



## Pagos digitales en LATAM:

Aceleración de la inclusión financiera  
por impacto del COVID-19

Curso: MBA Vespertino B

Autor: BRINGAS, Carlos Germán

Tutor: MUNNE, Juan José

Año: 2021

## AGRADECIMIENTOS

A mis padres por enseñarme la importancia del estudio y por apoyarme en cada etapa de mi vida.

A Karina por ser mi compañera de vida, por estar a mi lado en cada paso que me propongo y por hacerme mejor persona día a día. Sería imposible estar acá sin vos.

A Boris por acompañarme en casa, estando en todas las clases virtuales y mañanas de estudio.

A mis compañeros y amigos del grupo 5B con quienes compartí estos años de estudio.

A Darío, Fer y Juanma por motivarme a emprender el MBA.

A mi tutor Juan por aconsejarme, corregirme y darme los empujones necesarios para finalizar este trabajo.

## RESUMEN

La inclusión financiera es un factor muy importante para impulsar el desarrollo de la población. En los últimos años comenzó a crecer cada vez más a nivel global, impulsada por los gobiernos y un mayor acceso a internet y teléfonos celulares. Además, las innovaciones tecnológicas se incrementaron sustancialmente con la aparición de las Fintechs. Sin embargo, gran parte de la población, principalmente quienes forman parte de la base de la pirámide, siguen sin tener acceso a servicios financieros útiles y asequibles que satisfagan sus necesidades. Esto incrementa la desigualdad y disminuye las posibilidades de progreso de los individuos.

Los pagos digitales son el camino de acceso a los servicios financieros. Los mismos sirven como puerta de entrada para otros servicios financieros como créditos y seguros. En Latinoamérica las iniciativas preponderantes en este sentido son: los pagos con códigos QR y los pagos sin contacto.

Durante 2020, como consecuencia del COVID-19 estas modalidades, que se encontraban en desarrollo y eran utilizadas por solo una pequeña parte de la población, se popularizaron aun más. De esta forma, el acceso a los servicios financieros creció en el segmento de la población bajo la pirámide y generó una importante aceleración en las tendencias de digitalización de los pagos y el comercio electrónico. No obstante, la mayor parte de la población de bajos ingresos de LATAM sigue estando financieramente excluida.

Este trabajo busca mostrar el potencial de las iniciativas asociadas a los pagos digitales cuando son realizadas con el debido acompañamiento gubernamental. Principalmente en marco regulatorio y proporcionando incentivos a su desarrollo, por ejemplo, con el pago de subsidios de forma digital.

## **Palabras claves**

Inclusión financiera. Servicios financieros. Pagos digitales. Pagos sin contacto. Pagos QR. Interoperabilidad. Pagos NFC. Open Banking. COVID-19. Ayudas Gubernamentales. Comercio Electrónico. KYC.

# ÍNDICE DEL CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>7</b>
<b>PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN</b> .....	<b>9</b>
<b>OBJETIVO</b> .....	<b>9</b>
<b>METODOLOGÍA DEL TRABAJO</b> .....	<b>10</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>12</b>
EL SEGMENTO DE LA BASE DE LA PIRÁMIDE .....	12
<i>Negocios en la base de la pirámide</i> .....	13
<i>Servicios financieros en la base de la pirámide</i> .....	16
INCLUSIÓN FINANCIERA .....	17
<i>Exclusión financiera</i> .....	17
<i>Diferencia entre acceso y uso de servicios financieros</i> .....	18
ENFOQUE “CUSTOMER-CENTRIC” .....	20
<i>Enfoque “customer-centric” y la inclusión financiera</i> .....	21
<b>CAPÍTULO 1 – PAGOS DIGITALES</b> .....	<b>22</b>
¿QUÉ SON LOS PAGOS DIGITALES?.....	22
BENEFICIOS DE LOS PAGOS DIGITALES .....	23
DESAFÍOS DE LOS PAGOS DIGITALES.....	24
TENDENCIAS EN PAGOS DIGITALES .....	25
OPEN BANKING .....	26
DLT (DISTRIBUTED LEDGER TECHNOLOGY) .....	27
CBDC (CENTRAL BANK DIGITAL CURRENCIES).....	27
PAGOS SIN CONTACTO .....	28
PAGOS BIOMÉTRICOS.....	29
CÓDIGOS QR .....	30
<i>Elementos que definen un producto de pago QR</i> .....	31
<i>Formatos y modalidades de implementación</i> .....	32
<i>Interoperabilidad de códigos QR</i> .....	35
<b>CAPÍTULO 2 – PAGOS DIGITALES EN LATAM</b> .....	<b>36</b>
SITUACIÓN EN LATAM .....	36
PAGOS CON CÓDIGOS QR .....	37
INTEROPERABILIDAD QR.....	38
NFC.....	40
OPEN BANKING .....	41

OPEN BANKING: MÉXICO .....	41
OPEN BANKING: BRASIL .....	42
<b>CAPÍTULO 3 – COVID-19 .....</b>	<b>43</b>
INCLUSIÓN FINANCIERA PRE-PANDEMIA .....	43
IMPACTO COVID-19 EN DIGITALIZACIÓN DE PAGOS .....	45
AYUDAS GUBERNAMENTALES .....	46
IMPACTOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO .....	50
PEQUEÑOS Y MEDIANOS VENDEDORES .....	51
CAMBIOS EN LAS POLÍTICAS DE KYC.....	52
LOGRAR QUE LA INCLUSIÓN FINANCIERA PERDURE .....	54
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>56</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>58</b>

## ÍNDICE DE LA FIGURAS

Figura 1: Base de la piramide.....	12
Figura 2: Diferencia entre acceso y uso de servicios financieros.....	19
Figura 3: Face payment en china .....	29
Figura 4: PAGO QR .....	30
Figura 5: Elementos que definen a un pago QR.....	31
Figura 6: QR Vendedor.....	33
Figura 7: QR Comprador .....	33
Figura 8: Comparativa de códigos qr .....	34
Figura 9: Ejemplo de QR EMVco .....	35
Figura 10: Situación de los pagos digitales en latam .....	36
Figura 11: Formas de pago utilizadas con dispositivo móvil en comercios físicos.....	37
Figura 12: Barreras al uso de dispositivos móviles como medio de pago en comercios físicos .....	38
Figura 13: Findex.....	44
Figura 14: Receptores únicos de g2p .....	46
Figura 15: APP Caixa .....	47

## INTRODUCCIÓN

La inclusión financiera ofrece un camino para salir de la pobreza a millones de personas. Generalmente, este segmento de la población no posee servicios financieros y, difícilmente, logren salir del ciclo de exclusión. Es común que la población de bajos ingresos o de la base de la pirámide, administre su economía personal a través del dinero en efectivo. Esto quiere decir que ahorran en activos físicos que no generan interés, no tienen formas eficientes de enviar dinero a familiares y, en caso de una emergencia, deben recurrir a prestamistas informales.

Los gobiernos nacionales han tomado políticas para aumentar la inclusión financiera. Según los datos de Global Findex, a nivel mundial el 69% de los adultos posee una cuenta bancaria, lo que representa un crecimiento de 7 puntos porcentuales desde la medición de 2014. El progreso se vio impulsado por los pagos digitales, las políticas gubernamentales y una nueva generación de servicios financieros a los que se accede a través de teléfonos celulares e internet<sup>1</sup>.

El acceso a los teléfonos celulares e internet móvil, son claves para el crecimiento de la inclusión financiera. De acuerdo con el reporte de GSMA Intelligence's "The Mobile Economy Latin America 2019"<sup>2</sup>, en Latinoamérica hay 422 millones de usuarios únicos, lo que representa un 68% de la población de la región. El 81% de los mismos, también está suscripto a internet móvil. Para el año 2025, los pronósticos de GSMA estiman que la cantidad de usuarios únicos de teléfonos celulares llegará al 73% del total de la población y el 87% de estos tendrá acceso a internet.

Esto es uno de los principales factores para democratizar el acceso a los servicios financieros. La tecnología permite que cualquier persona con un teléfono celular, una conexión a internet y una aplicación financiera pueda pagar servicios, recargar un celular o realizar inversiones

---

<sup>1</sup> World Bank Group. (2017). The Global Findex database.

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29510/211259ov.pdf>

<sup>2</sup> GSMA. (2019). The Mobile Economy: Latin America. <https://www.gsma.com/latinamerica/wp-content/uploads/2020/02/Mobile-Economy-Latin-America-2019-English-Full-Report.pdf>



con su dinero. Sin embargo, en Latinoamérica, el 85% de las transacciones siguen siendo realizadas con dinero en efectivo y solo el 39% de la población tiene una cuenta bancaria.

Dentro del camino hacia la inclusión financiera, los pagos digitales son una puerta de entrada a los servicios financieros y, al mismo tiempo, una parte primordial en la construcción de una historia financiera. La infraestructura de pagos, los estándares regulatorios y las iniciativas gubernamentales como la digitalización de subsidios, pueden potenciar el progreso de la inclusión financiera.

En el marco de este trabajo, un pago digital o pago electrónico, es una transferencia de valor de una cuenta a otra, utilizando un dispositivo digital (como un teléfono celular) y un canal de comunicación digital. Tanto el emisor como el receptor de la transferencia utilizan una modalidad digital para la transacción.

El segmento de los no bancarizados y los sub-bancarizados, va a proveer las mayores oportunidades para el crecimiento y la innovación en materia de pagos digital y va a contribuir en los pagos digitales en general. El foco de estudio será en este segmento, que muchas veces es ignorado por la banca tradicional y donde un enfoque más ágil, flexible e innovador permitirá la creación productos que provean verdadero valor y satisfagan necesidades reales que tiene población de la base de la pirámide.

## PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Por qué son importantes los pagos digitales en el contexto de la inclusión financiera de la población de la base de la pirámide?
- ¿Qué se debe tener en cuenta para potenciar el crecimiento y desarrollo de la red de pagos digitales? ¿Cómo los gobiernos pueden ser parte de esto?
- ¿Cuáles fueron los impactos del COVID-19 en la digitalización de los pagos? ¿Qué debe suceder para que estos cambios perduren en el tiempo?

## OBJETIVO

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo general mostrar los cambios de los últimos años en materia de pagos digitales y su impacto en la inclusión financiera dentro de Latinoamérica, principalmente en la base de la pirámide.

Los objetivos específicos del trabajo son:

- Enunciar la relación de los pagos digitales con la inclusión financiera.
- Identificar y evaluar los principales métodos de pago digital en la actualidad, profundizando en aquellos más comunes dentro de Latinoamérica.
- Mostrar como funcionan a nivel tecnológico los pagos digitales y el impacto de las regulaciones en el desarrollo de las redes de cobro.
- La aceleración de tendencias que produjo el COVID-19 durante 2020 de la mano de las ayudas gubernamentales, el crecimiento del interés de los pagos sin contacto y el mayor uso de las plataformas de comercio electrónico.

## METODOLOGÍA DEL TRABAJO

La investigación es no experimental de tipo exploratoria, ya que está basada en la recopilación y análisis de información reciente sobre inclusión financiera, pagos digitales y el impacto de la pandemia COVID-19. A partir del análisis de esta información busca obtener una visión clara de los desafíos y oportunidades, principalmente en el contexto de Latinoamérica y en el segmento de la población de la base de la pirámide.

Se analizaron distintos estudios sobre el mercado financiero, de telefonía móvil y de COVID-19 en la región que se encuentra debidamente citados y referenciados en las secciones correspondientes.

Actualmente, existen diversos estudios sobre las posibilidades que ofrece la inclusión financiera como una forma de ayudar al desarrollo de las personas de bajos recursos para lograr seguridad y prosperidad para ellos, sus familias y sus comunidades. Sin embargo, son pocos los trabajos que tienen en cuenta el impacto de la reciente pandemia en el contexto de Latinoamérica.

En lo que respecta al trabajo de campo, no se realizaron encuestas o entrevistas, sino que se utilizaron estudios recientes entre los que se destacan:

- **The Global Findex database.** Este es el conjunto de datos más grande del mundo acerca de como los adultos ahorran, toman préstamo, hacen pagos y administran el riesgo. Desarrollada con fondos aportados por la fundación Bill & Melinda Gates, ha sido publicada cada tres años desde 2011. La información es recabada en conjunto con Gallup Inc., a través de encuestas nacionales representativas de más de 150.000 adultos en 140 economías. La edición 2017 incluye indicadores sobre el acceso y uso de servicios financieros formales e informales. Además, agrega nuevos datos sobre el uso de tecnología financiera (fintech), incluyendo el uso de teléfonos celulares e internet para realizar transacciones financieras<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> World Bank Group. (2017). The Global Findex database.  
<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29510/211259ov.pdf>

- **Informe de Tendencias en Medios de Pago 2020 de Minsait Payments.** Minsait es una compañía de Indra, y tiene como objetivo colaborar con entidades financieras, fintechs y comercios para liderar la industria de los medios de pago desde la innovación, con vocación de transversalidad en todos los sectores. El informe provee una visión de 360° sobre las tendencias del sector en 12 países, con mas de 80 directivos entrevistados, 4.400 encuestas a la población bancaria y todas las novedades del 2020<sup>4</sup>.

---

<sup>4</sup> Minsait Payments. (2020). Informe tendencias en medios de pago.  
[https://mediosdepago.minsait.com/sites/default/files/PDFs/minsait\\_mediospago2020.pdf](https://mediosdepago.minsait.com/sites/default/files/PDFs/minsait_mediospago2020.pdf)

## MARCO TEÓRICO

### EL SEGMENTO DE LA BASE DE LA PIRÁMIDE

La población que forma parte de lo llamado “base de la pirámide” (BdP), equivale a cuatro mil millones de personas de bajos ingresos, la mayor parte de la población del mundo. En este segmento se encuentran aquellos individuos con ingresos menores a 3 dólares ajustados por el poder de compra a nivel local y viven en pobreza relativa. Sus ingresos en dólares americanos actuales son menores a \$3.35 al día en Brasil, \$2.11 en China, \$1.89 en Ghana y \$1.56 en India. Sin embargo, juntos representan un poder de compra considerable que asciende a \$5 billones a nivel global<sup>5</sup>.

Annual Per Capita Income*	Tiers	Population in Millions
More Than \$20,000	1	75-100
\$1,500-\$20,000	2 & 3	1,500-1,750
Less Than \$1,500	4	4,000

\* Based on purchasing power parity in U.S.\$  
Source: U.N. World Development Reports

**FIGURA 1: BASE DE LA PIRAMIDE**

Gran parte de la población de la base de la pirámide no se encuentra integrada a la economía global y, por lo tanto, no se beneficia de ella. Además, otros factores que caracterizan a este segmento son:

- Necesidades básicas no satisfechas: gran parte no tiene cuenta bancaria ni acceso a servicios financieros, vive en asentamientos informales. Además, muchos no tienen acceso a agua potable, servicios sanitarios, electricidad y atención médica básica.

<sup>5</sup> World Resources Institute International Finance Corporation. (2005). Los siguientes 4mil millones. <http://pdf.wri.org/n4b-esp.pdf>

- Dependen de medios informales de subsistencia: no tienen otra opción que vender su trabajo, artesanías o cultivos a patrones locales o a intermediarios que se aprovechan de esta situación. La informalidad y la subsistencia son trampas de la pobreza.
- Se encuentran atrapados en este segmento: esto hace que paguen precios más altos por productos y servicios básicos, ya sea en valor o en esfuerzo y reciben menor calidad de la que recibe un consumidor incluido en la sociedad.

Debido a estos factores y a la falta de atención e inversión en este sector, surgen mercados ineficientes y monopólicos. Al mismo tiempo, esto representa una gran oportunidad de mercado para los negocios privados. Involucrar a este segmento de la población en la economía formal es esencial para mejorar sus ingresos, su productividad y salir de la pobreza.

Según el informe “los siguientes 4 mil millones” del World Resources Institute, en América Latina el mercado de la base de la pirámide es de \$509 mil millones e incluye 360 millones de personas, 70% de la población en los 21 países encuestados. El mercado BdP representa el 28% del ingreso familiar total de la región, una menor participación que en otras regiones en desarrollo. Tanto en Brasil como en México la BdP constituye 75% de la población, representando un ingreso total de \$172 mil millones y \$105 mil millones respectivamente.

## NEGOCIOS EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE

El concepto de negocios en la base de la pirámide fue introducido en un artículo escrito por C.K. Prahalad y Stuart Hart, profesores de la Universidad de Michigan y Carolina del Norte respectivamente. Esta idea, afirma que es posible combatir la pobreza con un modelo de gestión de negocios enfocado hacia los segmentos de población que han sido tradicionalmente olvidados o relegados, y a su integración en las cadenas de valor de los negocios, ya sea como clientes, aliados, proveedores o distribuidores.

El caso más popular de este tipo de negocios es el Grameen Bank, fundado por Muhammed Yunus, un banco especializado en micro préstamos. El modelo consiste en proveer pequeños préstamos monetarios para la población pobre que generalmente no tiene acceso a este tipo de servicios. El Grameen Bank otorga estos préstamos a grupos de cinco individuos, donde el grupo funciona como una unidad que es responsable de repagar el préstamo inicial y no

requiere garantías materiales o monetarias sino sociales. Es decir, el banco confía en el capital social como puede ser la presión de los pares, el apoyo mutuo y la cultura del repago. Si alguien del grupo no repaga el préstamo, no se les otorgará un nuevo crédito a los integrantes de este. Esta combinatoria hace que el porcentaje de repago alcance el sorprendente valor de 98 por ciento.

El artículo "Los caminos hacia la inclusión"<sup>6</sup>, profundiza este concepto y define a los negocios inclusivos como "aquel emprendimiento empresarial que tiene como misión generar impacto social en personas en situación de vulnerabilidad". Estas personas pueden ocupar diferentes roles: usuarios de los bienes y servicios, productores o socios. Además, detalla y ejemplifica cuatro estrategias de mercado que atienden a la BdP:

- **Adaptación:** adecúan sus productos y servicios a las características del consumidor tipo de la BdP. Esto se lleva a cabo mediante el ajuste de alguna de las variables tradicionales del marketing. Algunos ejemplos son las segundas marcas en las que se modifica el producto a fin de reducir su costo y eventual precio o la reducción de costos a través de las estructuras de venta directa.
- **Innovación:** tratan de aprovechar recursos previamente inadvertidos de la BdP o neutralizar limitaciones del contexto. Estas iniciativas buscan innovar en el producto o en el proceso en pos de generar más valor al mismo precio. Un ejemplo local es el Sistema Ser en Jujuy, que realizó una innovación de proceso en su modelo de negocios, que le permite proveer servicios médicos de alta calidad a un precio accesible. Las estrategias de innovación son de altísimo impacto, pero tienen como principal limitación que requieren de un profundo cambio cultural.
- **Foco:** tienen por objetivo lograr un alto alcance, pero se concentran en una necesidad específica. Un ejemplo es el de Vision Spring, cuyo fin es proveer anteojos de lectura a bajo costo en un modelo de bajo margen y alto volumen. A diferencia de las ópticas tradicionales, ofrece anteojos para un número limitado de problemas de vista. La

---

<sup>6</sup> Jaqueline Pels. Los caminos hacia la inclusión.

[https://www.utdt.edu/ver\\_nota\\_prensa.php?id\\_notas\\_prensa=10090&id\\_item\\_menu=6](https://www.utdt.edu/ver_nota_prensa.php?id_notas_prensa=10090&id_item_menu=6)

estrategia de foco es altamente escalable, pero, al restringirse, puede ser de impacto o ejecución limitada.

- **Desarrollo:** la BdP es vista como un conjunto de problemas interrelacionados entre sí, a los que la organización busca ofrecer un conjunto de soluciones. Trabajan en red con varios actores, como el Estado, organizaciones sin fines de lucro, la comunidad, líderes locales y empresas, entre otros. Un ejemplo local es la Fundación Pro-Vivienda Social, que trabaja en Cuartel V y Moreno, donde ofreció acceso a la red de gas (en alianza con Gas Natural Fenosa) y a microcréditos.



## SERVICIOS FINANCIEROS EN LA BASE DE LA PIRÁMIDE

La creación y acceso a servicios financieros por parte de la población de la base de la pirámide, genera efectos que van más allá del volumen y valor operado. Algunos ejemplos de esto son:

- **Identidad formal.** Una relación bancaria brinda a las personas una identidad formal de la que generalmente carecían en el pasado, contribuyendo al proceso de inclusión.
- **Mayor seguridad personal.** El dinero electrónico está menos expuesto al robo y es más seguro que el efectivo.
- **Nuevos empleos e ingreso.** Nuevos tipos de servicios financieros generan empleos e ingresos.

Los servicios financieros juegan un papel crítico en la disminución de la pobreza y en el mayor acceso de la BdP a bienes y servicios.

En este contexto, la tecnología cumple con dos funciones importantes para el desarrollo de servicios financieros: reduce costos y reduce la distancia física. De hecho, la tecnología en los servicios financieros puede resolver cuatro problemas importantes para la BdP: conveniencia, accesibilidad, seguridad y transferencia. Un sistema de transacciones basado en teléfonos móviles ofrece más conveniencia y accesibilidad que las instituciones financieras tradicionales<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Mobile Phone-Based E-Banking: The Customer Value Proposition.

[http://www.microsave.net/files/pdf/BN\\_47\\_Mobile\\_Phone\\_Based\\_E\\_Banking\\_The\\_Customer\\_Value\\_Proposition.pdf](http://www.microsave.net/files/pdf/BN_47_Mobile_Phone_Based_E_Banking_The_Customer_Value_Proposition.pdf)

## INCLUSIÓN FINANCIERA

Actualmente la inclusión financiera es un concepto fundamental en el desarrollo de la población. El Banco Interamericano de Desarrollo, define a la inclusión financiera como “el acceso a servicios financieros (crédito, ahorro, seguros y servicios de pago y transferencias) formales y de calidad, y su uso por parte de hogares y empresas, bajo un marco de estabilidad financiera para el sistema y los usuarios”<sup>8</sup>.

Permite a las personas prosperar, muchas veces significando la diferencia entre prosperidad y pobreza. El acceso a servicios financieros facilita la vida cotidiana y ayuda a las familias y empresas en su organización y planificación, desde los objetivos a largo plazo hasta las emergencias imprevistas. Poder acceder a una cuenta que permita realizar transacciones financieras es el primer paso hacia la inclusión financiera. A partir de esto, es más probable que las personas usen otros servicios financieros, como créditos y seguros, para iniciar y ampliar negocios, invertir en educación o salud, gestionar riesgos y sortear crisis financieras, todo lo cual puede mejorar su calidad general de vida<sup>9</sup>.

Por estos motivos, en los últimos años, es un tema que se convirtió en prioridad para académicos, las autoridades de los países y los organismos de desarrollo y reglamentaciones a nivel mundial. Incluso es un tema de importancia para el Grupo de los Veinte (G20), que se ha comprometido con la promoción de la inclusión financiera.

## EXCLUSIÓN FINANCIERA

De acuerdo con “The Foundations of Financial Inclusion”<sup>10</sup>, la exclusión financiera es un problema cuando es involuntaria. En otras palabras, la exclusión merece acciones políticas cuando hay individuos cuyo beneficio marginal de usar servicios financieros excede los costos

---

<sup>8</sup> Inclusión financiera en América Latina y el Caribe: Coyuntura actual y desafíos para los próximos años <https://publications.iadb.org/es/publicacion/13894/inclusion-financiera-en-america-latina-y-el-caribe-coyuntura-actual-y-desafios>

<sup>9</sup> Banco Mundial: Inclusión financiera. <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialinclusion/overview>

<sup>10</sup> The Foundations of Financial Inclusion Understanding Ownership and Use of Formal Accounts. The World Bank. <http://documents1.worldbank.org/curated/en/348241468329061640/pdf/wps6290.pdf>

marginales. Pero los que están excluidos por barreras, como tarifas caras, grandes distancias y la falta de productos adecuados, son el resultado de fallas del mercado. Las fallas del mercado pueden deberse a una serie de factores, como información imperfecta, mercados no competitivos, deficiencias en el entorno contractual y la falta de infraestructura física. Los beneficios de la inclusión financiera en los individuos proporcionan una justificación, tanto económica como política para las políticas que promueven la inclusión financiera.

En el contexto de América Latina, de acuerdo con el Banco Interamericano de Desarrollo<sup>11</sup>: Se estima que el 54,4% de los adultos de la región tiene acceso a una cuenta bancaria, contra el 51,4% en 2014 y el 39,3% en 2011. Si bien son avances considerables en términos de acceso, impulsados por la creación de cuentas básicas e intervenciones gubernamentales, como el pago de programas de transferencias monetarias condicionadas a través de una cuenta en el sistema financiero. Todavía casi la mitad de la población adulta de la región se encuentra sin acceso al sistema financiero, con tasas de inclusión financiera especialmente bajas entre los más vulnerables, personas viviendo en áreas rurales y, en varios países, mujeres.

#### DIFERENCIA ENTRE ACCESO Y USO DE SERVICIOS FINANCIEROS

Es importante distinguir entre acceso y uso de servicios financieros. Los no-usuarios de servicios financieros pueden ser diferenciados entre aquellos que están involuntariamente excluidos y aquellos que están voluntariamente auto excluidos.

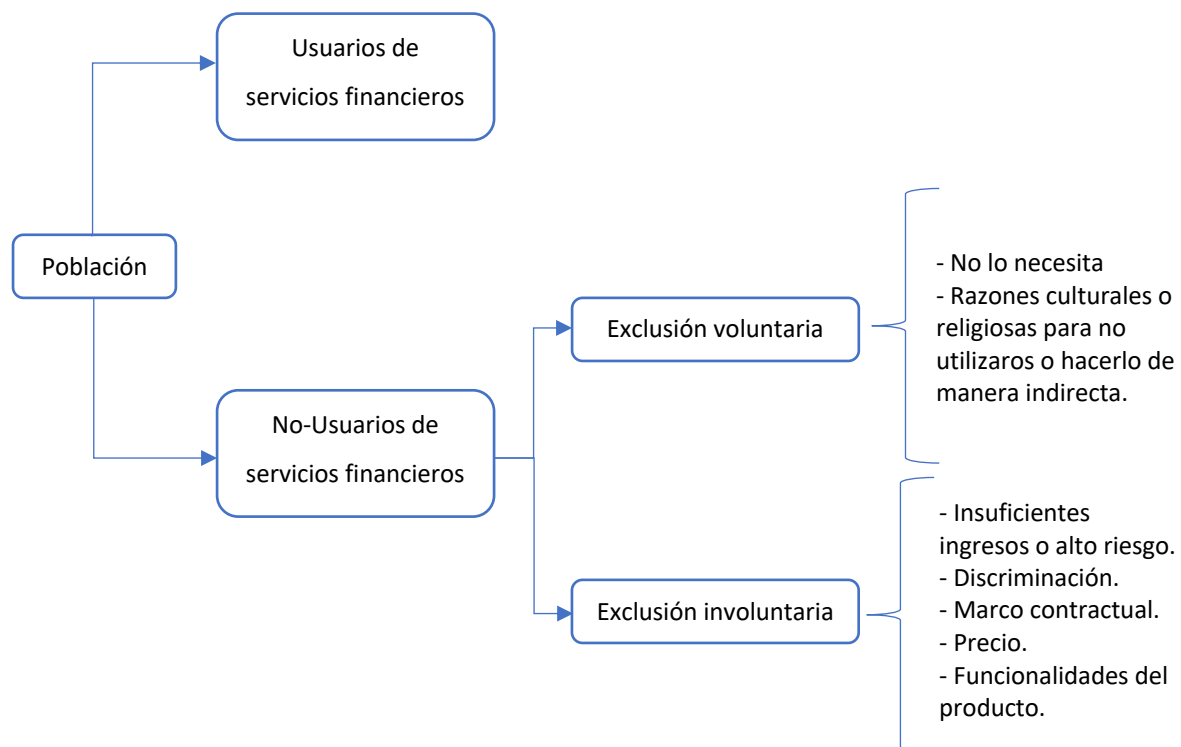
La exclusión voluntaria propia puede ser atribuida a la falta de necesidad de servicios financieros, razones religiosas o culturales, o por acceso indirecto a los servicios a través de amigos y familiares. En todos estos casos, el no-uso voluntario está determinado por la falta de demanda y no es un problema que deben resolver los reguladores. Sin embargo, para los involuntariamente excluidos es importante distinguir entre cuatro grupos diferentes para formular las políticas adecuadas. Primero, hay un grupo de individuos que no son considerados para ser bancarizados por que sus ingresos son muy bajos o tienen un riesgo

---

<sup>11</sup> Los mecanismos de pago digitales. IADB.

[https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los\\_mecanismos\\_de\\_pago\\_digitales\\_Una\\_gu%C3%ADa\\_para\\_los\\_proyectos\\_de\\_protecci%C3%B3n\\_social\\_durante\\_pandemias.pdf](https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Los_mecanismos_de_pago_digitales_Una_gu%C3%ADa_para_los_proyectos_de_protecci%C3%B3n_social_durante_pandemias.pdf)

crediticio muy alto. En lugar de tratar de incluirlos en el sistema financiero, es más apropiado proveer mecanismos de apoyo no crediticios. Los restantes tres grupos involuntariamente excluidos deben superar políticas discriminatorias, deficiencias en los marcos contractuales e informativos o precio y funciones del producto. Todos estos problemas pueden excluir a una gran parte de la población, especialmente en países en desarrollo y necesitan de acciones políticas específicas<sup>12</sup>.



**FIGURA 2: DIFERENCIA ENTRE ACCESO Y USO DE SERVICIOS FINANCIEROS**

<sup>12</sup> Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Honohan, P. (2009). Access to Financial Services: Measurement, Impact, and Policies.

<http://documents1.worldbank.org/curated/en/547661468161359586/pdf/767870JRN0WBRO00Box374387B00PUBLIC0.pdf>

## ENFOQUE “CUSTOMER-CENTRIC”

En “The antecedents and consequences of customer-centric marketing” los autores J. Sheth, R. Sisodia, proponen que, así como la función de marketing pasó gradualmente del marketing masivo al marketing segmentado en el siglo XX, el mismo se moverá cada vez más hacia el marketing centrado en el cliente. En la práctica del marketing centrado en el cliente, la función de marketing busca satisfacer las necesidades y deseos de cada cliente individual. Los antecedentes del marketing centrado en el cliente son el crecimiento de las empresas para mejorar la productividad del marketing, el aumento de la diversidad del mercado en los mercados domésticos y comerciales y la aplicabilidad de la tecnología.

Los mismos autores en “The 4 A's of Marketing”, presentan un enfoque que ayuda a los gerentes a ver cada acción de una empresa a través de los ojos de sus clientes. Enfatiza en el entendimiento y satisfacción de las necesidades, deseos y recursos de los consumidores y clientes individuales en lugar de mercados o segmentos de mercados.

El enfoque está organizado alrededor de los valores que más les importan a los consumidores<sup>13</sup>:

- **Acceptability:** Entender necesidades y desarrollar soluciones que agreguen valor a la vida del consumidor y que refuerzan lealtad y confianza en la marca.
- **Affordability:** Ofrecer el mejor ‘valor por dinero’, la mejor relación entre costo y beneficio, y además ser percibido como una marca accesible.
- **Accessibility:** Tener acceso fácil al producto o servicio. Estar donde la gente está.
- **Awareness:** Que el consumidor comprenda las características de los productos y servicios.

Estos atributos son llamados las 4 A. Este marco de trabajo deriva de una perspectiva de valor para el consumidor basado en los cuatro roles distintos que los clientes juegan en el mercado: buscadores, selectores, pagadores y usuarios.

---

<sup>13</sup> Extraído de material de clase “Estrategias Comerciales para CBI en Mercados Emergentes”

## ENFOQUE “CUSTOMER-CENTRIC” Y LA INCLUSIÓN FINANCIERA

El enfoque customer-centric trabaja en la retención de los clientes, su fidelización, adquisición eficiente, estrategias de servicio y una relación extendida con el cliente. Estos objetivos son particularmente relevantes para proveedores de servicios financieros en el segmento de la base de la pirámide que buscan brindar propuestas de valor que incorporen una gama de servicios para gestionar el patrimonio y el riesgo y lograr metas de vida con el apoyo de la inclusión financiera total<sup>14</sup>.

El camino a un enfoque customer-centric para los proveedores de servicios financiero del segmento de la base de la pirámide comienza con la comprensión de como el acceso a los servicios financieros puede agregar valor a las vidas de los clientes de bajos ingresos. Los servicios enfocados en este segmento pueden ayudar a los clientes a satisfacer sus necesidades diarias, alcanzar sus objetivos personales y comerciales y crear resistencia contra vulnerabilidad. A medida que el cliente interactúa con los servicios financieros formales, construyen la capacidad de interactuar responsablemente con los mismos. Sin embargo, inspirar confianza y seguridad en los servicios financieros formales no es automático. Estas características son los resultados de un diseño exitoso y un enfoque integrado centrado en el cliente.

Utilizar el enfoque correcto en los clientes de la base de la pirámide es la clave para que los servicios financieros logren llegar al segmento de la población que se encuentra financieramente excluida. Al mismo tiempo, crea una ventaja competitiva para estos proveedores de servicios financieros, ya sea mediante la fidelización de los clientes o aprovechando nuevos segmentos del mercado.

---

<sup>14</sup> Burritt, K., & Coetzee, G. (2016, October). Customer Centricity and Financial Inclusion: Lessons from Other Industries. <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/25706/110635-BRI-PUBLIC-ADD-VC-Brief-Customer-Centricity-and-Financial-Inclusion-Lessons-from-Other-Industries.pdf>

## CAPÍTULO 1 – PAGOS DIGITALES

### ¿QUÉ SON LOS PAGOS DIGITALES?

Un pago digital es una transferencia de valor realizada desde una cuenta a otra utilizando dispositivos digitales como un teléfono celular, un POS (Point of Sale), una computadora o un canal digital de comunicación. Esta definición incluye los pagos realizados por transferencias bancarias, las billeteras digitales y las tarjetas de débito, crédito y prepagas. Una manera más simple de definir los pagos digitales es decir que son aquellos que representan una alternativa al pago en efectivo.

Los pagos digitales ofrecen múltiples beneficios, tanto para los remitentes como receptores y proveedores. Pasar de realizar un pago en efectivo a hacerlo de forma digital tiene el beneficio potencial de hacer las transacciones más eficientes, disminuir los costos, mejorar la capacidad de manejo del riesgo individual, el control sobre los fondos y la seguridad de las transacciones. Además, ofrecen una mayor transparencia y proveen un primer punto de entrada al sistema financiero formal que cumple un rol importante en la inclusión financiera.

En resumen, los beneficios de los pagos digitales van más allá de la conveniencia. Si son realizados de forma eficiente y efectiva, pueden transformar la vida financiera de las personas que utilizan esta tecnología.

## BENEFICIOS DE LOS PAGOS DIGITALES

Los beneficios de los pagos digitales pueden apreciarse tanto en individuos como en organismos gubernamentales y proveedores de servicios de pagos.

Algunos de ellos son:

- **Reducción de costos y tiempos:** debido a que proveen más eficiencia y velocidad en la realización de pagos y transferencias ordinarias y recurrentes. Esto se ve reflejado en menores costos físicos y más seguridad frente a la necesidad de mantener y transportar efectivo. Algunos ejemplos son: los receptores de pagos gubernamentales en efectivo que se encuentran en áreas rurales y deben viajar distancias considerables para poder recibir la transferencia o hacer un pago. Esto es algo que puede evitarse al utilizar pagos digitales. O desde el punto de vista del comerciante, permite recibir pagos más rápidamente y mejorar la eficiencia del proceso de cobro. A su vez, estas condiciones, incrementan la frecuencia de pagos a través de canales formales.
- **Mayor transparencia:** con los pagos digitales es posible registrar cada movimiento y las partes intervinientes puede ser identificadas. Esto mejora la trazabilidad y la rendición de cuentas de los pagos. Un ejemplo de esto son los pagos gubernamentales donde, dada la liquidez y anonimato transaccional del efectivo, pueden verse afectados no llegando la totalidad del dinero al receptor o llegando receptores falsos. Desde el punto de vista de los usuarios, la capacidad de realizar transacciones digitales facilita el pago de servicios e impuestos, mejorando la recolección, reduciendo el fraude y simplificando el pago.
- **Inclusión financiera:** los pagos digitales suelen ser el punto de entrada de los individuos a los sistemas financieros y permiten ofrecer una cuenta para almacenar valor para no bancarizados. Un desafío es lograr que quien recibe un pago electrónico utilice la cuenta para otras transacciones financieras. Además, esto crea la base para ofrecer también servicios no financieros de forma efectiva.



## DESAFÍOS DE LOS PAGOS DIGITALES

Si bien los pagos digitales ofrecen una gran cantidad de beneficios por sobre los pagos en efectivo, también surgen nuevos desafíos:

- **Seguridad y confiabilidad:** Un sistema de pagos electrónico puede no ser efectivo e incluso tener efectos adversos si no funciona correctamente. También es necesario tener en cuenta los desafíos en la seguridad de los datos.
- **Interoperabilidad entre proveedores de servicios:** Es importante que los pagos digitales puedan realizarse entre las distintas redes con las que una persona interactúa financieramente.
- **Puntos de retiro de dinero:** Proveer acceso físico a servicios financieros y puntos de ingreso/egreso de dinero en todas las áreas es uno de los principales desafíos de los pagos digitales.
- **Construir un ecosistema digital:** si los pagos son retirados de forma inmediata, la contribución en torno a la inclusión financiera será limitada. Es necesario generar los incentivos para que el usuario mantenga los fondos de forma digital ofreciendo funcionalidades de almacenamiento de valor y permitiendo el pago de servicios de forma digital.
- **Experiencia del cliente:** es fundamental que los receptores de pagos electrónicos se sientan cómodos con el sistema y sea claro su funcionamiento. Si no es así, se pierde la confianza en el sistema.
- **Diseño del producto:** los beneficios de la digitalización se aprecian si son más sencillos, accesibles y seguros que el dinero.

- **Educación del cliente:** no todos los receptores de dinero van a ser familiares con la tecnología y el uso de sistemas digitales. Es necesario que el diseño del producto facilite el entendimiento.
- **Uso de las cuentas:** los pagos digitales no aseguran el uso de las cuentas o los productos de ahorro. El entendimiento de todos los beneficios de la cuenta depende de que el producto provea esos usos y haga una comunicación clara de los mismos.

## TENDENCIAS EN PAGOS DIGITALES

Dentro de los pagos digitales es continua la innovación en nuevas modalidades que se adaptan a un ambiente cada vez más competitivo. Algunas de las más destacadas en los últimos años son:

1. Open Banking.
2. DLT (Distributed Ledger Technology).
3. CBDC (Central Bank Digital Currencies).
4. Pagos sin contacto.
5. Pagos biométricos.
6. Pagos con código QR.

A continuación, se detallan las principales características de estas.

## OPEN BANKING

Tradicionalmente los bancos tenían el monopolio de la información de las transacciones de los usuarios. Open Banking surgió con el objetivo de modificar esto, abriendo el acceso a la información. Esto facilita que Fintechs y otros nuevos modelos de negocio, que se encuentran mejor posicionados y tienen mayores incentivos para explotar los datos, ofrezcan a los consumidores productos y servicios innovadores a un menor costo.

Open Banking ofrece muchas ventajas para las personas con bajos ingresos y el intercambio de datos favorece la inclusión financiera de distintas formas. Primero, instituciones financieras y Fintechs pueden crear nuevos productos al acceder a la información financiera del cliente que se encuentra almacenada en bancos y otras instituciones financieras. Comparados con los ya existentes, estos nuevos productos de administración financiera, cuentas de ahorro, crédito, etc. van a proveer una oferta superadora para aquellos usuarios bancarizados pero desatendidos.

Los usuarios no bancarizados podrían verse beneficiados si la información almacenada por instituciones no financieras, como empresas de servicios y proveedores de telecomunicaciones, también es abierta al acceso. Por otro lado, el ingreso al mercado de nuevas entidades puede incrementar la competencia en el mercado de los servicios financieros. Esto generará una baja en los precios y un incremento en la diversidad de productos, lo que implica que los servicios financieros serán más accesibles. Estas nuevas entidades con estructuras de costos más bajas, basadas en nuevos modelos de negocio posiblemente vean rentables segmentos de la población que antes no eran considerados. El resultado es un incremento en la cantidad de consumidores potenciales con instituciones financieras incentivadas e innovar y llegar a la población de bajos ingresos también.

## DLT (DISTRIBUTED LEDGER TECHNOLOGY)

Es una base de datos que está sincronizada, compartida y es accesible desde diferentes sitios, instituciones o geografías por múltiples participantes. Cada participante de la red puede acceder a los registros y mantener una copia. Esto permite descentralizar los pagos y no depender de una autoridad central como un banco o institución pública. Un ejemplo de DLT es Blockchain que a su vez es utilizado por Bitcoin.

## CBDC (CENTRAL BANK DIGITAL CURRENCIES)

Son monedas digitales emitidas por bancos centrales que utilizan tokens digitales y tecnología Blockchain para representar de forma digital una moneda FIAT. Es centralizada y regulada por la autoridad monetaria de un país.

A lo largo de los años, ha habido un interés creciente en las criptomonedas, como el Bitcoin y el Ethereum, que funcionan sobre la tecnología de libro mayor distribuido conocido como la red blockchain. Estas monedas virtuales son descentralizadas, no se encuentran reguladas y podrían ser una alternativa al sistema bancario tradicional que opera bajo el ámbito y control de la entidad regulatoria del país (Banco Central).

Ante la incapacidad de controlar el crecimiento e influencia de estas criptomonedas, muchos bancos centrales están contemplando la posibilidad de lanzar su propia versión de criptomoneda. Estas criptomonedas estarían reguladas y operarían bajo la autoridad monetaria del país. Es decir que podrían combinar lo mejor de ambos mundos: la conveniencia y seguridad de las criptomonedas, y la circulación de dinero regulada y respaldada por reserva del sistema bancario tradicional.

A la fecha, ningún país lanzó oficialmente una moneda de este tipo. Algunos si se encuentran en periodo de pruebas y lanzaron programas piloto para determinar la viabilidad y usabilidad.

## PAGOS SIN CONTACTO

Los pagos sin contacto son un método seguro que permite a los consumidores comprar productos o servicios con tarjetas de débito, crédito, llaveros, teléfonos celulares o relojes inteligentes usando tecnología de radio frecuencia (RF), comunicación de campos cercanos (NFC) o transmisión magnética segura (MST). En este trabajo profundizaremos en particular sobre las soluciones que utilizan un dispositivo electrónico para realizar esta transacción.

Para hacer el pago sin contacto, el consumidor acerca su dispositivo a un POS que cuente con soporte para esta tecnología (aproximadamente a 4 centímetros ya es suficiente). Esto es conocido como “tap-and-pay”. Cuando el lector y el dispositivo de pago se encuentran cerca y activos, se produce el intercambio de información encriptada del chip NFC que completa la transacción. La conexión es establecida con la ayuda de ondas de radio en la frecuencia 13.56MHz y solo funciona cuando ambos dispositivos están muy cerca. La conexión es segura ya que solo puede establecerse con un dispositivo a la vez y, además, las aplicaciones requieren que el dispositivo del pagador se encuentre desbloqueado.

La mayoría de estas transacciones no requiere firma o PIN para montos bajos. Si bien los pagos con QR también son considerados sin contacto, en este caso no se requiere una conexión física entre la credencial de pago y la terminal. Es por esto por lo que el estándar es utilizar el término “contactless” para referirse a pagos RF, NFC o MST<sup>15</sup>.

Los pagos sin contacto ofrecen varias ventajas tanto a individuos como a comercios:

- Facilidad de uso e incremento en la eficiencia operacional: los pagos se efectúan de forma muy rápida lo cual genera una mejor experiencia para el cliente y optimiza los tiempos de caja en el comercio. Además, por lo general estas transacciones no solicitan pin ni firma para transacciones de bajo monto.

---

<sup>15</sup> Americas Market Intelligence. (2018). The state of contactless payments in Latin America. [https://ics.fra1.digitaloceanspaces.com/ic/media/documents/AMI\\_The\\_state\\_of\\_contactless\\_payments\\_in\\_Latin\\_America\\_10.pdf](https://ics.fra1.digitaloceanspaces.com/ic/media/documents/AMI_The_state_of_contactless_payments_in_Latin_America_10.pdf)

- Flexibilidad: las soluciones de pagos que utilizan solo el teléfono evitan que el usuario tenga que cargar con todas las tarjetas. Una vez configurada la billetera en el teléfono, no es necesario nada más.

Por otro lado, sus principales desventajas son:

- No son ampliamente aceptados: es necesario que el comercio disponga con el hardware adecuado para este tipo de pagos.
- Límites de transacción más bajo: es una medida que toman las entidades bancarias para reducir fraude con esta modalidad.

Actualmente, la mayoría de las entidades bancarias y financieras ofrecen tarjetas que soportan esta tecnología. Sin embargo, no son las únicas y otras compañías comenzaron a ofrecer sus propias versiones. Las más conocidas son: Apple Pay, Google Pay y Samsung Pay que permiten añadir tarjetas de crédito, débito e incluso de lealtad. Todas utilizan NFC y Samsung Pay además soporta MST, que envía un pulso electromagnético permitiendo emular en las terminales el paso de una tarjeta.

## PAGOS BIOMÉTRICOS

Utilizan identificaciones biométricas para verificar y autorizar pagos. Puede ser cualquier medio que permita identificar a una persona evaluando uno o más patrones biológicos como huellas digitales, patrones de iris y retina, ondas de voz o firmas.



**FIGURA 3: FACE PAYMENT EN CHINA**

## CÓDIGOS QR

Similar a un código de barras, pero tiene la capacidad de almacenar más información. Es una forma rápida y sencilla de intercambiar información. Para que un cliente pueda realizar un pago es necesario que disponga de un dispositivo digital vinculado con una cuenta. Un comercio podrá recibir el pago sin invertir en hardware, como una terminal POS.



**FIGURA 4: PAGO QR**

En los mercados emergentes, las billeteras móviles impulsan el uso de códigos QR. Si bien, los códigos QR requieren un teléfono con cámara y una conexión estable de internet, el crecimiento de la penetración de teléfonos inteligentes en mercados emergentes redujo las barreras para un número cada vez mayor de clientes. Esto está allanando el camino para que los proveedores de dinero digital agreguen este canal a su oferta en varios mercados. Sin embargo, existen varios desafíos para acompañar este crecimiento. En esta sección se detallarán los principales en el aspecto técnico que van a permitir la interoperabilidad entre diferentes desarrollos de códigos QR.

## ELEMENTOS QUE DEFINEN UN PRODUCTO DE PAGO QR

Los pagos con códigos QR no ofrecen una propuesta homogénea. Esto implica que los clientes pueden experimentarlo de diferentes formas o flujos, dependiendo de los parámetros técnicos y las distintas implementaciones.

De acuerdo con el informe “QR Code Merchant Payments” elaborado por GSMA, existen nueve elementos que son necesarios para producir una solución de pagos con QR. Cada elemento incluye distintas opciones a determinar. Esto determinará la experiencia del pagador y del vendedor.



FIGURA 5: ELEMENTOS QUE DEFINEN A UN PAGO QR

Todas las implementaciones de códigos QR tienen una especificación técnica por detrás que puede ser propietaria o no. Cuando son comparados los componentes de las distintas especificaciones, existen conceptos superpuestos y otros con diferencias significativas. En la sección interoperabilidad de códigos QR se detalla esta temática.



## FORMATOS Y MODALIDADES DE IMPLEMENTACIÓN

Uno de los elementos principales para los pagos con código QR son las billeteras móviles, las cuales pueden operar en dos modalidades:

- Vinculando una cuenta de depósito de valor, como puede ser una cuenta bancaria. Las transacciones debitan de ese origen los fondos y no es necesario cargar dinero en la billetera móvil previamente.
- Siendo un depósito de valor virtual, que debe ser precargado con fondos y las transacciones se debitan del balance existente en la billetera.

Al momento de realizar pagos en comercios, los códigos QR permiten reemplazar o complementar un POS tradicional e interactuar con las billeteras virtuales. En este caso de uso es posible encontrar los códigos QR en los siguientes modos:

1. **Códigos QR estáticos:** comúnmente impresos y pegados en el mostrador del vendedor o presentados desde una pantalla del cliente. Tienen información específica que se puede utilizar para hacer una transacción y no varía.
2. **Códigos QR dinámicos:** son generados dinámicamente al momento de realizarse la transacción y es necesario que el cliente o el vendedor dispongan de una pantalla para presentarlo. Frecuentemente son válidos por un periodo corto de tiempo y contienen información única por ese periodo.

Además, se pueden encontrar presente en dos modos de uso:

1. **Merchant-Presented Mode:** requiere que el cliente lea un código QR estático o dinámico del vendedor para iniciar una transacción. En esta modalidad el cliente debe estar online y el monto de la transacción puede venir precargado o requerir ser cargado manualmente.

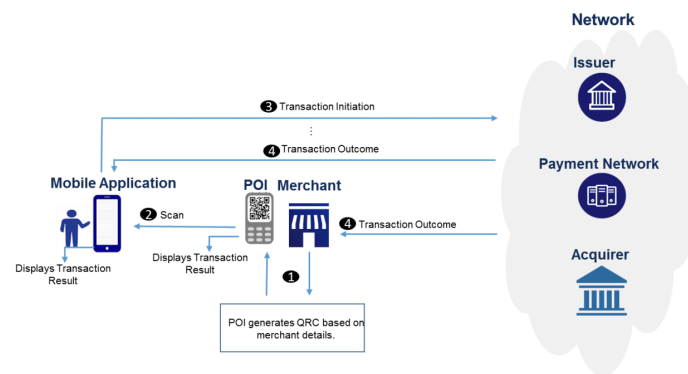


FIGURA 6: QR VENDEDOR

2. **Consumer-Presented Mode:** requiere que el vendedor lea un código QR estático o dinámico del cliente para iniciar la transacción. En esta modalidad existen alternativas donde el cliente puede no estar conectado a internet en ese momento y la transacción puede realizarse igualmente.

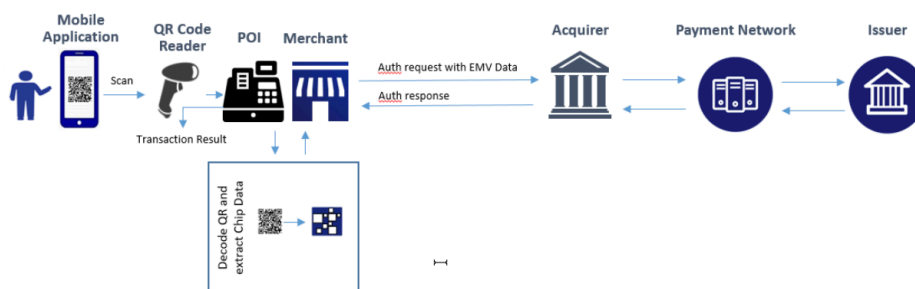


FIGURA 7: QR COMPRADOR

La flexibilidad de los códigos QR combinados en cada uno de los formatos y modalidades mencionadas anteriormente, permite generar distintas experiencias tanto para el comprador como para el vendedor. Esto hace que, según el caso de uso a cubrir, una combinación sea la ideal o recomendada como se muestra en la siguiente tabla.

	Merchant Presented Mode		Consumer Presented Mode	
Formato del QR	Estático	Dinámico	Estático	Dinámico
Presentación del QR	Calcomanía	Sticker + Software Pantalla Vendedor	Pantalla Cliente	
Ingreso de valor a pagar	Cliente	Vendedor		
Conectividad Cliente	Necesaria		Opcional	
Conectividad Vendedor	Opcional		Necesaria	
Tipo de comercio	Chico	Mediano/Grande. Sofisticado.		
Ventajas	- Bajo costo	- Velocidad. - Seguridad.	- Velocidad	- Velocidad. - Seguridad.
Desventajas	- Riesgo de error en el monto de la transacción.	- Requiere integración en los puntos de venta.	- Requiere hardware para cobrar.	- Requiere hardware para cobrar.

**FIGURA 8: COMPARATIVA DE CÓDIGOS QR**

Por último, los códigos QR puede ser diseñados sobre dos especificaciones posibles:

1. **Propietaria:** definido por quien desarrolla la red QR.
2. **Estandarizada:** permite que un código QR sea compartido por varios participantes.  
Por ejemplo, la especificación EMVCo.

De esta forma es posible conocer las especificaciones técnicas del código QR y lograr la interoperabilidad de los sistemas de pago.

## INTEROPERABILIDAD DE CÓDIGOS QR

Existen múltiples iniciativas de pagos con códigos QR en el mundo que se encuentran en distintas fases de desarrollo y madurez. En general, todas siguen una evolución similar, comenzando como un esquema doméstico, cerrado y propietario para luego consolidarse como sistemas interoperables. Esto se debe a que los códigos QR no son inherentemente interoperables. Por ejemplo, India logró una estandarización mientras que China aun está trabajando en lograrlo.

Para lograr pagos con códigos QR interoperables existen dos maneras:

1. **Especificaciones de códigos QR estandarizadas:** como el estándar EMVCo que establece en que formato debe estar toda la información contenida en el QR. Esto permite que distintas aplicaciones puedan acceder a los datos necesarios para realizar una transacción.
2. **Integraciones vía API:** son códigos QR propietarios que se decodifican vía API en el back-end de las aplicaciones. De esta forma un QR puede ser interpretado por distintas plataformas intercambiando información por API.

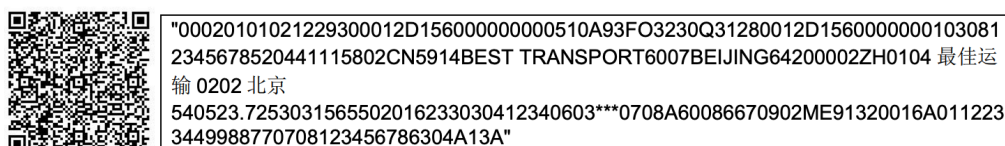


FIGURA 9: EJEMPLO DE QR EMVCO

## CAPÍTULO 2 – PAGOS DIGITALES EN LATAM

### SITUACIÓN EN LATAM

Durante la última década, Latinoamérica vivió una gran transformación en los sistemas de pagos, principalmente en lo referido a pagos digitales. Dentro de los distintos países podemos encontrar particularidades, pero en general se observa un mayor uso de tarjetas de crédito, débito y prepaga, el desuso de los cheques y el crecimiento de pagos inmediatos con dispositivos móviles. Además, el surgimiento de múltiples empresas Fintech está potenciando nuevas formas de pago y las grandes compañías tecnológicas comenzaron a integrar servicios de pagos en sus plataformas sociales o de E-commerce.

A pesar del progreso en la inclusión financiera, la región se encuentra lejos de dejar de utilizar el efectivo. Esto se debe principalmente a: los hábitos culturales, altos niveles de informalidad y un gran porcentaje de la población que se encuentra no bancarizada lo que dificulta el acceso a los servicios financieros.

Actualmente, los esfuerzos por lograr avances en la digitalización de pagos se encuentran en dos tecnologías que se destacan: los pagos con **códigos QR** y los pagos **NFC**. Por otro lado, en algunos países de la región se están desarrollando iniciativas de **Open Banking** que seguramente impacte en el ecosistema bancario actual.

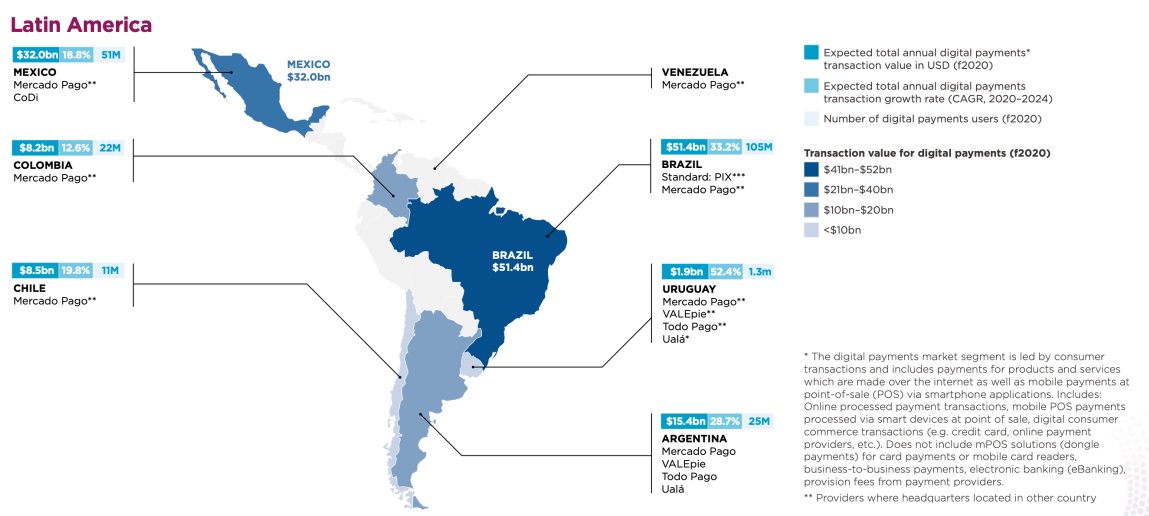


FIGURA 10: SITUACIÓN DE LOS PAGOS DIGITALES EN LATAM

## PAGOS CON CÓDIGOS QR

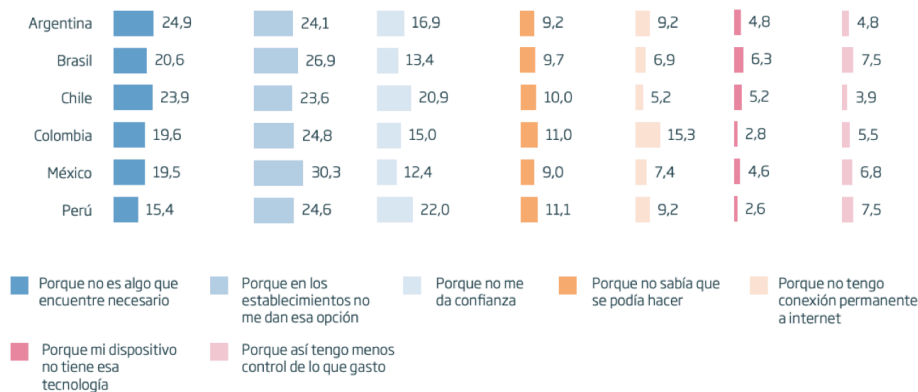
Latinoamérica se caracteriza por establecer un modelo de multiplicidad de sistemas donde conviven, principalmente, el pago con QR (estático o dinámico) y el pago in app (a través de aplicaciones realizando el pago directamente desde la App sin pasar por caja). Brasil y Colombia (junto con Portugal en Europa), se convierten en paradigmas del multisistema. Tanto los pagos con NFC, QR estático, QR dinámico como pago in app son utilizados por entre un 30% y un 55% de la población ABI, sin poder establecerse un sistema principal o dominante para pago móvil con Smartphone o Smartwatch<sup>16</sup>.

Tarjetas	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	México	Perú
Pago in-App	39,7%	36,7%	61,0%	49,2%	54,0%	60,3%
A través de un código QR o un código de barras que se genera en mi móvil y lo enseño en el establecimiento	44,8%	41,7%	26,8%	39,7%	44,0%	37,9%
Leyendo con mi móvil un código QR que hay en el establecimiento	54,3%	40,0%	14,6%	34,9%	20,0%	36,2%
Acercando el móvil al TPV como si fuera una tarjeta (NFC)	18,1%	45,0%	26,8%	36,5%	28,0%	25,9%

**FIGURA 11: FORMAS DE PAGO UTILIZADAS CON DISPOSITIVO MÓVILE EN COMERCIOS FÍSICOS**

Desde el punto de vista de los consumidores, la mayor barrera para utilizar este tipo de medio de pago se fundamenta en el hecho de que los establecimientos comerciales no lo están proporcionando como una opción.

<sup>16</sup> Minsait Payments. (2020). Informe tendencias en medios de pago.  
[https://mediosdepago.minsait.com/sites/default/files/PDFs/minsait\\_mediospago2020.pdf](https://mediosdepago.minsait.com/sites/default/files/PDFs/minsait_mediospago2020.pdf)



**FIGURA 12: BARRERAS AL USO DE DISPOSITIVOS MÓVILES COMO MEDIO DE PAGO EN COMERCIOS FÍSICOS**

## INTEROPERABILIDAD QR

Interoperabilidad es la compatibilidad técnica o legal que posibilita que los mecanismos o sistemas de pago sean utilizados en conjunto con otros mecanismos o sistemas. Esto permite que múltiples participantes en diferentes sistemas realicen pagos o transacciones financieras entre ellos de forma transparente. Sin embargo, el surgimiento de una gran cantidad de billeteras digitales generó múltiples sistemas cerrados que no se comunican entre si.

En Latinoamérica los distintos bancos centrales y autoridades públicas han lanzado iniciativas importantes para mejorar los sistemas de pagos nacionales que se complementan con nuevos desarrollos impulsados por el sector privado. Una de las iniciativas mas importantes es la interoperabilidad.

En la región una de las alternativas de pagos digitales que se presenta como una de las principales son los pagos con códigos QR. Dentro de esta forma de pago es posible destacar como los gobiernos de la región están creando regulaciones para lograr una modalidad abierta que favorezca la inclusión financiera:

- Transferencias 3.0 (Argentina):** que habilita a la interoperabilidad de todas las cuentas bancarias y de billeteras virtuales. Además, es una modalidad inmediata, económica (elimina los gastos del manejo de efectivo para los comercios), competitiva (las comisiones a los comercios tendrán un tope de 8 por mil y flexible (permite operar tarjetas, QR, DNI, solicitudes de pago, biometría)

- **PIX (Brasil):** es un medio de pago instantáneo creado por el Banco Central de Brasil que permite transferencias en pocos segundos en cualquier momento del día. Puede ser utilizado con una cuenta corriente, de ahorros o prepaga.
- **CODI (México):** es una plataforma desarrollada por Banco de México para facilitar las transacciones de pago y cobro a través de transferencias electrónicas, de forma rápida, segura y eficiente, a través de teléfonos móviles en un esquema 24x7 y sin costo. Utiliza la tecnología de los códigos QR y NFC, para facilitar que tanto comercios como usuarios, puedan realizar transacciones sin dinero en efectivo.



## NFC

Mundialmente las transacciones de tarjeta presente están evolucionando a un entorno sin contacto. Por ejemplo, Apple Pay representa el 90% de los pagos con dispositivos móviles en EEUU. En Latinoamérica, este tipo de pagos está comenzando a crecer. Los emisores de tarjetas lanzaron tarjetas sin contacto y algunos bancos desarrollaron billeteras virtuales contactless. Con respecto a la aceptación, sigue siendo baja la penetración de terminales POS, que principalmente se encuentran en los establecimientos grandes, pero no en los pequeños comercios de barrio. En Brasil, el país más avanzado en Latinoamérica en aceptación de tarjetas, hay 2.438 POS cada 100.000 personas (comparado con los 4.238 POS cada 100.000 personas en Estados Unidos). En Colombia y México, este número solo llega a 500 y 681 respectivamente<sup>17</sup>.

En la región se destacan los siguientes avances:

- **Chile:** múltiples bancos lanzaron Google Pay.
- **Brasil:** los pagos contactless crecieron 5 veces en el último año<sup>18</sup>. Además, Mercado Pago lanzó en conjunto con Visa la posibilidad de pagar con NFC utilizando el celular<sup>19</sup>.
- **Peru:** Visa lanzó Tap to Phone. Tap to Phone transforma teléfonos inteligentes o tabletas Android en terminales de punto de venta basados en software (softPOS) sin contacto, que no requieren hardware adicional.

---

<sup>17</sup> Americas Market Intelligence. (2018). The state of contactless payments in Latin America. [https://ics.fra1.digitaloceanspaces.com/ic/media/documents/AMI\\_The\\_state\\_of\\_contactless\\_payments\\_in\\_Latin\\_America\\_10.pdf](https://ics.fra1.digitaloceanspaces.com/ic/media/documents/AMI_The_state_of_contactless_payments_in_Latin_America_10.pdf)

<sup>18</sup> Contactless payments grew 5 times in Brazil over one year. LABS News. <https://labsnews.com/en/news/payments/contactless-payments-grew-5-times-in-brazil-over-one-year/>

<sup>19</sup> Mercado Pago faz acordo com Visa para estimular hábitos digitais. Exame Invest. <https://exame.com/invest/mercado-pago-faz-acordo-com-visa-para-estimular-habitos-digitais/>

## OPEN BANKING

Open Banking es una tendencia que está ganando protagonismo en Latinoamérica. Consiste en adoptar marcos de trabajo de datos compartidos. Las reglas que forman parte de esta iniciativa tienen como objetivo aumentar la competencia en el ecosistema de pagos, permitiendo que las personas puedan elegir más fácilmente a su proveedor de servicios financieros, además de facilitar el cambio entre ellos.

En la región cada país va a su propio ritmo. Mientras Chile y Colombia se encuentran trabajando en las normas de banca abierta, otros países como Argentina y Perú aún carecen de planes para regulaciones en este sentido. Los mayores progresos se encuentran en México y Brasil, donde la regulación está avanzando para que los datos que los usuarios autorizan puedan estar disponibles para nuevos participantes.

### OPEN BANKING: MÉXICO

México fue el primer país en la región que desarrollo una normativa en torno al intercambio de datos financieros con la Ley Fintech del 2018. Más detalles del régimen fueron establecidos por una segunda regulación en marzo de 2020, instaurando estándares técnicos y de seguridad para las APIs. Luego de pruebas piloto en 2020, se esperan nuevas regulaciones con respecto a los datos de las transacciones de los usuarios en 2021.

Dentro de la Ley Fintech, las especificaciones de Open Banking son una parte menor. El principal foco es regular el gran crecimiento de servicios de recaudación de fondos, prestamos entre personas, las billeteras electrónicas y los proveedores de criptomonedas que operaban en un área gris.

Por último, el Open Banking mexicano obligará a las instituciones de tecnología financiera y a las Fintechs a compartir sus datos a través de las APIs. De esta manera, los bancos también podrán utilizar sus datos, lo que implica un flujo bidireccional. México es el único país del mundo que establece este intercambio de información entre los Fintechs y los bancos.

## OPEN BANKING: BRASIL

En abril de 2019, el Banco Central de Brasil emitió un comunicado a alto nivel que estableció los principales elementos del régimen de Open Banking para el país. Luego en mayo de 2020, la misma entidad emitió una resolución para implementar la norma después de varios meses de consultas públicas e intercambios con las principales entidades de la industria.

De esta manera, se encuentra en marcha la Fase 1 que incluye liberar la información sobre canales de atención al cliente y servicios y productos financieros tradicionales. Durante 2021 se espera que avance en Fase 2 (información del cliente), Fase 3 (información transaccional) y Fase 4 (información extra).

El racional de la regulación es incrementar la eficiencia en el mercado de créditos y pagos de Brasil, promoviendo un ambiente de negocios más inclusivo y competitivo mientras se preserva la seguridad del sistema financiero y la protección de los consumidores<sup>20</sup>.

Open Banking es una de varias regulaciones recientes en Brasil que tienen como objetivo promover la competencia en el sector financiero, incluyendo las siguientes<sup>21</sup>:

- Regulaciones para los préstamos entre personas y plataformas de prestamos.
- Requerimientos más simples para pequeñas empresas con un ámbito acotado de productos y baja complejidad.
- Establecimiento de un esquema de pagos instantáneos (PIX).
- Regulaciones para facilitar el crédito comercial basado en las cuentas por cobrar de los comerciantes (sin necesidad de estar vinculado a un banco en particular).

---

<sup>20</sup> Comunicado DC/BACEN No. 33455 of 24 April 2019: [https://www.normasbrasil.com.br/norma/comunicado-33455-2019\\_376986.html](https://www.normasbrasil.com.br/norma/comunicado-33455-2019_376986.html)

<sup>21</sup> CGAP. (2020, October). Open Banking: How to Design for Financial Inclusion. [https://www.cgap.org/sites/default/files/publications/2020\\_10\\_Working\\_Paper\\_Open\\_Banking.pdf](https://www.cgap.org/sites/default/files/publications/2020_10_Working_Paper_Open_Banking.pdf)

## CAPÍTULO 3 – COVID-19

### INCLUSIÓN FINANCIERA PRE-PANDEMIA

La última medición del Índice de Inclusión Financiera del Banco Mundial (Findex) realizada en 2017, establece que 1.7 mil millones de personas en el mundo no están bancarizadas y por lo tanto se encuentran excluidas financieramente. Al mismo tiempo, este número es desproporcionadamente alto entre las mujeres, dado que el 56% de todos los adultos no bancarizados son mujeres. Algo similar sucede con la población rural y desempleados o informalmente empleados<sup>22</sup>.

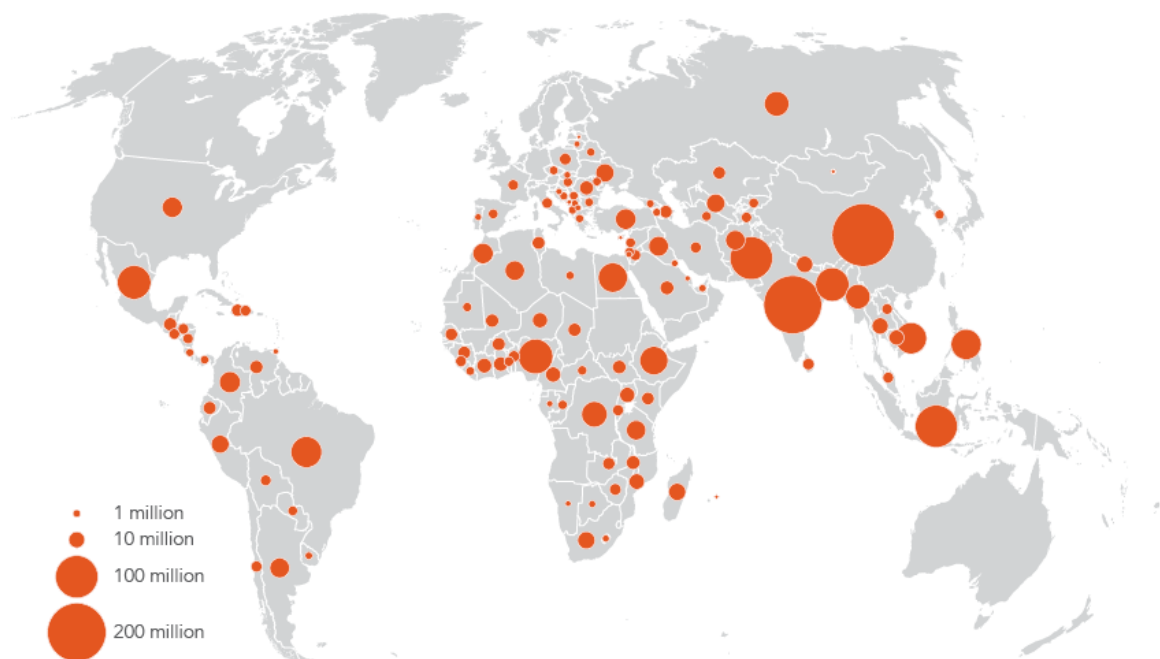
En Latinoamérica estos números son incluso un mayor desafío: en promedio solo el 55% de los adultos tienen una cuenta en una institución financiera, lo que es equivalente a 207 millones de personas. Dado este número, no es extraño que los pagos en efectivo sean el principal método de pago, representando un 81% de las transacciones en mercado minorista. Incluso la población que recibe su salario en una cuenta bancaria, en cuanto recibe su sueldo lo retira en efectivo.

---

<sup>22</sup> World Bank Group. (2017). The Global Findex database.  
<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29510/211259ov.pdf>

## Globally, 1.7 billion adults lack an account

Adults without an account, 2017



Source: Global Findex database.

Note: Data are not displayed for economies where the share of adults without an account is 5 percent or less.

FIGURA 13: FINDEX

La clave para el crecimiento de la inclusión financiera y la disminución del uso de dinero en efectivo es la creciente inclusión digital en la región. Es decir, el acceso a dispositivos digitales, conexiones de internet estables a un buen precio y capacitaciones en alfabetización digital en conjunto con soporte técnico. Esta tendencia se encuentra en auge y la penetración de internet y Smartphone se encuentra cerca del 70% y creciendo rápidamente<sup>23</sup>.

---

<sup>23</sup> GSMA. (2019). The Mobile Economy: Latin America.

<https://www.gsma.com/latinamerica/wp-content/uploads/2020/02/Mobile-Economy-Latin-America-2019-English-Full-Report.pdf>

## IMPACTO COVID-19 EN DIGITALIZACIÓN DE PAGOS

La pandemia global COVID-19 tuvo un impacto significativo en nuestras vidas. La población mundial adoptó medidas sin precedentes para combatir el contagio, como el distanciamiento social y el uso de mascararas en público. Además de las trágicas pérdidas de vidas causadas por la enfermedad, los cierres de emergencia que se implementaron para controlar la propagación del virus, han puesto en peligro nuestro sentido de comunidad, nuestra libertad y forma de vida.

En marzo de 2020, los distintos países comenzaron a establecer cierres de emergencia debido a que el virus COVID-19 se extendía mundialmente. Algunos establecieron cierres de emergencia estrictos (como es el caso de Argentina y Perú), mientras otros delegaron estas medidas a los distintos estados (México y Brasil). Los trabajadores de oficina pasaron a trabajar desde los hogares, pero para los trabajadores minoristas, los proveedores de servicios y de la economía informal perdieron sus ingresos de un día para el otro.

Los gobiernos de Latinoamérica respondieron con **ayudas económicas** para las familias de bajos ingresos y esto fue realizado por medio de canales digitales a una población que no utilizaba servicios financieros digitales. El establecimiento de cuarentenas obligó a millones de consumidores a **adoptar comportamientos digitales** por primera vez, incluyendo el comercio electrónico y la educación online, generando mayor interés en las herramientas financieras digitales. La pandemia representa una oportunidad sin precedentes para transformar el estado de las finanzas digitales en Latinoamérica, dándole una nueva entidad y poder a los ciudadanos más vulnerables de la región.

La reducción de la actividad económica en la región se proyecta que causará un 8.5% de disminución del PBI. De acuerdo a estimaciones la región no volverá a los niveles pre COVID-19 al menos hasta el segundo trimestre de 2023.

## AYUDAS GUBERNAMENTALES

Durante la pandemia COVID-19, muchos gobiernos y ONG recurrieron a proveedores de pagos digitales para distribuir ayudas salariales y pagos de emergencia de forma rápida y eficiente. De acuerdo con el Banco Mundial<sup>24</sup>: Ochenta y cuatro países han informado de cambios en sus sistemas de protección social en respuesta a la pandemia; Cincuenta y ocho países de ellos están ampliando los esquemas de transferencias de efectivo. En muchos países emergentes, la escala de estos pagos no tiene precedentes. Por ejemplo, en Argentina, los nuevos programas cubren un tercio de su población.

El informe de GSMA “State of the Industry Report on Mobile Money 2021” detalla que, durante el pico de la primera ola de COVID-19 a inicios del año 2020, el número de cuentas únicas que recibieron pagos de gobiernos (conocido como government-to-person o G2P) fue más que cuadruplicado.

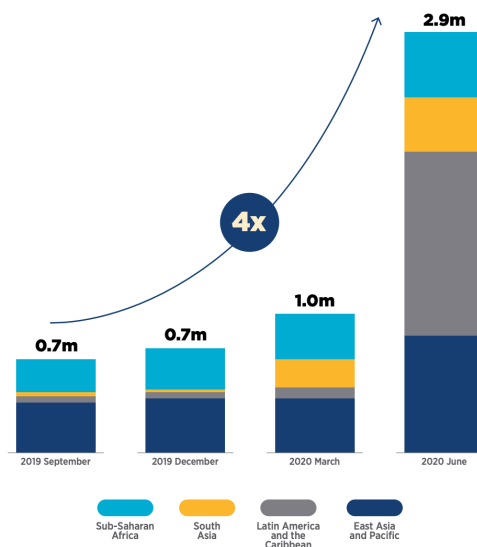


FIGURA 14: RECEPTORES ÚNICOS DE G2P

<sup>24</sup> <https://blogs.worldbank.org/voices/responding-crisis-digital-payments-social-protection-short-term-measures-long-term-benefits>

El gobierno de Brasil creó un programa de ayuda gubernamental al cual llamó “Auxílio Emergencial” o “coronavoucher”. Estaba destinado a trabajadores informales de bajos ingresos, microemprendedores individuales, autónomos y desempleados. Tanto la solicitud como el cobro del subsidio se realizó por el banco estatal Caixa Economica Federal a través de una aplicación exclusiva.

Con la aplicación es posible consultar saldos, extractos, hacer pagos a cuentas, transferencias y compras por internet con una tarjeta débito virtual que se genera en la aplicación. También permite pagar compras en comercios utilizando el código QR generado por el POS del establecimiento comercial<sup>25</sup>.



FIGURA 15: APP CAIXA

---

<sup>25</sup> <https://www.caixa.gov.br/atendimento/aplicativos/caixatem/Paginas/default.aspx>



Aproximadamente 66 millones de personas (30% de la población), recibieron esta ayuda de 600 reales por mes, transformándolo en el programa social más ambicioso de Brasil. Como consecuencia, según datos de la Fundación Getulio Vargas, la población que vive con menos de \$1.9 por día cayó al 3.3% en junio de 2020 versus el 8% del año anterior y aquellos viviendo debajo de la línea de pobreza fueron 21.7% comparado con 25.6%<sup>26</sup>.

Sin embargo, muchos beneficiarios del programa transfirieron los fondos a otra cuenta que les permitiera retirar todo el balance en efectivo. A pesar de que el banco publicó videos explicativos y habilitó líneas de asistencia, las personas retiraban el dinero por desconfianza del banco o por temor a que el gobierno pudiera retirarles el dinero.

Además, existieron otros programas a nivel estatal en Brasil, como “Merenda em Casa” o “Programa Auxilio Uniforme Escolar” que utilizaron la tecnología de fintechs para realizar su distribución.

El tiempo que los brasileros pasaron en aplicativos de servicios financieros creció un 45% en 2020, por encima de la media mundial. Esto fue impulsado principalmente por los aplicativos relacionados con el auxilio de emergencia como “Caixa Tem” y “Caixa Auxilio Emergencial”. También las fintechs Nubank y Banco Inter aparecen entre las cinco apps financieras con mayor crecimiento en Brasil<sup>27</sup>.

De forma similar, en Colombia, el gobierno lanzó el programa “Ingreso Solidario” que ayudó a más de tres millones de familias, lo cual representa al 19% de la población. El programa enviaba los fondos directamente a cuentas bancarias o utilizaba billeteras digitales como Daviplata, Nequi y Movii para los no bancarizados.

En Argentina, el gobierno estableció el Ingreso Familiar de Emergencia (IFE), que se pagaba en cuentas bancarias o permitía retirarlo en oficinas de correo o cajeros automáticos. Luego

---

<sup>26</sup> <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-09-02/brazil-hands-out-so-much-covid-cash-that-poverty-nears-a-new-low>

<sup>27</sup> <https://www.cnnbrasil.com.br/business/2021/03/15/impulsionados-pelo-auxilio-emergencial-uso-de-apps-financeiros-dispara-no-pais>

el programa fue restringido a cuentas bancarias solamente y 3 millones de personas no bancarizadas abrieron sus cuentas.

En total, los programas sociales relacionados con COVID-19 alcanzaron a más de 40 millones de personas en Brasil, Colombia y Argentina.

## IMPACTOS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Antes de la pandemia, las compras online crecían al 4.5% anual globalmente. Sin embargo, las empresas que pudieron adaptarse a la tendencia creciente del comercio a través de plataformas digitales prosperaron, mientras que los minoristas tradicionales con estrategias débiles decrecieron o desaparecieron.

Las plataformas de comercio electrónico cumplen un rol importante en la inclusión financiera permitiendo mejorar el acceso a las finanzas tanto a las empresas como a los consumidores. La información de los pagos y transacciones hace posible la construcción de modelos de evaluación crediticia sobre personas no bancarizadas o poco bancarizadas. De esta forma es posible comenzar a extender créditos y otros servicios financieros a vendedores y consumidores que de otra manera no podrían acceder.

Durante las cuarentenas impuestas por los gobiernos para contener el avance del COVID-19, el comercio electrónico jugó un rol esencial. Mientras el comercio minorista se veía fuertemente afectado por las restricciones de movilidad, el comercio electrónico tomó una gran importancia ayudando a los consumidores a adquirir bienes básicos y servicios utilizando medios de pago digitales. Las ventas online dejaron de ser una opción y pasaron a ser una necesidad para los comercios. En este aspecto, la crisis de COVID-19 causó cambios estructurales en la demanda del comercio digital que posiblemente se mantenga en los próximos años. Por ejemplo, Mercado Libre, registró un crecimiento del 100% año a año en la demanda de productos esenciales y de farmacia en las primeras semanas después del inicio de la crisis<sup>28</sup>.

Muchas de las plataformas de comercio electrónico registraron un incremento en la cantidad de usuarios nuevos desde que comenzó la pandemia, resultando en una expansión de la base de usuarios que hacen compras online. Sin embargo, gran parte de las personas de bajos recursos siguen fuera de estas plataformas, ya sea por los pocos conocimientos del mundo

---

<sup>28</sup> World Bank Group. (2020, December). Embedding Digital Finance in e-Commerce Platforms during the COVID-19 Pandemic. <http://documents1.worldbank.org/curated/en/819411608643348469/pdf/Embedding-Digital-Finance-in-e-Commerce-Platforms-during-the-COVID-19-Pandemic.pdf>

digital, los altos costos para acceder a servicios o los bajos niveles de inclusión financiera. Trabajar sobre estas barreras debe ser priorizado para que las economías digitales sean más inclusivas, tanto para las pequeñas compañías como para los hogares de bajos ingresos.

#### PEQUEÑOS Y MEDIANOS VENDEDORES

Las plataformas también vieron un gran incremento en la participación de micro, pequeñas y medianas empresas durante la pandemia. Se registró un gran crecimiento de este tipo de comercio en la venta de productos esenciales, tanto con nuevas registraciones como con una mayor participación en el segmento de aquellos que ya operaban. Para facilitar la transición del comercio offline al omnicanal, MercadoLibre redujo los cargos por publicar. Esto también ayudó a aumentar la oferta y variedad en las plataformas. De acuerdo a la Asociación Brasileira de Comercio Electrónico, más de 80.000 comercios comenzaron a vender online entre marzo y abril de 2020 a través de múltiples plataformas<sup>29</sup>.

Aun no está claro si este tipo de comercios va a tener la capacidad y los recursos para integrar completamente las ventas online como parte de su estrategia de crecimiento, pero seguramente esto implicó un cambio de estrategia que perdurará.

---

<sup>29</sup> Crescimento do E-commerce e o Coronavirus. <https://abcomm.org/noticias/ecommerce-coronavirus/>

## CAMBIOS EN LAS POLÍTICAS DE KYC

Desde el inicio de la pandemia COVID-19, personas de todo el mundo no han podido llevar a cabo sus asuntos en persona debido a las restricciones de movimiento impuestas. Como respuesta, los gobiernos y la industria de los teléfonos móviles implementaron en conjunto políticas y cambios regulatorios que faciliten un mayor acceso a los servicios financieros digitales y minimice la necesidad de interacciones cara a cara. Por ejemplo, para los procesos de creación y configuración de cuenta.

Uno de estos cambios fue disminuir los requerimientos de “Conozca a su cliente”, más conocido como KYC (del inglés “Know Your Customer”). Para acceder a servicios de dinero digital, normalmente se requería una prueba de identidad y una verificación cara a cara de los documentos de identidad. Los requerimientos de KYC, frecuentemente actúan como una barrera para la población vulnerable o de la base de la pirámide que no cuenta con la identificación oficial requerida.

Poder acceder a billeteras móviles, implica para millones de personas su único camino a la inclusión financiera y la manera de recibir beneficios de protección social.

Dada la rápida flexibilización de KYC y las políticas relacionadas, la colaboración del sector público y privado y la transformación digital producida durante la pandemia COVID-19, es probable que surjan nuevas oportunidades relacionadas a esto como:

- **Digitalización:** para acelerar iniciativas digitales como el acceso y configuración de cuenta remoto.
- **E-commerce:** para diseñar nuevos servicios móviles vinculados con identificaciones digitales para todos los segmentos de clientes.
- **Campañas:** para construir confianza, alfabetización digital y aumentar el conocimiento de los servicios móviles.
- **Regulaciones:** para que la flexibilización de KYC sea a largo plazo y la creación de políticas de protección e intercambio de datos.
- **Interoperabilidad:** para construir un resiliente y escalable infraestructura de intercambio de datos.

Junto con los cambios en las políticas de KYC surgen nuevos desafíos, principalmente por los riesgos en torno a la seguridad y como atacarlos. Por ejemplo, hay personas que intentan abrir cuentas simulando ser alguien más. Esto fuerza la aplicación de restricciones en las registraciones de nuevos usuarios para disminuir los riesgos. Pero, al mismo tiempo, genera un impacto negativo en la experiencia del cliente y aumenta las fricciones en el proceso de registración.

Las políticas de flexibilización de KYC implementadas durante la pandemia, van a necesitar adoptar un enfoque basado en el riesgo. De esta forma buscar balancear la inclusión digital y financiera con la seguridad necesaria para prevenir fraudes de identidad y la protección de los datos.

## LOGRAR QUE LA INCLUSIÓN FINANCIERA PERDURE

Como se detalló anteriormente, la pandemia aceleró tendencias en torno a los hábitos financieros de la población. Las aplicaciones de servicios financieros móviles captaron nuevos usuarios que estaban interesados en dichas plataformas, ya sea por obligación, necesidad o por encontrarse más dispuestos a utilizarlas.

En Latinoamérica, por el impulso de los programas de beneficios sociales y las nuevas soluciones financieras con barreras de ingreso más bajas, más de 40 millones de personas pasaron a ser bancarizados.

Muchos de estos consumidores están probando bancos digitales o conociendo la plataforma online de los bancos tradicionales. Para evitar que vuelvan a la situación de exclusión financiera después de la pandemia es necesario que las aplicaciones financieras continúen focalizando en los siguientes puntos:

- **Accesibilidad:** remover las barreras que impiden el acceso a los servicios financieros por parte de los no bancarizados o sub bancarizados. En este sentido, es importante ofrecer un proceso de creación de cuenta remoto y desde teléfonos celulares.
- **Experiencia del usuario:** proveer funcionalidades de forma sencilla e intuitiva en aplicaciones móviles. Además, ofrecer el conjunto completo de productos financieros (ahorros, créditos, inversiones, etc.). Si el usuario tiene una mala experiencia o el producto no es completo, seguramente deje de utilizarlo.
- **Atención al cliente:** proveer constante ayuda a los clientes en el descubrimiento y uso de los servicios financieros.

A futuro, en un contexto post pandemia, es esencial pensar en mantener las mejoras logradas y tener estrategias de retención de los usuarios que ahora se encuentran incluidos o parcialmente incluidos dentro del sistema financiero. Esto asegurará que las nuevas tendencias se establezcan, permanezca y, de esta forma, la inclusión financiera siga creciendo y potenciándose.

Para lograr convertir a los nuevos usuarios en usuarios completamente incluidos financieramente, se debe trabajar con un enfoque “customer-centric”, en lugar de “product-centric”.

La orientación al cliente consiste en proveer soluciones basadas en un profundo entendimiento de las necesidades, preferencias y comportamientos de los clientes. Es un concepto en el que la mayoría de las organizaciones adhiere. Sin embargo, es necesario más que solo buenas intenciones para aplicarlo. Para efectivamente poner las necesidades y aspiraciones de los clientes en el centro de las estrategias y procesos de decisión, hace falta que los proveedores de servicios financieros vuelvan a idear sus operaciones y modelos mentales.



## CONCLUSIONES

A lo largo del presente trabajo se profundizó en como la inclusión financiera tiene el potencial de cambiar la vida de las personas. Principalmente de los millones de personas que son parte del segmento de la base de la pirámide, las cuales viven en un ciclo continuo de exclusión del que es muy difícil salir.

En este sentido, los pagos digitales son el punto de acceso más común y sencillo a la inclusión financiera. Esto se debe a que, además de ser una modalidad de pago conveniente, ayudan a difundir el uso de los servicios financieros digitales rápidamente. Durante los últimos años, se volvieron más relevantes por el desarrollo tecnológico y el crecimiento del uso de teléfonos celulares. A su vez, el aumento de la competencia por ofrecer estos servicios impulsa la innovación y acelera la creación de servicios financieros digitales enfocados en la población de bajos ingresos.

Dentro de los pagos digitales, una de las iniciativas de mayor importancia e impacto, es la interoperabilidad de los sistemas de pagos. Es decir, permitir que los clientes puedan realizar transacciones con cualquier otro cliente, ya sea que usen el mismo proveedor de servicios o no. Teniendo esto en cuenta se detallaron las distintas formas de lograrlo dentro de los pagos con códigos QR que son los de mayor crecimiento en la región.

Para la realización del trabajo se tuvieron en cuenta estudios a nivel mundial de inclusión financiera e informes realizados por organismos reconocidos como la GSMA. Además, se analizaron fuentes específicas de Latinoamérica, a partir de lo cual se profundizó en las tendencias en el contexto de la región.

Las principales iniciativas desarrolladas y divulgadas en Latinoamérica son los pagos con códigos QR, con NFC y las normativas de Open Banking. Es importante no solo el desarrollo de modalidades que sirvan a la población de la base de la pirámide, sino también al segmento que sirve a esta población. Por lo cual se incluyó un detalle de las normativas y regulaciones gubernamentales más destacadas.

Se analizó el impacto de la actual pandemia COVID-19 que está cambiando la vida de la población mundial y obligó a millones de consumidores a adoptar comportamientos digitales.

Esto impactó no solo en herramientas financieras digitales, sino también en el mundo del comercio físico y electrónico.

La digitalización de las ayudas gubernamentales es uno de los usos que se vio impulsado por la pandemia. Durante los aislamientos impuestos para prevenir contagio, fue necesario que los gobiernos ayuden a la población y, por el mismo contexto, las ayudas debieron ser abonadas de forma digital.

De esta manera una gran parte de la población de la base de la pirámide tuvo su primera interacción con proveedores de servicios financieros digitales. Sin embargo, esto no es todo. El gran desafío es lograr que la inclusión financiera permanezca. Es decir, evitar que post pandemia la población vuelva a estar excluida voluntaria o involuntariamente. Por eso es importante que las iniciativas de servicios financieros tengan una visión customer-centric y provean soluciones basadas en un profundo entendimiento de las necesidades, preferencias y comportamientos de los clientes.

Los próximos años seguramente serán una oportunidad única para el desarrollo de la inclusión financiera y los pagos digitales. Esta oportunidad de generar una mayor inclusión en la población de la base de la pirámide no debe ser desaprovechada. Los gobiernos tienen la obligación de generar las condiciones para el desarrollo de los servicios financieros, buscar potenciar su utilización y establecer las normas de interoperabilidad entre los servicios financieros.

## BIBLIOGRAFÍA

Allen, F., Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., & Martinez Peria, M. (2012, diciembre). *The Foundations of Financial Inclusion Understanding Ownership and Use of Formal Accounts*. The World Bank.  
<http://documents1.worldbank.org/curated/en/348241468329061640/pdf/wps6290.pdf>

Americas Market Intelligence. (2018). *The state of contactless payments in Latin America*.  
[https://ics.fra1.digitaloceanspaces.com/ic/media/documents/AMI\\_The\\_state\\_of\\_contactless\\_payments\\_in\\_Latin\\_America\\_10.pdf](https://ics.fra1.digitaloceanspaces.com/ic/media/documents/AMI_The_state_of_contactless_payments_in_Latin_America_10.pdf)

Americas Market Intelligence. (2020, octubre). *The acceleration of financial inclusion during the COVID-19 pandemic: Bringing hidden opportunities to light*.  
[https://www.mastercard.com/news/media/j4lfhojr/mastercard\\_financial\\_inclusion\\_during\\_covid\\_whitepaper\\_external\\_20201012.pdf](https://www.mastercard.com/news/media/j4lfhojr/mastercard_financial_inclusion_during_covid_whitepaper_external_20201012.pdf)

Andersson-Manjang, S., & Naghavi, N. (2021). *State of the Industry Report on Mobile Money*. GSMA.  
[https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2021/03/GSMA\\_State-of-the-Industry-Report-on-Mobile-Money-2021\\_Full-report.pdf](https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2021/03/GSMA_State-of-the-Industry-Report-on-Mobile-Money-2021_Full-report.pdf)

Bastante, M. (2020, julio). *Estudio Fintech 2020 Ecosistema Argentino*.  
<https://camarafintech.com.ar/wp-content/uploads/2020/12/Estudio-Fintech-2020-Ecosistema-Argentino.pdf>

Beck, T., Demirguc-Kunt, A., & Honohan, P. (2009). *Access to Financial Services: Measurement, Impact, and Policies*.  
<http://documents1.worldbank.org/curated/en/547661468161359586/pdf/767870JRN0WBR000Box374387B00PUBLIC0.pdf>

Burritt, K., & Coetzee, G. (2016, octubre). *Customer Centricity and Financial Inclusion: Lessons from Other Industries*.  
<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/25706/110635-BRI-PUBLIC-ADD-VC-Brief-Customer-Centricity-and-Financial-Inclusion-Lessons-from-Other-Industries.pdf>

- CGAP. (2020, octubre). *Open Banking: How to Design for Financial Inclusion*.  
[https://www.cgap.org/sites/default/files/publications/2020\\_10\\_Working\\_Paper\\_Open\\_Banking.pdf](https://www.cgap.org/sites/default/files/publications/2020_10_Working_Paper_Open_Banking.pdf)
- EMVCo. (2020). *EMV QR Code Specification for Payment Systems*. <https://www.emvco.com/emv-technologies/qrcodes/>
- GSMA. (2019). *The Mobile Economy: Latin America*. <https://www.gsma.com/latinamerica/wp-content/uploads/2020/02/Mobile-Economy-Latin-America-2019-English-Full-Report.pdf>
- GSMA. (2020, agosto). *QR Code Merchant Payments*.  
<https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2020/08/QR-Code-Merchant-Payments-A-growth-opportunity-for-mobile-money-providers-incl-full-appendices.pdf>
- GSMA. (2021, marzo). *Digital Identity: Accelerating Financial Inclusion During a Crisis*.  
<https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-content/uploads/2021/03/Digital-Identity-Accelerating-Financial-Inclusion-During-a-Crisis.pdf>
- McKinsey & Company. (2020, octubre). *The 2020 McKinsey Global Payments Report*.  
<https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/financial%20services/our%20insights/accelerating%20winds%20of%20change%20in%20global%20payments/2020-mckinsey-global-payments-report-vf.pdf>
- Mendoza, R., & Thelen, N. (2008, febrero). *Innovations to Make Markets More Inclusive for the Poor*.  
[https://www.researchgate.net/profile/Ronald-Mendoza-5/publication/4989317\\_Innovations\\_to\\_Make\\_Markets\\_More\\_Inclusive\\_for\\_the\\_Poor/links/5e20211e92851cafc38747b8/Innovations-to-Make-Markets-More-Inclusive-for-the-Poor.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Ronald-Mendoza-5/publication/4989317_Innovations_to_Make_Markets_More_Inclusive_for_the_Poor/links/5e20211e92851cafc38747b8/Innovations-to-Make-Markets-More-Inclusive-for-the-Poor.pdf)
- Minsait Payments. (2020). *Informe tendencias en medios de pago*.  
[https://mediosdepago.minsait.com/sites/default/files/PDFs/minsait\\_mediospago2020.pdf](https://mediosdepago.minsait.com/sites/default/files/PDFs/minsait_mediospago2020.pdf)
- Sheth, J., & Sisodia, R. (2012). *The 4A's of Marketing Creating Value for Customers Companies and Society*. Routledge.

World Bank. (2013, noviembre). *Global Financial Development Report 2014: Financial Inclusion*.

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/16238/9780821399859.pdf>

World Bank Development Research Group, Better Than Cash Alliance, & e Bill & Melinda Gates Foundation. (2014, octubre). *The opportunities of digitizing payments*.

<http://documents1.worldbank.org/curated/en/188451468336589650/pdf/903050WP0REPLACEMENT0Box385358B00PUBLIC0.pdf>

World Bank Group. (2017). *The Global Findex database*.

<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/29510/211259ov.pdf>

World Bank Group. (2020a, abril). *Electronic Payments Acceptance Incentives*.

<http://documents1.worldbank.org/curated/en/793041588860799013/pdf/Electronic-Payments-Acceptance-Incentives-Literature-Review-and-Country-Examples.pdf>

World Bank Group. (2020b, diciembre). *Embedding Digital Finance in e-Commerce Platforms during the COVID-19 Pandemic*.

<http://documents1.worldbank.org/curated/en/819411608643348469/pdf/Embedding-Digital-Finance-in-e-Commerce-Platforms-during-the-COVID-19-Pandemic.pdf>