

## El fetichismo de la inclusión financiera

**Por: BIBIANA RUIZ, JUAN SUÁREZ. 03/12/2021**

En un país que incluyó de un saque a muchos argentinos en la vida financiera a través del pago del IFE o el ATP, la fiebre de los nuevos medios de pago se superpuso con las billeteras de criptos y otras formas de digitalización del ahorro y la inversión. La tendencia a universalizar los servicios financieros con su particular concepción de la democracia basada en la extracción de datos parece irreversible. Todo sucedió, quizás, demasiado rápido.

Durante el primer semestre de 2020 nueve de cada diez argentinos realizaron al menos una compra por Internet. Para uno de ellos, era la primera vez. De esta forma se incorporaron 1.284.960 personas a los ya existentes veinte millones de compradores en línea, que adquirieron 251 millones de productos a un precio promedio de 5519 pesos. Los datos surgen de un informe elaborado por *Kantar Insights* para la Cámara Argentina de Comercio Electrónico que destaca la extraordinaria aceleración del rubro en medio de la pandemia de Covid-19.

Al parecer, “la cuarentena más larga del mundo” estuvo acompañada del crecimiento del *e-commerce* más excepcional del planeta. El caso argentino llegó hasta *The Economist*, que ubicó al país a la cabeza de un ranking mundial de incremento de ventas virtuales, seguida de cerca por Singapur y un poco más lejos por España. El artículo (*E-commerce booms in Argentina*) explicaba el dato ?según reprodujeron los medios locales? por “las altas tasas de penetración de Internet, la posesión de teléfonos inteligentes y la inclusión financiera, y la Ley de Economía del Conocimiento”.

La “inclusión financiera” fue una de las secuelas de una política pública inédita en el país motivada por la pandemia: el Estado nacional transfirió un equivalente al 5% del Producto Bruto Interno directo a las cuentas de casi nueve millones de personas. Se trató de los programas de Ingreso Familiar de Emergencia (IFE) y de Asistencia de Emergencia al Trabajo y la Producción (ATP) que, según un informe del Banco Central, provocaron la apertura de 4,8 millones de cuentas bancarias en apenas tres meses (un 10% de las ya existentes). Y las cuentas nuevas llegaron al sector de menores ingresos, es decir, al menos bancarizado.

### **efectivo sin efectivo**

Una billetera virtual es una aplicación que se ejecuta en un dispositivo móvil y está vinculada a una tarjeta de crédito o débito (o directamente a una cuenta bancaria) de donde toma los fondos y los transfiere. La información del destinatario de la transacción puede obtenerse por varios métodos, el más corriente, un código QR visible en locales de venta que es leído por cualquier celular inteligente. Como sistema de pagos, este método compite con el plástico, las tarjetas de débito o crédito leídas por un dispositivo *posnet*.

Las empresas que lanzan y gestionan estas aplicaciones no son, por lo general, los bancos, sino empresas *fintech*. Se denomina así a las compañías de base tecnológica que se dedican a ofrecer servicios financieros a través de internet sin contacto personal. Las sucursales, por supuesto, tampoco existen. Se encuentran en un terreno híbrido y todavía poco regulado que atrae (o amenaza) tanto a las plataformas digitales como a los bancos tradicionales. Unos y otros se ven obligados a adoptar estrategias para no quedar relegados u obsoletos. A la vanguardia, los gigantes chinos Tencent (con WeChat Pay) y Alibaba (con Alipay) fueron los primeros en desarrollar servicios financieros en sus plataformas y dominan el mercado electrónico asiático, el más grande del mundo. Los cuatro líderes tecnológicos estadounidenses, a menudo referidos como GAFAM, han lanzado sistemas de pagos virtuales aprovechando su marca y su amplia base de usuarios globales. Así surgieron Facebook Pay, Google Pay, Amazon Cash y Apple Pay. Pero en un mercado ya dominado por otras plataformas especializadas como Paypal, su éxito es todavía incierto. Los bancos, por otro lado, establecen alianzas con el resto de los actores que no tienen licencias bancarias para operar cuentas y otros servicios financieros menos rentables. Al parecer, “la cuarentena más larga del

mundo” estuvo acompañada del crecimiento del e-commerce más excepcional del planeta. el caso argentino llegó a *the economist*, que ubicó al país a la cabeza de un ranking mundial de incremento de ventas virtuales, seguida de cerca por singapur y un poco más lejos por españa.

## el peso digital

En Argentina, el mercado de pagos digitales entró en ebullición durante la pandemia. Este año, la oferta ya suma treinta y cuatro opciones de billeteras virtuales, ofrecidas también por bancos públicos y privados. Un lugar especial lo ocupa Mercado Libre, la empresa fundada por Marcos Galperin con presencia en toda Latinoamérica. Por supuesto, MeLi (MeLi Commerce Fund) fue uno de los grandes ganadores durante la pandemia de Covid-19: a principios de 2021 su capitalización bursátil en Wall Street fue diez veces mayor que la segunda argentina en la lista, Globant, y casi sesenta veces mayor que YPF.

Sin embargo, en 2020, competidores de peso se incorporaron con la intención de disputarle el mercado local de pagos (con aplicaciones de celular) a Mercado Libre: en abril el Banco Provincia relanzó Cuenta DNI y en septiembre el Banco Nación presentó BNA+ (ambas impulsadas por el cobro de beneficios como el IFE y otros reintegros). En noviembre un conglomerado de treinta bancos privados lanzó MODO. Otros competidores importantes son Ualá y Naranja X. Pero la lista es larga y diversa: la Banca Cooperativa cuenta con Sipago, e incluso La Confederación Argentina de la Mediana Empresa ofrece Came pagos.

Los operadores tradicionales de pago electrónico, los plásticos, también juegan fuerte para no quedarse fuera de la oleada QR. Por un lado Prisma, la principal operadora de medios de pago de la Argentina, dueña de Visa Argentina, Banelco y Pago Mis Cuentas, relanza su sistema Todo Pago, cuya terminal ahora permite leer tanto tarjetas como códigos QR generados dinámicamente en la pantalla, permitiendo pagar con múltiples billeteras virtuales de la competencia. Esta tendencia también fue adoptada por su principal rival Fiserv (antes First Data, dueña de Posnet y Mastercard). A la vez, las *fintech* también compiten en el mercado de la “adquierecia”, es decir, las empresas que proveen a los comercios de dispositivos para procesar pagos, como es el caso de las terminales de Mercado Pago y Ualá.

## financiarización de la vida

En 2017, el entonces presidente del Central Federico Sturzenegger declaró: “mientras las *fintech* no capten depósitos, no vamos a regularlas”. Con el cambio de signo político llegaron las primeras normativas para regular el sistema. Mercado Libre batalló para mantener su ecosistema cerrado, pero finalmente negoció. En noviembre de 2020, el BCRA promulgó una normativa llamada “Transferencias 3.0”, que generará un ecosistema de pagos basado enteramente en la interoperabilidad. Esto significa que al finalizar este año un mismo código QR deberá poder ser leído y pagado por cualquier billetera digital. También permitirá operar con tarjetas, DNI o huella digital y las transferencias serán inmediatas al tiempo que se eliminarán los costos ocultos. Además, un sistema de incentivos en las comisiones favorecerá el ingreso de locales con bajo número de ventas.

“El borrador de la nueva regulación es fruto de veinticinco encuentros entre funcionarios del BCRA y distintos actores del sector privado”, declaraba Carlos Hourbeigt a la agencia Télam el año pasado. Los actores más importantes del sector apoyaron (y siguen apoyando) la iniciativa, incluido Mercado Pago. En ese entonces, Hourbeigt era uno de los directores del Central, pero renunció a principios de agosto de este año.

En 2016, el vicepresidente de la autoridad monetaria del momento, Lucas Llach, explicaba que el Central promovía la bancarización y desalentaba el uso de efectivo para combatir la evasión. Es decir, fomentaba el avance de los medios de pago electrónicos para lograr una mayor “inclusión financiera”. Esta política de “inclusión” sigue siendo impulsada en la actualidad. En los objetivos para el desarrollo sostenible de las Naciones Unidas declarados en 2015, los estados miembro dieron un papel protagónico a este concepto. Un caso de estudio es el de Kenia, donde las transferencias de dinero entre personas se facilitaron a través del uso de telefonía celular y se estima que eso provocó un descenso del 2% de la pobreza. El consenso sobre el camino a seguir es amplio, sin embargo, cuando las ganancias de los *brokers* y emprendedores *fintech* coinciden de forma tan estrecha con supuestos beneficios sociales, conviene mantener un escepticismo sano. Estas no son las únicas miradas que existen sobre la conveniencia de esta inclusión.

Durante los años de la crisis subprime en Estados Unidos, el economista griego Costas Lapavitsas analizaba en *Capitalismo financiarizado: Crisis y expropiación financiera*

cómo la venta de servicios financieros a personas particulares y familias había adquirido cada vez mayor preeminencia en el negocio bancario que antes apuntaba a las grandes corporaciones. De esta forma, señalaba, “los trabajadores han sido crecientemente arrastrados al reino de las finanzas privadas para satisfacer necesidades básicas, incluyendo vivienda, consumo, educación, salud y previsión para la vejez”, y así la “financiarización, finalmente, ha permitido que la ética, la moralidad y la mentalidad financieras penetren tanto en la vida social como la individual”. Este proceso estuvo íntimamente ligado a la liberalización de las finanzas y al retroceso del estado de bienestar durante las últimas cuatro décadas. Sin embargo, la financiarización hacia el interior de las grandes corporaciones y su consecuente alejamiento de los servicios bancarios es la causa que llevó a los bancos a buscar fuentes nuevas de ganancias financierizando a los más pobres.

Esta reconversión hacia el negocio del dinero y la especulación penetra casi todos los rubros de la actividad económica. En la actualidad, una cadena de supermercados, un pool de siembra o una plataforma virtual de compra/venta de productos puede ser solo una fachada productiva para un negocio en esencia financiero. En 2018, un análisis de la economista Mara Ruiz Malec señalaba que “si el encuadre de Mercado Libre como empresa de software es inverosímil, la creciente gama de servicios financieros que ofrece también motiva interrogantes acerca de su encuadre como empresa comercial”. Afirmaba así que al menos en Argentina “Mercado Libre ya gana más dinero como financiera que como empresa comercial”. el interés comercial de galperin perseguía un objetivo mucho más valioso: habituar a los millones de beneficiarios de la anses al uso de la billetera virtual ?y desincentivar el retiro de efectivo?, extrayendo toneladas de datos sobre su comportamiento que permitirían ofrecerles un abanico de servicios tecnofinancieros.

## **un qr de troya**

Los sistemas de pago virtual necesitan lograr un volumen alto de transacciones y una base amplia de usuarios en la medida en que sus ingresos dependen de comisiones. Sin embargo, habituar a los consumidores a usar una aplicación para gestionar su dinero es la puerta de entrada para servicios con otras implicaciones, en especial en las capas más vulnerables.

En el último año del gobierno de Cambiemos, Anses decidió incorporar Mercado Pago como medio para pagar asignaciones sociales como la Asignación Universal

por Hijo (AUH). A diferencia de otros sistemas de pagos, la empresa de Galperin ofrecía el servicio sin costo. El interés comercial perseguía un objetivo mucho más valioso: habitar a los millones de beneficiarios de la Anses al uso de la billetera virtual ¿y desincentivar el retiro de efectivo?, extrayendo toneladas de datos sobre su comportamiento que permitirían ofrecerles un abanico de servicios tecnofinancieros. Juan Pablo Bruzzo, presidente la cámara *fintech* en 2019 y cofundador de Moni (una aplicación que apunta especialmente al mercado de consumidores sub bancarizados o “la base de la pirámide”), explicaba a *La Nación* que las *fintech* pueden ofrecer soluciones financieras como inversiones, préstamos, seguros o incluso criptoactivos. A diferencia de los bancos tradicionales estas empresas de base tecnológica utilizan inferencias mucho más heterodoxas para estimar el perfil de riesgo de un cliente: “a qué hora se conecta, cuántas veces, si usa Gmail o Yahoo, si tiene faltas de ortografía o no”. Estas variables, y otras que posiblemente las empresas no se animen a admitir, no son evaluadas de forma directa por personas sino por algoritmos y sistemas de *machine learning*, o inteligencia artificial.

Mark Duffeld es profesor emérito en la Universidad de Bristol y se especializa en estudiar las intervenciones de occidente en desastres humanitarios en el Sur Global, en particular la tendencia actual que otorga al solucionismo tecnológico un papel protagónico en la resolución de los problemas. En su trabajo *La resiliencia de las ruinas: hacia una crítica del humanitarismo digital* desapruueba la forma en que se aplican, sobre poblaciones vulnerables, las tecnologías de identificación biométrica, el minado de datos y el análisis algorítmico que se realizan a través de un convenio con empresas comerciales para el despliegue de infraestructuras en un ámbito donde es posible abusar de la ausencia de regulaciones, justificado en programas de ayuda directa. Duffeld señala cómo las tecnologías digitales “tienen la capacidad de plegarse al tejido social” y “la conectividad descubre continuamente nuevos perfiles de comportamiento mientras construye arquitecturas inteligentes para contenerlos y explotarlos. En lugar de eliminar la precariedad, la codifica y la reproduce. Y al hacerlo, normaliza la inseguridad en todo el planeta”.

[LEER EL ARTICULO ORIGINAL PULSANDO AQUÍ](#)

Fotografía: NICOLÁS DANILUK

**Fecha de creación**

2021/12/03