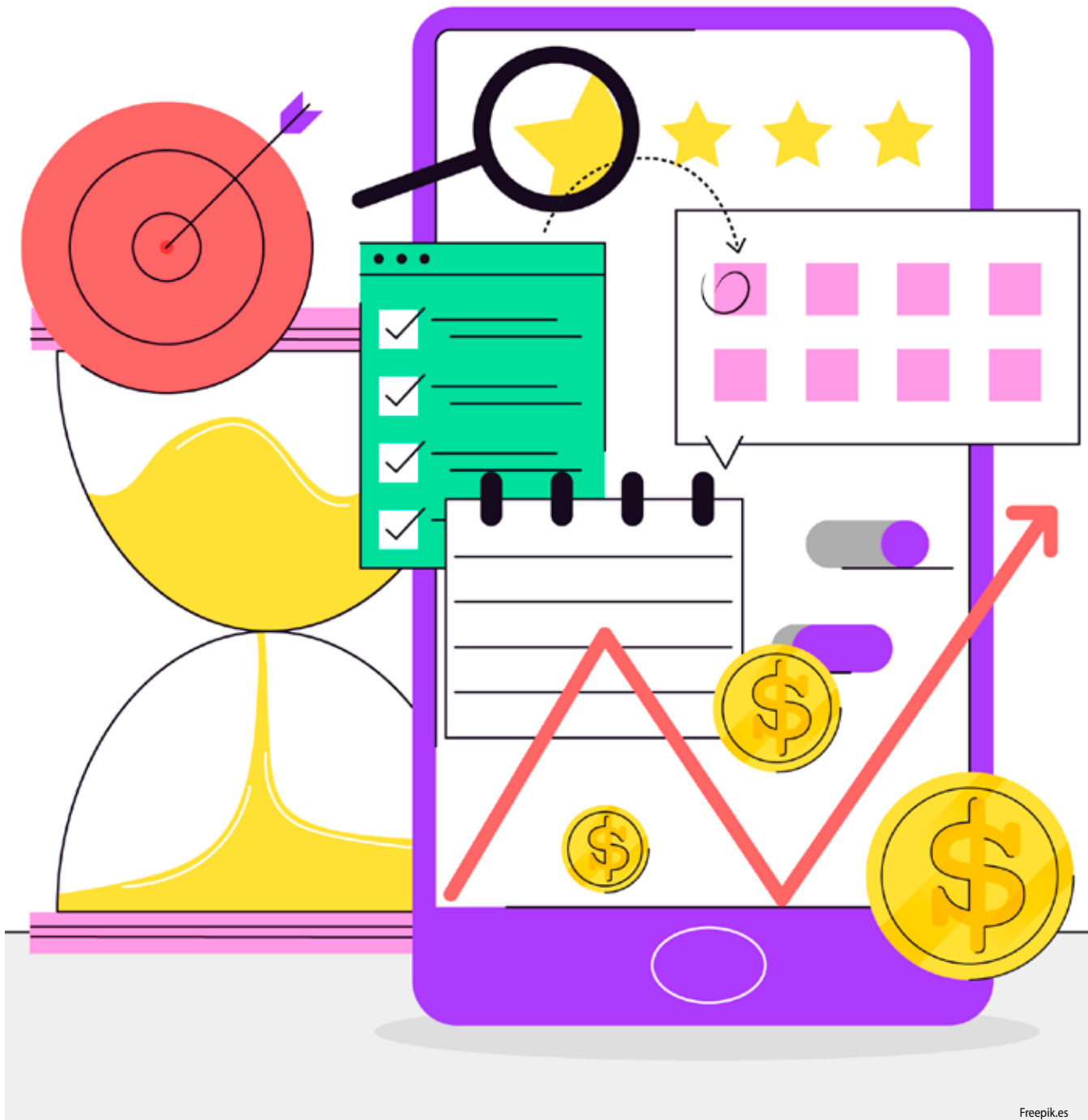


Finanzas embebidas

Un ecosistema potenciado, que pone la experiencia en el centro



Las tecnologías emergentes y los nuevos modelos de negocio están transformando el sector de los pagos y soluciones financieras e impulsan a la banca tradicional a adaptarse rápidamente. Hoy, las personas buscan una experiencia sin fricciones, agilidad y personalización, todo lo cual abre un sin fin de oportunidades –y retos– a las compañías.

El auge de las finanzas embebidas y la expansión de soluciones de pago digital, billeteras virtuales, open banking, open finance, entre otros, están reconfigurando la forma en que personas y empresas interactúan con los servicios financieros.

Por Carina Martínez

En la era digital, la demanda de experiencias de pago sin fricciones y la integración de métodos de pago en servicios omnicanal son una realidad. Acostumbrados a la inmediatez propia de esta época, las personas ya no perciben los pagos como una simple transacción, sino como parte de una experiencia integral, lo cual ha impulsado la transformación de la manera de acceder a los servicios financieros.

En este entorno, se despliegan tanto oportunidades como desafíos para las compañías. Por un lado, las instituciones financieras tradicionales se enfrentan a la necesidad de modernizar sus infraestructuras tecnológicas y mejorar sus soluciones de datos y análisis para estar a la altura de las expectativas de los clientes, y competir con las *fintech* y las compañías especializadas en pagos. Por otro lado, las compañías no financieras avanzan en soluciones propias –por lo general mediante alianzas– para ofrecer a sus clientes no solo medios de pago digitales, sino también otras opciones, como préstamos o seguros. A esto se denomina “finanzas embebidas” y es una tendencia ya consolidada en países como Inglaterra o Australia, y que en Argentina viene avanzando a paso firme, sobre todo en el último año.

Algunos ejemplos internacionales clásicos son la tarjeta de crédito de Apple o los préstamos de Uber a sus conductores. En la Argentina, PersonalPay, ClaroPay, Cencopay y NaturaPay son algunos de los tantos casos que se fueron desplegando en los últimos tiempos.

De acuerdo al informe de EY *Cómo los bancos están apostando al ecosistema financiero*

integrado, “Los consumidores y las empresas esperan cada vez más que los productos y servicios financieros se integren estrechamente en sus actividades diarias, por ejemplo, poder pagar el estacionamiento mientras conducen hacia el lugar u obtener financiamiento en el punto de compra en tiempo real. Fundamentalmente, estas experiencias integradas van más allá de los servicios financieros digitales y nos están acercando a la próxima revolución en las finanzas. Los servicios financieros se convertirán en un componente integrado de una experiencia más amplia en la cadena de valor: los servicios financieros en la era de la experiencia”. En este mismo informe, que recoge los datos de un

estudio realizado a 20 líderes globales de tecnología financiera, se destaca además que la inmensa mayoría (94%) cree que la clave del éxito es la relevancia de un producto financiero para abordar las necesidades *en tiempo real*. Además, el interés creciente por generar propuestas integradas tanto entre las instituciones no financieras como las financieras permitió el crecimiento de unas y otras.

Un dato destacado que revela la encuesta es el que muestra una tendencia que ya se perfila con fuerza en varios países del mundo: el 70% de los encuestados cree que, en un futuro cercano, más de la mitad de los servicios financieros se ofrecerán a través de plataformas de servicios no financieros. “Las empre-

Prisma: las billeteras *contactless* crecieron 27 veces en un año

Recientemente, Payway, la compañía de Prisma que ofrece soluciones de cobro para negocios, mediante terminales de pago, códigos QR y otros medios, presentó los resultados del tercer trimestre 2024 del Índice Payway, que mide el uso que hacen los argentinos de los medios electrónicos y digitales de pago. Sus datos fueron reveladores: las transacciones con billeteras *contactless* crecieron 27 veces en un año en su red de comercios. Además, creció tres veces el uso de QR Payway respecto al año pasado. “El QR interoperable hoy evolucionó y le permite al comercio cobrar sus ventas a través de todas las billeteras del mercado”, sostiene Emiliano Porciani, *Chief Business Officer* de Payway. Las que más volumen tienen actualmente son Mercado Pago, Cuenta DNI y Modo. “Con esta iniciativa, buscamos simplificar el día a día a nuestros comercios y también impulsamos la interoperabilidad con estándares

comunes para hacer crecer el ecosistema de medios de pago y reducir el uso de efectivo. Payway simplifica toda la operatoria del comercio con un solo QR”, indica el ejecutivo.

El pago *contactless* digital en medio de transporte también ha acelerado la transición hacia los medios digitales. En la Argentina, ya se está implementando en el transporte público de colectivos, en aquellas localidades que cuentan con sistema Sube, pero próximamente se extenderá a otras redes. Sobre esto, en el marco de “Argentina Fintech Forum 2024”, Martín Kaplan, CEO de Prisma Medios de Pago, Payway y Newpay, confirmó el comienzo de los pagos *contactless* con tarjetas y billeteras NFC en el Subte y en el Metrotranvía de Mendoza que une cinco departamentos de la provincia cuyana. También la compañía está en conversaciones con más de 10 provincias y las 32 líneas de colectivo de CABA.

zas de servicios financieros y no financieros deben prestar atención a las finanzas embebidas porque es la mayor oportunidad de crecimiento”, dice Remy Carole, *Chief Operating Officer* de *Treasury Prime*. Para una compañía que ofrece servicios no financieros, el contar con una cantidad significativa de datos transaccionales del cliente permite enriquecer su conocimiento sobre cada perfil de cliente, segmentar y adaptar la oferta a cada deseo y necesidad.

Servicios financieros ubicuos

Como se ha mencionado, las finanzas embebidas se refieren a la integración de servicios financieros en plataformas y aplicaciones no financieras, como *retailers* o empresas de comunicaciones, por citar ejemplos. Esto permite a las empresas ofrecer soluciones a sus clientes directamente desde su propio ecosistema, lo proporciona mayor agilidad, simplicidad y un alto nivel de personalización. En este proceso, las empresas no financieras parten de los pagos como el primer paso de interacción con el usuario. Esto les permite construir el recorrido de cada uno, a partir de los datos que se van obteniendo con cada transacción. Bien utilizados y gestionados, estos datos son oro en polvo para las compa-

ñas, no solo porque les brindan la posibilidad de diseñar ofertas exclusivas, descuentos o propuestas personalizadas sino porque habilita la posibilidad de, posteriormente, ir sumando nuevos productos financieros, como préstamos o seguros.

Así sin salir de un entorno digital conocido, como puede ser una aplicación de *e-commerce*, las personas pueden contratar este tipo de servicios, adaptados a cada perfil.

Esta tendencia creciente, impulsada por la digitalización acelerada y la expansión de la economía de plataformas, generó que las empresas de sectores como tecnología, *retail* o consumo masivo avancen en la integración de soluciones financieras para ampliar sus ofertas y mejorar la experiencia del usuario.

Potencial de inclusión

Como destaca Juan Pablo Grisolia, socio líder de Servicios Financieros de EY, las finanzas embebidas ofrecen una serie de ventajas. Por un lado, mejoran la experiencia del usuario al simplificar los procesos: en lugar de redirigir al cliente a un tercero, la transacción se realiza directamente en la plataforma que ya están utilizando y que les resulta familiar. Pero, además, fomentan la inclusión de más personas al ecosistema, al permitir el acceso

a productos financieros a individuos excluidos del sistema tradicional bancario. Esto es especialmente relevante en países de América Latina, donde la bancarización real todavía es escasa.

En Argentina, particularmente, el mercado crediticio es limitado en comparación con otros países de la región, como Brasil. Esto se debe en gran medida a que casi la mitad de la población activa trabaja en la informalidad, por lo cual, carece del historial crediticio y los avales que los bancos suelen exigir al otorgar créditos. Como resultado, estos segmentos – ya sean individuos o pymes– son atendidos principalmente por las *fintech*, que emplean sistemas de *scoring* alternativos basados en datos como el nivel educativo, el historial de pagos *online*, el uso de aplicaciones, los patrones de consumo y la geolocalización. A través de herramientas tecnológicas, como la inteligencia artificial, estos sistemas permiten evaluar rápidamente la capacidad y disposición de pago de las personas sin historial crediticio convencional, lo cual ha permitido la inclusión financiera de varios millones de personas en los últimos años.

Claro está que la inclusión financiera requiere de un paso previo: la educación. La falta de conocimiento sobre el funcionamiento de los

Reino Unido, a la vanguardia

El Reino Unido es pionero en el desarrollo de finanzas embebidas, apalancado no solo por tecnologías de vanguardia, sino por un régimen normativo que ordena el ecosistema y establece un marco propicio para el desarrollo de las soluciones.

De acuerdo al estudio *United Kingdom Embedded Finance Business Report 2024–2029: Consumer Duty Regulation Shaping Product Design and Marketing, Embedded Wealth Management Expands as Robo-Advisors Partner with Digital Banks*, de Research and Markets (septiembre 2024), se espera que el sector de las finanzas integradas en el Reino Unido crezca un 6,3% este año, hasta alcanzar los US\$ 6.470 millones en 2024 y que en 2029 alcance los US\$ 15.770 millones.

“El sector de las finanzas integradas en el Reino Unido está prosperando, impulsado por los avances tecnológicos, la evolución de las expectativas de los consumidores y el apoyo normativo”, resalta el informe. “Las recientes innovaciones y alianzas estratégicas ponen de relieve el dinámico crecimiento del sector, especialmente en pagos, préstamos, seguros y gestión de patri-

monios. Con los cambios normativos en curso y una mayor supervisión, el sector está preparado para una expansión continuada, potenciando la integración financiera a través de diversas plataformas y mejorando el acceso de los consumidores a servicios financieros a medida”, se indica en el informe. “Segmentos como los pagos integrados, los préstamos y los seguros se han expandido a medida que las empresas tratan de mejorar la experiencia y el compromiso del cliente”.

Como ejemplos, el estudio detalla algunos casos exitosos, de nuevas soluciones y alianzas estratégicas que impulsan el sector:

(Buy now, pay later): Compre ahora y pague después: los clientes de Klarna pueden ahora “ahorrar ahora y pagar después” con las nuevas funciones de saldo y devolución de efectivo, que les permiten almacenar dinero, añadir fondos desde su cuenta bancaria y recibir recompensas de devolución de efectivo por comprar en la aplicación de Klarna.

Soluciones de préstamo integradas: las *fintech* han introducido nuevas API y plataformas que permiten a las empresas integrar fácilmente los préstamos en la experiencia del cliente. Empresas

como Liberis e iwoca ofrecen ahora préstamos empresariales integrados y anticipos en efectivo, lo que permite a las pymes acceder a la financiación directamente a través de su software bancario o contable.

Seguros integrados: startups como Wrisk y Zego han lanzado productos de seguros integrados para consumidores y trabajadores autónomos. El “pasaporte de seguros” de Wrisk permite a los usuarios gestionar todas sus pólizas de seguros en una sola aplicación. Al mismo tiempo, Zego ofrece un seguro flexible para repartidores y mensajeros que puede pausarse o ajustarse según las necesidades.

Gestión de patrimonios integrada: robo advisors (gestores de patrimonios automatizados), como Nutmeg y Moneyfarm, se han asociado con bancos digitales y plataformas de inversión para ofrecer sus servicios de gestión de patrimonios. Por ejemplo, Nutmeg impulsa la oferta de inversión de Chase UK, lo que permite a los clientes invertir directamente a través de la aplicación móvil del banco.

sistemas financieros, así como el desconocimiento de conceptos claves como las tasas de interés y el riesgo, no solo dificulta que las personas tomen decisiones informadas y aprovechen las oportunidades que brindan los servicios financieros, sino que también las expone a un mayor riesgo de sobreendeudamiento.

Además de las oportunidades que ofrecen los nuevos modelos de pagos y soluciones financieras existen, por supuesto, distintos retos para las compañías. Uno de ellos es el normativo que, aunque reglamentaciones como la interoperabilidad o Transferencias 3.0 han servido para allanar el camino, en Argentina, aún existe un largo camino por recorrer.

Alternativas innovadoras para comercios

Entre los comercios y pymes, las nuevas propuestas de cobro, gestión y seguimiento de clientes es clave. No solo para mejorar la experiencia de compra, sin fricciones, sino para potenciar el uso de los datos, esenciales para segmentar y fidelizar. “Entendemos que los comercios necesitan simplificar y centralizar su gestión para mejorar sus resultados –indica María Celeste Catania, *Head of Branding and Business Development* de Nave (de Banco Galicia), consultada por *Mercado*–. En



asegura que “las pymes y comercios más pequeños que se adelanten a las tendencias y ofrezcan soluciones innovadoras y digitales estarán en una posición privilegiada para fidelizar y atraer más clientes”.

Por su parte, Guillermo Bergesio, *Head of Product* de Getnet (de Banco Santander), considera que la Argentina es uno de los países de la región más avanzados en cuanto a la digi-

mejorando la experiencia y brindando soluciones adaptadas a las necesidades de los consumidores. En paralelo, esto también se convierte en una herramienta para el comercio que le permite ampliar sus fronteras, generar diferenciación en su propuesta de valor, maximizar conversiones, disminuir costos y mejorar sus ingresos”, sostiene el ejecutivo. Respecto de la regulación –que, a diferencia

{ “Un marco regulatorio adecuado debería incentivar la competencia y permitir que nuevos jugadores entren al mercado, favoreciendo así un entorno dinámico que promueva la innovación”. }

Nave no solo cuentan con soluciones de cobro que pueden administrar desde una plataforma única, sino también la posibilidad de llevar un control en tiempo real de las ventas, generar reportes detallados, conciliar ingresos, y acceder a datos valiosos sobre sus clientes y competidores. Toda esta información le permite al dueño de un comercio tomar decisiones estratégicas con una visión integral de su negocio y administrar mejor su tiempo”, explica la ejecutiva. “Además, Nave es la puerta de entrada a un ecosistema de soluciones financieras diseñadas para facilitar el día a día. Ofrecemos desde herramientas para crear promociones personalizadas que respondan a las necesidades del comercio, hasta opciones de financiamiento flexibles adaptadas a los flujos de ingreso de cada comercio. Estas oportunidades permiten responder rápidamente a las tendencias y demandas del mercado”, detalla Catania, y

talización de las finanzas, gracias al impulso de la tecnología, la desregulación de la adquisición en 2019, el desarrollo de billeteras virtuales y nuevas reglas, que permiten escalar en soluciones como Transferencias 3.0 y la interoperabilidad del QR. “Este creciente ecosistema está generando que cada vez más plataformas no financieras estén integrando herramientas de pago, financiamiento, seguros y más. En ese sentido, las finanzas embebidas se han convertido en un factor clave para facilitar el acceso a servicios financieros y por consecuencia mejorar sensiblemente los indicadores de inclusión financiera”, señala Bergesio. “Este escenario genera una base de información y datos de los consumidores –como los hábitos de consumo y las preferencias de pago–, que es un ingrediente fundamental en el desarrollo de finanzas embebidas, ya que permite personalizar la oferta considerando sus capacidades y preferencias,

de otros países en que las finanzas embebidas se encuentran más desarrolladas, en la Argentina aún se está desplegando– Guillermo Bergesio, de Getnet, considera que, desarrollada de la manera adecuada, la regulación siempre es una herramienta que permite crear oportunidades que den vida a nuevos ecosistemas y mejorar los existentes. “Un marco regulatorio adecuado debería incentivar la competencia y permitir que nuevos jugadores entren al mercado, favoreciendo así un entorno dinámico que promueva la innovación”, señala. Y aclara que “resulta fundamental que la regulación contemple protocolos rigurosos de seguridad y protección de datos, ya que el manejo de grandes volúmenes de información sensible exige un compromiso serio con la privacidad del usuario. También es importante que la regulación siempre se actualice y sea flexible, ya que el negocio es muy dinámico”, reflexiona.

Personal Pay

El objetivo: ser motor de inclusión

“Las finanzas embebidas se pueden definir como la integración de servicios financieros en los canales digitales de diferentes plataformas de cualquier sector de la economía, con el fin de simplificar la vida y la experiencia de las personas usuarias”, explica Christian Balatti, CPO Personal Pay en Telecom Argentina.

“Su principal propuesta de valor es identificar necesidades de consumidores para brindar soluciones digitales financieras de manera disruptiva e innovadoras en un mismo entorno, sin que sea necesario el salto a otra plataforma para completar acciones o cubrir los requerimientos de una gestión integral. Esta nueva lógica transforma los modos de entender el ecosistema financiero al llevar estos servicios a nuevos segmentos (las personas usuarias de cada marca) y ofrecerles productos dentro de la misma experiencia digital que ya utilizan. Como industria, se estima que las finanzas embebidas lleguen a movilizar US\$ 7,2 billones para 2035 en todo el mundo, por lo que las expectativas son muy auspiciosas”, asegura Christian Balatti.



Christian Balatti. Cliente ecosistémico.

–¿Cómo está cambiando el panorama competitivo con la expansión de las finanzas embebidas, y qué oportunidades están surgiendo para quienes logren diferenciarse en este nuevo entorno?

–La consolidación de las finanzas embebidas, sin dudas, abre nuevas oportunidades para el desarrollo de negocios y también para la expansión de la competencia, ya que *players* de diversas industrias y distintos sectores ingresan a un mercado que hasta hace algunos años era exclusividad de pocos actores. En nuestro caso, desde el ecosistema de servicios de Telecom Argentina, ingresamos al mercado *fintech* con Personal Pay, nuestra billetera digital, y logramos consolidarnos primero dentro de este sector, para luego profundizar nuestra pisada, con diversas propuestas que hacen a las finanzas embebidas. Esto es así porque Personal Pay es en sí misma un tipo de modelo de finanzas embebidas para con los servicios de Personal (nuestra marca de internet dentro y fuera del hogar), de Flow (nuestra marca de servicios de TV y *streaming*) y de Telecom (nuestra marca de soluciones tecnológicas para empresas).

Productos adaptados a cada cliente

–¿Cuáles han sido los principales desafíos que han enfrentado y siguen enfrentando para implementar y escalar estas soluciones integradas?

–Desde Personal Pay, buscamos que nuestra app ofrezca servicios financieros que sean 100% digitales, simples y sin fricciones. Nuestro propósito es conectar a las personas con su plata, a través de diversas funcionalidades para enviar y recibir dinero, realizar pagos con tarjeta prepaga o QR, invertir el saldo en cuenta para obtener remuneraciones, recargar el móvil y recargar tarjetas de transporte, pagar servicios, adquirir seguros, solicitar préstamos y pagar en cuotas, entre otras opciones. Buscamos ser un motor de inclusión digital (a través del negocio *core* de conectividad que brinda Telecom Argentina) y contribuir a la educación e inclusión financiera que, en consecuencia, genere bienestar financiero, entregando a cada cliente el producto que mejor se adapte a sus necesidades. Nuestro objetivo es seguir evolucionando de la mano de nuestro *stack* tecnológico como sustento al crecimiento exponencial

tanto de clientes –actualmente contamos con más de 3 millones– como de la transaccionalidad en nuestra billetera. Del mismo modo, buscamos consolidar nuestra presencia regional, que este año tuvo como hito el desembarco en Paraguay.

Hacia adelante nos desafiamos a seguir profundizando nuestra visión de cliente ecosistémico con el propósito de que las soluciones estén plenamente articuladas entre sí y con las soluciones financieras embebidas, de manera cada vez más transversal. En cuanto al sector, el gran desafío es la competencia con el efectivo, ya que en la economía local un 60-65% de las transacciones aún siguen realizándose por este medio, con todas las desventajas que esto conlleva. En este sentido y si bien la regulación ha venido adaptándose para acompañar el crecimiento constante del sector *fintech*, es clave que continúe su evolución con el objetivo de impulsar las oportunidades que, desde el sector, desarrollamos para contribuir al progreso del país y su gente.

C.M.

Modo

Un ecosistema más dinámico

“La incorporación de finanzas embebidas está simplificando los negocios tradicionales al integrar servicios financieros directamente en el recorrido del cliente, eliminando la necesidad de pasos adicionales o el uso de plataformas externas”, indica

Pablo Scoglio, CPO de Modo.

“Tratar de conseguir una solución integral que conjugue eficiencia, mejora en los costos y una experiencia superadora solía ser un punto de dolor. Sin embargo, al integrarse con servicios de empresas especialistas como Modo, en lugar de ser solo un punto de venta, se convierten en proveedores de experiencias completas –asegura Pablo Scoglio–. En nuestro caso particular, por ejemplo, al permitir que los usuarios accedan a diferentes métodos de pago y diversas soluciones desde una sola interfaz y con un *onboarding* ya resuelto, facilitamos tanto al comercio como al consumidor el proceso de *check out*. Asimismo, la automatización y fluidez en los pagos también reducen el riesgo de errores y contracargos, mejorando la eficiencia operativa de los negocios”, asegura el ejecutivo.

–¿Qué oportunidades de negocio emergen y cómo pueden las finanzas embebidas contribuir a reforzar la relación con los consumidores a medida que estas soluciones se desarrollan?



Pablo Scoglio. Las alianzas son claves.

–Las finanzas embebidas ofrecen numerosas oportunidades de negocio al permitir experiencias más personalizadas y convenientes para los usuarios, lo que refuerza su lealtad y relación con las marcas. Con Modo+, por ejemplo, los usuarios pueden gestionar una amplia gama de servicios desde un solo lugar, como recargas de Sube, compras de tarjetas de regalo para plataformas de *gaming* como PlayStation y Xbox, contratación de seguros de viaje y la gestión de diversas suscripciones.

Esta centralización no solo elimina la necesidad de utilizar múltiples aplicaciones, sino que también mejora la satisfacción del cliente al proporcionar una experiencia de usuario fluida y práctica. Además, las finanzas embebidas ayudan a conocer más en profundidad el comportamiento y las preferencias de los clientes, lo que permite ofrecer propuestas, beneficios y descuentos más personalizados y orientados a las necesidades de cada persona, incrementando así la posibilidad de conversión y fortaleciendo el vínculo de confianza entre el consumidor y la marca.

A medida que estas soluciones continúan desarrollándose, se crea un ecosistema más dinámico, que permite que las empresas puedan adaptarse mejor a las necesidades cambiantes del mercado, lo cual genera relaciones más sólidas y duraderas con sus consumidores.

Naranja X: avances hacia las finanzas embebidas

En marzo de 2024, Naranja X dio un gran paso en su recorrido hacia finanzas embebidas al lanzar su QR integrado para que más empresas puedan ofrecer pagos digitales.

“La *fintech* permitirá integrar su servicio de cobro con QR en sistemas de facturación y plataformas de empresas que manejan grandes volúmenes de transacciones, digitalizando así sus cobranzas, automatizando la conciliación y evitando el uso de efectivo”, indicó la compañía en el momento de su lanzamiento. La nueva solución posibilita

la integración de sus servicios financieros en productos y procesos de compañías no bancarias. “En Naranja X entendemos a las finanzas embebidas como una puerta de entrada a la inclusión financiera. Escuchamos las necesidades de nuestros clientes, y en consecuencia, buscamos conectar nuestros servicios de cobro a otras empresas no financieras, para contribuir a la digitalización de sus cobranzas, reducción de costos y tiempos de gestión, garantizando una mayor protección en sus transacciones”, explicó Mariana Yoma,

Business Manager de Naranja X. “Integramos nuestro servicio de cobro con QR en los canales y plataformas propias de las empresas, generando transacciones en tiempo real con acreditación inmediata”, cerró Yoma.

Este nuevo servicio de Naranja X está siendo implementado por empresas de consumo masivo, servicios, colegios, universidades, clubes y *software*, entre otros sectores.

Asociaciones positivas

–¿Qué tipos de alianzas estratégicas pueden formarse para impulsar el crecimiento de las finanzas embebidas y generar innovaciones que transformen el mercado?

–Las alianzas estratégicas entre *fintech*, bancos, comercios y otros sectores no financieros son claves para el crecimiento de las finan-

zas embebidas. Desde Modo, trabajamos con todo el ecosistema y grandes *retailers* para ofrecer soluciones conjuntas que evolucionen las finanzas digitales en Argentina y faciliten la integración de los sistemas de pago, aprovechando nuestra infraestructura tecnológica. También estamos explorando asociaciones con tiendas *online*, empresas públicas

y privadas, en las cuales el uso de pagos digitales y soluciones de financiamiento puede mejorar tanto la experiencia del usuario como la eficiencia operativa. Al trabajar juntos, no solo impulsamos la innovación, sino que también creamos un ecosistema financiero más accesible y robusto.

C.M.

Enorme potencial

Modelos abiertos: negocios potenciados, nuevos negocios y nuevas propuestas de valor

Imaginemos un mundo en que las finanzas se integran de manera tan fluida en nuestra vida diaria, de tal manera que apenas notemos su presencia. Dejaríamos de completar los mismos datos una y otra vez, iniciaríamos sesión fácilmente en nuestras aplicaciones, y realizaríamos transacciones sin esfuerzo.

Por Juan Pablo Grisolia (*)

Algo de ese futuro ya está aquí. Cada vez que realizamos un Debin, una transferencia inmediata o vemos crecer nuestro dinero gracias a los fondos comunes de inversión, estamos aprovechando el *open banking*. Este concepto busca compartir información financiera de forma segura y con el consentimiento del cliente, y es solo el comienzo de una revolución mayor: el *open finance*.

El *open finance* promete transformar el ecosistema financiero, integrando las finanzas en diversas propuestas de valor, tanto para los clientes como para las empresas. Aunque ha evolucionado principalmente para las personas (B2C), también tiene un gran potencial en el ámbito empresarial (B2B). Este es el impacto de las finanzas embebidas en la gestión del dinero y las cadenas de valor: un verdadero *win-win* para empresas y clientes, al mejorar la tesorería y el flujo de caja, y permitir ofrecer mejores productos y servicios.

El *open finance* va más allá aún, al compartir datos financieros de manera segura y con consentimiento. Así, en el futuro, podríamos ver una evolución hacia el *open data*, lo cual implica que, al compartir datos de negocios



Juan Pablo Grisolia. Un futuro financiero con oportunidades para todos.

y personas, se podrán crear nuevos y mejores productos y servicios.

Sin embargo, para que esta evolución sea exitosa, el rol de los entes reguladores es fundamental. Estos deben asegurar la seguridad y la innovación por igual, protegiendo el principio de autodeterminación informativa. ¿Qué significa esto? Que los datos pertenecen a las personas, no a las entidades. Este

equilibrio es esencial para construir un futuro financiero inclusivo y transparente.

De esta manera, con un enfoque equilibrado en seguridad e innovación, nos preparamos para un futuro financiero más inclusivo, con oportunidades para todos por igual. **M**

(*) Socio líder de Servicios Financieros EY Argentina