliaria, te sale de garante: "che no te preocupes si no tenés garantes porque podés sacar un seguro de caución que te cubre esto".* ***Entonces vos ahí educas al usuario y en eso sí le veo potencialidad".*** *Banco*

"Se va a venir el tema de préstamos, de una manera más masiva, algunos lo hacen pero con capital de la propia plataforma, *te estoy hablando con un banco atrás, agarrar y decir "¿te querés comprar la heladera?", sacás el crédito todo online. Es decir, te financié el 50% y el otro 50% lo pagás en cuotas con la tarjeta de crédito". Banco*

"Pagos es la puerta de entrada. Créditos es la estrella, *lo que pasa es que necesitás historial, necesitás datos para armarlo, para ir conociendo. Seguros e inversiones son complementos, pero te pueden dar el diferencial en la propuesta de valor". Comunidad*

"Si asegurás algo, hay implícito algo de cautela, de estar evaluando y mirando el riesgo. Y eso no sucede en la base de la pirámide, *que es donde más volumen de negocio hay para repartir y competir. Además hay ciertas reglas implícitas (que esconden estereotipos) como edad o barrio, que son variables arcaicas para un seguro.* ***Creo que tiene que cambiar algunos paradigmas de las empresas de seguros"****. Fintech*

"En el mediano plazo me parece que las personas cada día más van a tener el dinero en su celular, porque le depositan un sueldo, porque reciben subsidios, porque reciben reintegros. Entonces la tendencia va a ser cómo llegar al celular de esas personas, a mediano plazo, de una manera segura, inteligente, interoperable. ***Me parece que tiende a bajarse el uso del plástico y del efectivo. No van a existir tarjetas plásticas. No quiere decir que no existan Visa, Master: al contrario, van a estar dentro de los celulares.*** *El plástico tiende a desaparecer y eso hace que vivamos dentro del celular de las personas.* ***Entonces todo el mundo e-commerce, todo el mundo de pagos de cercanía o de distancia deberían pasar a un siguiente nivel para que las personas puedan estar navegando en su celular y sin hacer mucho, puedan pagar sencillamente y con el dinero que tengan ahí adentro"****. Fintech*

"En Argentina lo que hay que mirar es el fenómeno que más duele y lo que lo solucione, es lo que gana. *Entonces te diría que* ***cuanto más inflación y más cepo haya, más van a ganar las Cripto,*** *el que domine Cripto se lleva el mercado.* ***Porque es la forma de escapar a la inflación, y cómo escapar a la vez al cepo,*** *que es la limitación. El que no pueda acceder a una inversión segura transparente y de dólar, lo va a hacer a través de un cripto activo". Banco*

Se va a venir el tema de préstamos, de una manera más masiva, algunos lo hacen pero con capital de la propia plataforma

Creo que tiene que cambiar algunos paradigmas de las empresas de seguros

*"**Pagos es la más rápida de difundir porque es la única que no tiene fricción de reconocimiento de la persona,** ya está resuelto con plataformas de adquirencia. Vos tenés que unir los cables de un lado y del otro. Es un tema tecnológico, no un tema de atractivo. Para los préstamos tenés que escalar el Everest, por el reconocimiento de Fraude, el conocimiento de la persona, que haya una API de reconocimiento". Banco*

---

*"Es muy difícil pensar en ahorro. Primero porque **en nuestro país con el porcentaje de pobreza que tenemos, muy poca gente puede ahorrar.** Segundo, porque **culturalmente ahorramos en dólares y el que puede, en ladrillos**. Entonces aún la inversión digital está lejos. Con los seguros pasa algo similar: **la oportunidad es enorme, pero no tenemos conciencia aseguradora. Tenemos conciencia de la inseguridad, de los miedos, pero cuando las compañía de seguros ofrecen los productos, algo pasa ahí que no se logra el match"**. Fintech*

Pagos es la más rápida de difundir porque es la única que no tiene fricción de reconocimiento de la persona

Más allá del distinto potencial que los entrevistados identifican en embeber distintos verticales, **recordemos que la familiaridad con los conceptos es superior para Open Banking**, con similares resultados entre los distintos segmentos de encuestados. Por lo que encontramos que **Embedded Finance tiene un alto potencial de incrementar en familiaridad.**

SÍNTESIS BARRERAS Y OPORTUNIDADES

- La percepción de las **barreras para la implementación tanto de Embedded Finance como de Open Banking** se relacionan fundamentalmente con la complejidad regulatoria y la falta de productos que faciliten la interacción entre los bancos y el servicio a la comunidad.
- Otras barreras relevantes son la **complejidad, capacidad tecnológica, falta de conocimiento y la capacidad de inversión.**
- Las **barreras menos relevantes** tienen que ver con el interés de los clientes o el usuario de tipo de soluciones o el foco de la empresa.
- En cuanto a **oportunidades, los verticales de préstamos, pagos e inversiones/ ahorro** son considerados como los ideales para explorar por la organización a futuro.

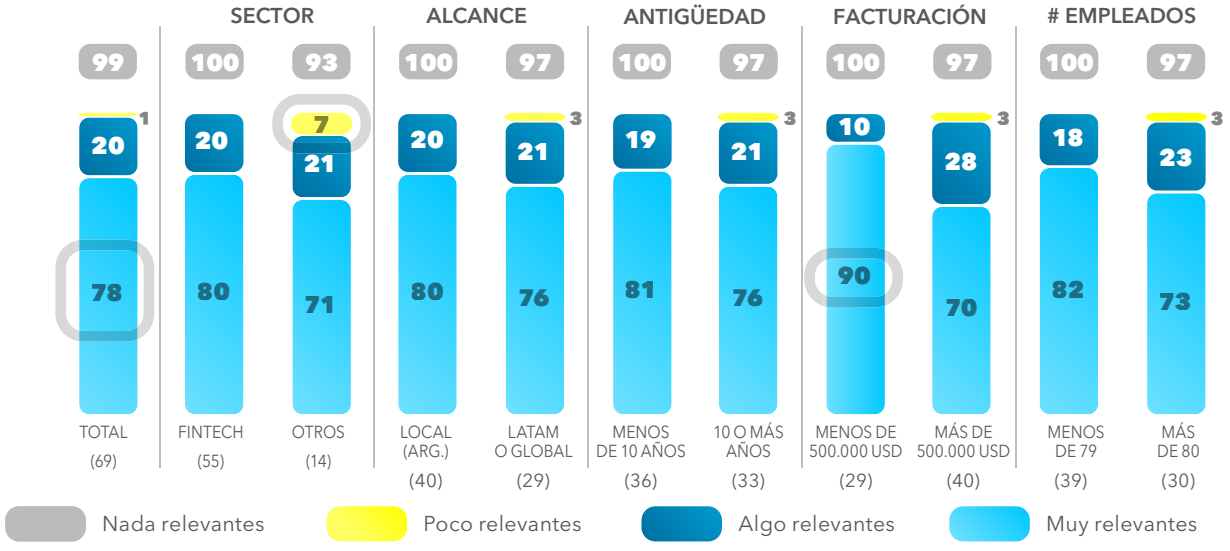
7.
RELEVANCIA DE LAS HERRAMIENTAS Y MEJORAS ESPERADAS

Casi todos los entrevistados ven a Embedded Finance y Open Banking como algo sumamente relevante: **8 de cada 10 lo considera de esta forma.**

Sin embargo, para que lo sean aún más, **es deseable que se produzcan algunas mejoras.**

Relevancia de iniciativas Embedded Finance y Open Banking %

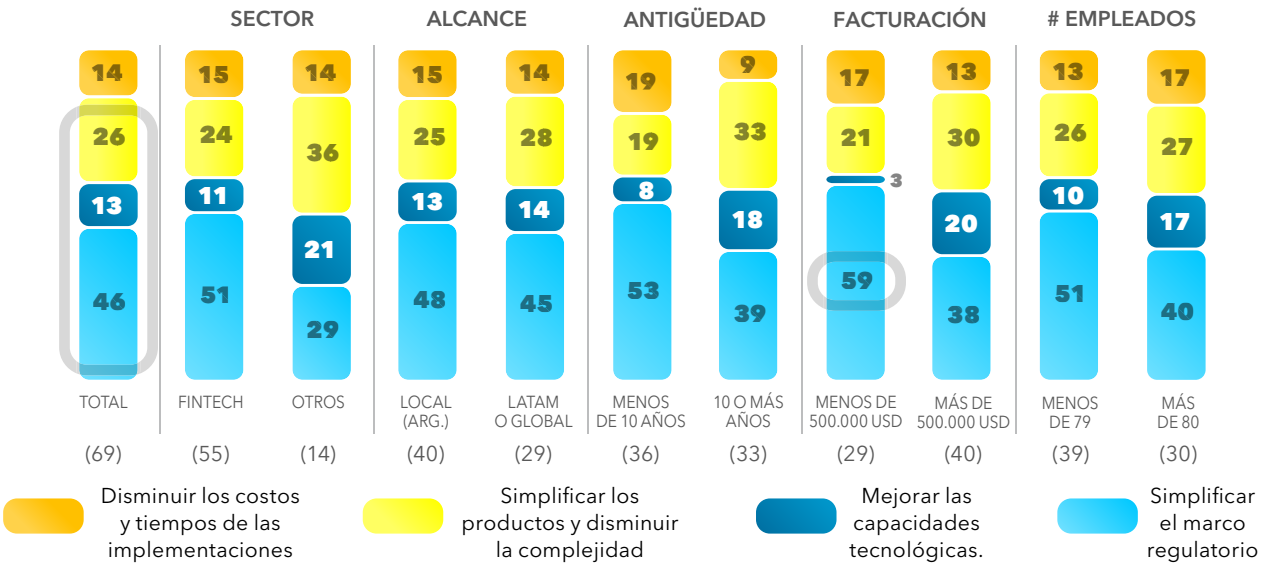
Casi todos los entrevistados ven a Embedded Finance y Open Banking como algo sumamente relevante: **8 de cada 10 lo considera de esta forma.**



¿Qué mejoras se esperan en cuanto al contexto y condiciones, como para que Embedded Finance y Open banking puedan explotar aún más su potencial y lo que pueden aportar al negocio? Básicamente, se espera que se simplifique el marco regulatorio (46%), un 26% pide simplificar los productos y disminuir la complejidad y un 14% que pide disminuir los costos, tiempo de las implementaciones y finalmente un 13% pide mejorar las capacidades tecnológicas. Pero como podemos observar, **el gran pedido tiene que ver con el marco regulatorio, más aún en el segmento de empresas de menor facturación.**

Relevancia de mejoras a futuro %

La simplificación del marco regulatorio es la mejora con mayor cantidad de menciones para el futuro de la industria, especialmente entre los encuestados de empresas de menor facturación.



En el marco de estas expectativas de mejoras del contexto, la regulación y las condiciones de actuación, los entrevistados consideran que Argentina tiene mucho para aportar por ser un mercado que de alguna forma es "punta de lanza" en el ecosistema emprendedor del mundo Fintech. En este sentido, consideran como prueba la **cantidad de unicornios de origen nacional.** Algunos aspectos que se cree hacen a este diferencial o a cierta fortaleza versus otros países de la región, se relacionan con:

CAPITAL HUMANO, la calidad de los profesionales argentinos en tecnología es reconocida y requerida internacionalmente.

IDIOSINCRASIA: una sensación de que ya "vivimos todo" y pasamos por tantas dificultades y vaivenes económicos y por tanta incertidumbre, que somos sobre adaptados y con el intelecto ejercitado para siempre "encontrarle la vuelta" a todo.

Opinan los entrevistados

*"**Fíjate en la cantidad de unicornios, que son muchos los que hay en Argentina y muy buenos.** Y si bien a nuestra regulación todavía le falta un poco para llegar al open banking, no está mal en el aspecto de los que nos permite hacer hoy en día. **Yo creo que la Argentina tiene pistas de ser ejemplo en muchos casos. En USA tardas tres días para una transferencia de 10 mil U$D. Es más, acá las transferencias instantáneas son lo habitual y si tardás más de cinco minutos decís ¿qué pasó? Así que sí, yo creo que en un montón de casos y en el tema de finanzas embebidas hay mucho capacity, hay muchas Fintech, mucho capacity a nivel intelectual, mucha idea de negocios y ser más creativos.** Aquí hay casos de ejemplo para el resto del mundo. De hecho, Mercado Libre empezó acá y se empezó a expandir a otros lados, nació en Argentina. Ualá lo mismo, ahora está en México. Somos ejemplo a seguir, claro que si". Banco*

---

*"**Argentina tiene un gran capital humano.** Creo que somos una gran cuna de talento para muchas cosas. Tenemos que pelear porque las inversiones y la macroeconomía acompañen". Fintech*

---

*"**El talento está. Creo que tenemos que crear las condiciones para comernos el mundo. Y usar a la Argentina como un lugar de pruebas,** un muy buen lugar de pruebas, porque **es un muy buen lugar para testear cosas rápido, y después dar con el mecanismo para escalar.** Lo ha hecho Mercado Libre, lo han hecho otros. Como mercado no nos alcanza, pero **la oportunidad está: ejemplos, sobran y tenemos talento"**. VC*

---

*"Si lo mirás desde la fintech y desde el desarrollo de nuevas soluciones, **claramente Argentina tiene talentos no solamente en desarrolladores, conocimiento de mercado y de negocio. Hay un montón de argentinos trabajando en un montón de lugares**, sin lugar a dudas. En parte por **haberlas pasado todas, estas cosas con la inflación, con esto, con lo otro, que el corralito, el cepo, ya tenés un montón de herramientas que es como si hubiésemos vivido varias guerras. Hay cosas que de repente son experiencias que mucha gente no ha tenido"**. Fintech*

---

*"**En la región estamos bastante adelantados, somos bastante adelantados, somos líderes. Lo demuestra la cantidad de talento argentino que vienen a buscar todo los países** de Latinoamérica, Brasil incluido. Yo creo que es un tema sociocultural, la Argentina en capital humano, la innovación tecnológica arranca, en Latinoamérica, en Argentina o en Chile. **Damos el primer paso fruto de nuestras virtudes y el resto de los pasos no los damos fruto de nuestros defectos. Argentina es un país con ADN innovador, pero no tiene el ADN de la capacidad de generar riqueza"**. Banco*

---

*"Tenemos un diferencial por talento, por educación. **Hoy somos exportadores de talento porque en este país la gente se va a lugares donde el dinero le puede rendir más.** Pero tenemos un diferencial **también por nuestra creatividad, por las cosas que pasamos, las vivimos todas".** Fintech*

Yo creo que la Argentina tiene pistas de ser ejemplo en muchos casos

Creo que somos una gran cuna de talento para muchas cosas

Argentina es un país con ADN innovador, pero no tiene el ADN de la capacidad de generar riqueza

Hoy somos exportadores de talento porque en este país la gente se va a lugares donde el dinero le puede rendir más

SÍNTESIS RELEVANCIA Y MEJORAS ESPERADAS

- Tanto Embedded Finance como Open Banking se perciben **como muy relevantes para los mercados.**
- **La simplificación es la clave para mejorar su potencial a futuro: tanto del marco regulatorio** (mejora con mayor cantidad de menciones para impactar el futuro de la industria), como la **simplificación de los productos y el disminuir la complejidad.**
- Todo esto, capitalizando el **abundante talento y el capital humano local.**

8. PRINCIPALES APRENDIZAJES: PRESENTE Y FUTURO DE LAS INICIATIVAS DE EMBEDDED FINANCE Y OPEN BANKING EN ARGENTINA

1

Se perciben como iniciativas muy **relevantes e interesantes** para el mercado y con alto interés de aplicarlas en las empresas e impacto en el negocio. **8 de cada 10 hoy las aplican.**

2

Las barreras para la aplicación se relacionan con la **complejidad:**
- De la regulación.
- La complejidad / Capacidad tecnológica
- Falta de conocimiento / capacidad de inversión.

3

A futuro, se las considera cono iniciativas muy relevantes que mantendrán su impacto en el negocio y serán responsables de 1/3 del crecimiento.

4

La **simplificación** es la clave para su crecimiento a futuro, tanto en regulación, como para los productos y en complejidad.

El potencial en estas iniciativas se encuentra en la simplificación y reducción de la complejidad, en la mejora de las condiciones regulatorias de contexto, así como también en la capacitación sobre las mismas (y sobre las diferencias entre cada una).

Un mundo de posibilidades que recién comienza, para explorar e innovar en y desde Argentina para facilitar y potenciar los negocios y seguir evolucionando.

METODOLOGÍA

El presente informe fue elaborado a partir de un estudio mixto, combinando dos etapas de recolección de datos, utilizando un abordaje cuantitativo (encuesta online) y cualitativo (entrevistas en profundidad a referentes).

La primera consistió en la ejecución de una encuesta con foco en los jugadores del ecosistema, que se llevó a cabo de manera online por medio de un cuestionario distribuido a través de la Cámara Argentina Fintech, que lideró su ejecución y colaboró con el procesamiento de los datos recabados. Entrevistamos a los principales actores de Fintech en Argentina, compuesto por aquellas empresas que brindan servicios en Fintech o pertenecen al sector de banca tradicional que incorporó estos servicios, o bien retailers que utilizan servicios de fintech o tienen iniciativas que se apalancan sobre estos servicios para entender el grado o nivel de madurez sobre la penetración de estas tendencias en las comunidades y finalmente, a venture capital para analizar el interés de inversión en este tipo de negocios.

La encuesta realizada en este estudio fue enviada a founders, socios, directores y gerentes de las principales empresas Fintech, Bancos y Retail de Argentina interesados en estos servicios, que bien son socios o participan de actividades de la Cámara Argentina de Fintech. La misma se envió a bases de datos propias tanto de la Cámara Argentina de Fintech como de Poincenot, obteniéndose 69 casos efectivos. Todas fueron empresas con presencia y actividades en Argentina, garantizando un mix en cuanto a su peso en facturación y cantidad de empleados, que asegure la relevancia de la muestra presentada, donde no se evidenciaron diferencias significativas por el tamaño de las poblaciones. El trabajo de campo se realizó del 1 al 11 de noviembre de 2021.

El cuestionario constó de aproximadamente 15 preguntas cerradas de escala, distribuidas en tres secciones. La primera sección tuvo como objetivo entender la composición de los equipos de trabajo de las empresas cuyos representantes respondieron la encuesta, identificar sus clientes objetivo y obtener una visión general sobre el perfil de cada empresa.

La segunda y tercera incluyeron preguntas relacionadas con el conocimiento, interés, vínculo, consideración y uso de las empresas con los servicios de Embedded Finance y Open Banking y por último, preguntas sobre la proyección a futuro de ambas temáticas desde la visión de los entrevistados.

La segunda etapa consistió en la realización de 12 entrevistas en profundidad dirigidas a un universo ampliado del ecosistema financiero local, con actores claves de cuatro sectores: Fintech, Bancos, VC y Comunidades/ Retail.

La Cámara Argentina Fintech tuvo un papel preponderante a la hora de coordinar las entrevistas e impulsar la participación de los distintos actores y promover su participación en la investigación.

Al final del informe se presenta un listado de las empresas encuestadas y/o entrevistadas, a quienes agradecemos su participación.

CÁMARA ARGENTINA DE FINTECH

La Cámara Argentina de Fintech, conformada en noviembre de 2017, tiene como propósito liderar el proceso de transformación de la industria de servicios financieros, convirtiendo al país en un hub de innovación financiera, que sea un referente a nivel regional e internacional. Para ello, han definido una serie de objetivos que acompañan su finalidad.

En primer lugar, promover la actividad de las empresas Fintech, impulsando la generación de nuevos productos financieros con base tecnológica que brinden soluciones a las actuales demandas de los usuarios, contribuyendo así a mejorar el nivel de inclusión y educación financiera del país.

En segundo lugar, generar mayor vinculación entre miembros de la Cámara y el resto de la sociedad (sector académico, sector público, Prensa y públicos de interés) a fin de fomentar un desarrollo robusto de la industria.

En tercer lugar, difundir conocimiento e información de interés, ya sean temas tecnológicos, regulatorios o de negocio, tanto para sus socios como para el público en general.

Por último, propiciar un marco de mejores prácticas entre los miembros de la Cámara que sirva de referencia para fortalecer la industria Fintech, creando altos estándares de calidad del servicio y efectos positivos sobre la población.

La Cámara Argentina de Fintech no solo le da la bienvenida a empresas de este tipo, sino también a aquellas que busquen acercarse al núcleo para ofrecer y tomar servicios, y trabajar en conjunto para la consolidación de la Industria Fintech en Argentina.

Para obtener más información y completar el formulario de inscripción, ingresar a:
www.camarafintech.org

POINCENOT
tech.studio

Nació en 2014 en Argentina como una company builder con foco en Fintech, desarrollando productos innovadores enfocados en usuarios reales. Pronto, su conocimiento digital y del mundo financiero, los inspiró a seguir adelante y convertir sus soluciones en marca blanca.

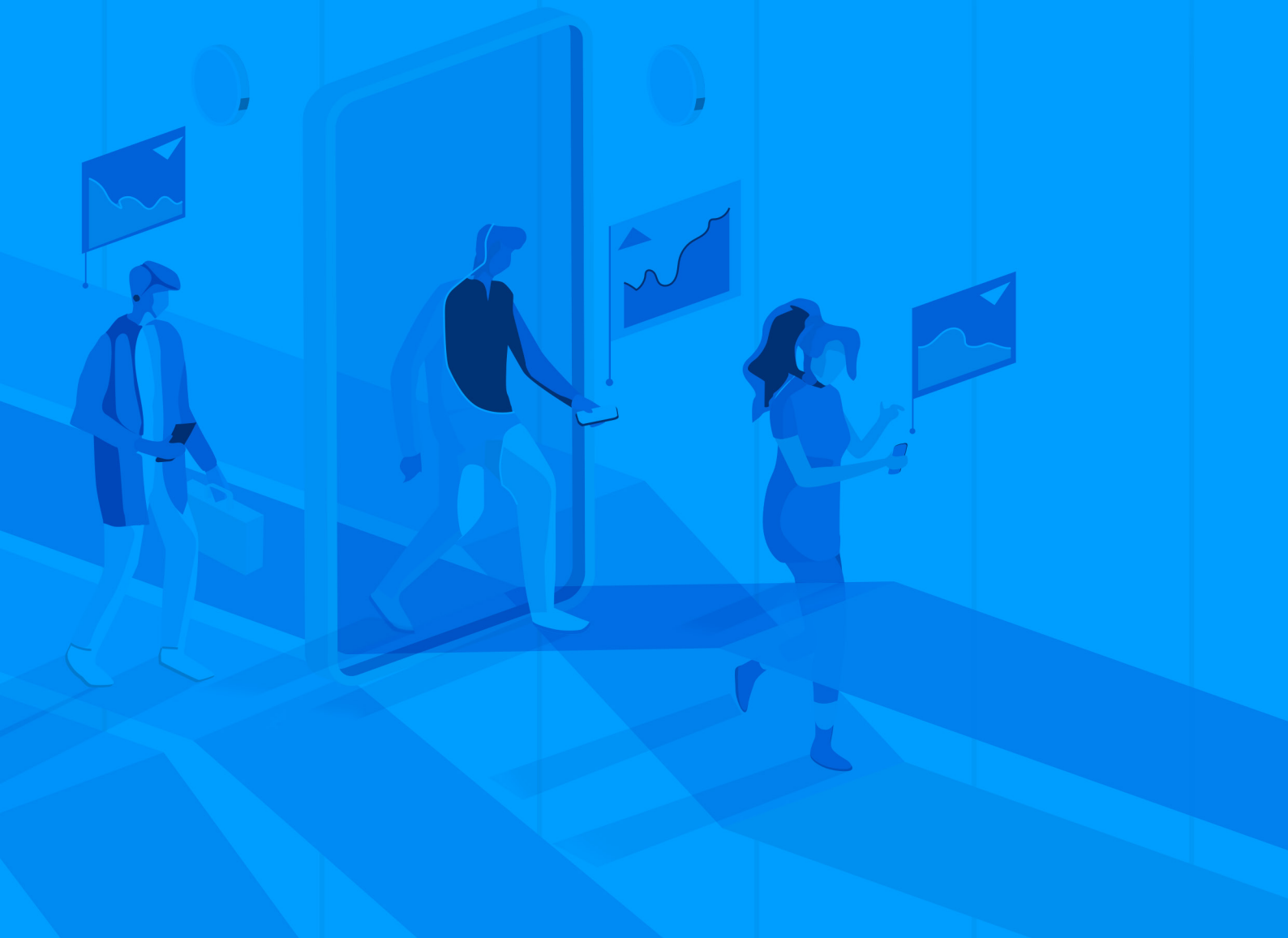
Por medio de sus plataformas SaaS con foco en lending, investment, regtech e internet banking, disponibiliza tecnología y know-how para la creación y/o aceleración de negocios financieros digitales. Estas plataformas permiten embeber productos financieros conectando comunidades de usuarios, marcas y sistema financiero, generando una oferta de valor agregada.

En 2020 inició la regionalización de sus soluciones, con foco en México y Colombia, y continúa este proceso hacia otros países de Latinoamérica.

Es socia fundadora de la Cámara Argentina de Fintech y también es miembro de la Cámara Argentina de Comercio Electrónico (CACE) y de la Cámara Argentina de la Industria del Software (CESSI).

Agradecemos especialmente la colaboración de las siguientes entidades:
Drapper, Cygnus, Yacaré, NXTP, Mercado Pago, Axion, Banco Macro, Bind, Ualá, Telecom, Xperiment, Credencial, REBA.

INFORME CÁMARA ARGENTINA DE FINTECH
TENDENCIAS EN EMBEDDED FINANCE Y OPEN BANKING

CÁMARA ARGENTINA DE FINTECH

POINCENOT tech.studio