



**UNCUYO**  
UNIVERSIDAD  
NACIONAL DE CUYO

**FCE**  
FACULTAD DE  
CIENCIAS ECONÓMICAS

Licenciatura en Administración

# **Las Fintech Como Motor de Inclusión Financiera de la Generación Z en Argentina**

**Trabajo de investigación**

Por:

Calizaya Sucaño, Daiana Ayelén  
Ramírez Camino, Merry Yen Maritza

Director:

Gaspar, Ariel Eduardo

Co - directora:

Tejada, Ana Clara

**Mendoza - 2025**

## **RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tiene la finalidad de analizar el impacto de las empresas Fintech en la inclusión financiera de la generación Z en Argentina.

La revolución digital ha transformado el sector financiero en Argentina, y las Fintech juegan un papel importante en la inclusión financiera de la Generación Z. Los jóvenes de entre 14 a 29 años, buscan soluciones rápidas, accesibles y sin la burocracia de los bancos tradicionales. Sin embargo, muchos de ellos se enfrentan con dificultades para obtener productos financieros debido a la ausencia de historial crediticio y trabajos informales.

Las Fintech han sido capaces de responder ante esta necesidad ofreciendo productos como cuentas digitales sin gastos de mantenimiento, tarjetas prepagas, otorgamiento de préstamos personales con evaluaciones crediticias más flexibles, acceso a productos financieros de inversión y nuevas modalidades de pago digital. Debido al avance tecnológico y al uso de datos alternativos para el análisis del perfil de cada usuario, estas empresas han permitido que los jóvenes excluidos del sistema financiero tradicional puedan acceder a servicios financieros de forma ágil y sin procesos burocráticos.

Sin embargo, la inclusión financiera continúa representando un reto en Argentina. De acuerdo con el Banco Central, en junio de 2024, sólo el 53,6% de los adultos contaba con algún tipo de crédito en el sistema financiero, evidenciando una desigualdad en el acceso a los productos financieros. En este escenario, las Fintech han jugado un papel crucial en disminuir esa brecha, proporcionando herramientas que permiten a los más jóvenes comenzar a recorrer su camino en el mundo financiero.

### **Palabras Claves**

-Sistema financiero argentino -Inclusión financiera -Fintech -Generación Z

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>6</b>
<b>1.1 Sistema Financiero</b> .....	<b>6</b>
1.1.1 Definición y Componentes del Sistema Financiero .....	6
<b>1.2 Composición del Sistema Financiero Argentino</b> .....	<b>6</b>
1.2.1 Entidades Financieras .....	7
1.2.2 Entidades No Financieras .....	8
<b>1.3 Regulación y Supervisión del Sistema Financiero Argentino</b> .....	<b>9</b>
1.3.1. Regulación en las Fintech .....	10
<b>1.4 Tipos de Productos Financieros</b> .....	<b>12</b>
<b>1.5 Innovación Tecnológica en el Sector Financiero</b> .....	<b>13</b>
1.5.1 Desarrollo de Plataformas Digitales y Fintech .....	14
1.5.2 Cambios en la Experiencia del Cliente Financiero .....	15
<b>1.6 Metodologías de Análisis de Riesgo Crediticio</b> .....	<b>16</b>
1.6.1 Modelo de Scoring Tradicional .....	17
1.6.2 Scoring Alternativo .....	19
<b>CAPÍTULO II: INCLUSIÓN FINANCIERA EN ARGENTINA</b> .....	<b>20</b>
<b>2.1 Definición de Inclusión Financiera</b> .....	<b>20</b>
<b>2.2 Evolución de la Inclusión Financiera</b> .....	<b>20</b>
2.2.1 Indicadores de Inclusión Financiera en Argentina .....	22
<b>2.3 El Papel de las Fintech</b> .....	<b>29</b>
2.3.1 Origen y evolución de las Fintech .....	29
2.3.2 Verticales Fintech .....	32
2.3.3 Contribución de las Fintech a la Inclusión Financiera .....	34
<b>2.4 Uso del Scoring Alternativo en la Evaluación de Crédito</b> .....	<b>37</b>
2.4.1 Fintech que utilizan scoring alternativo .....	38
2.4.2 Aplicaciones del Scoring Alternativo en la Inclusión Financiera .....	40
<b>2.5 Casos Destacados de Fintech en Argentina</b> .....	<b>42</b>
2.5.1 GOcuotas .....	42
2.5.2 Naranja X .....	44
<b>CAPÍTULO III: GENERACIÓN Z Y FINANZAS</b> .....	<b>45</b>
<b>3.1 Características de la Generación Z</b> .....	<b>45</b>
3.1.1 Definición y Características Generales de la Generación Z .....	45

3.1.2 La Generación Z Argentina.....	47
3.1.3 Perfil Socioeconómico y Cultural de la Generación Z en Argentina .....	47
3.1.4 Preferencias Tecnológicas y Comportamiento Financiero .....	50
3.2 Obstáculos de la Generación Z en la Inclusión Financiera .....	51
3.2.1 Barreras Tecnológicas y Acceso a Internet .....	51
3.2.2 Evaluación de Riesgos para la Generación Z en el Contexto Financiero .....	53
3.3 Los primeros pasos hacia la inclusión financiera de la Generación Z.....	53
3.4 Entrevista a Mariano Tittarelli, Chief Risk Officer en Naranja X.....	57
CAPÍTULO IV- Datos Estadísticos de la Generación Z.....	60
4.1 Resultados .....	60
4.2 Conclusiones .....	74
4.3 Recomendaciones para aumentar la inclusión financiera de la Generación Z...	75
CONCLUSIONES .....	76
REFERENCIAS .....	79
ANEXOS.....	88
Anexo I .....	88
Anexo II .....	98

# INTRODUCCIÓN

El sistema financiero argentino ha estado tradicionalmente dominado por bancos y entidades reguladas, las cuales, debido a requisitos estrictos y procedimientos burocráticos, han excluido a sectores vulnerables de la población del acceso a productos financieros. Sin embargo, el surgimiento de las Fintech ha permitido el desarrollo de soluciones accesibles y flexibles, como billeteras digitales, solicitud de préstamos, tarjetas de créditos de manera online y plataformas de inversión. Estas innovaciones han facilitado la inclusión de los jóvenes al sistema financiero, lo que antes parecía inalcanzable para muchos de ellos hoy está al alcance de sus manos.

Uno de los principales aportes de las Fintech a la inclusión financiera es el uso de tecnologías avanzadas en el análisis de riesgo crediticio. Mientras que los bancos utilizan modelos de scoring tradicionales, las Fintech han desarrollado sistemas de scoring alternativos que consideran factores como el comportamiento en redes sociales, el historial de pagos de servicios y el análisis de datos transaccionales. Esto ha permitido que un gran número de jóvenes sin historial crediticio pueda acceder a productos financieros.

El presente trabajo plantea la hipótesis “Es de esperarse que las Fintech tengan un impacto positivo en la inclusión financiera de la Generación Z en Argentina”. A lo largo de este trabajo, se examinarán diversos factores que influyen en la inclusión financiera de esta generación, desde la estructura del sistema financiero, factores sociodemográficos, obstáculos que enfrentan y su comportamiento financiero.

Este trabajo se estructura en cuatro capítulos. En el Capítulo I se brindará un marco teórico donde se abordará la estructura del sistema financiero, su regulación y el impacto de la innovación tecnológica en la experiencia del cliente. Además, se explicarán las metodologías de análisis de riesgo crediticio, comparando el modelo tradicional con el scoring alternativo.

En el Capítulo II se profundizará en la evolución de la inclusión financiera en Argentina y el papel clave de las Fintech en este proceso. Asimismo, se analizarán casos de Fintech reconocidas que facilitan el acceso a servicios financieros como GOcuotas y Naranja X. Buscando entender cómo estas empresas atienden a sectores excluidos.

En el Capítulo III, se analizará a la Generación Z, su perfil socioeconómico y su comportamiento financiero como así también las barreras que enfrenta para acceder a productos financieros. Para completar este análisis con información primaria, se llevó a cabo una entrevista con el Chief Risk Officer (CRO) de Naranja X, quien brindará detalle de como esta Fintech adapta a las necesidades de la generación Z.

En el Capítulo IV se presentarán los resultados de una encuesta realizada a jóvenes de la generación Z en Argentina. A partir de sus conclusiones, se brindarán recomendaciones a las Fintech con el objetivo de que contribuyan a mejorar la accesibilidad y la adopción de servicios financieros digitales por parte de la generación Z.

# CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO.

## 1.1 Sistema Financiero

### 1.1.1 Definición y Componentes del Sistema Financiero

El diccionario financiero del Banco Central de la República Argentina (BCRA) define al Sistema Financiero como el "Conjunto de Instituciones encargadas de la circulación del flujo monetario y cuya tarea principal es canalizar el dinero desde las unidades superavitarias hacia las deficitarias. Las instituciones que cumplen con este papel se denominan "intermediarios financieros".

El sistema financiero se compone de tres elementos fundamentales: los instrumentos o activos financieros, las instituciones financieras y los mercados. Los instrumentos financieros son emitidos por unidades económicas con déficit y son adquiridos unidades con superávit, que buscan invertir sus ahorros. Esta interacción ocurre en mercados integrados por diversas instituciones financieras que operan con libertad dentro de un marco normativo y bajo la supervisión de autoridades competentes.

Las unidades con superávit son aquellas cuyos ingresos superan sus gastos en consumo e inversión, permitiéndoles ahorrar y destinar recursos al mercado financiero. Mientras que las unidades con déficit gastan más de lo que generan y requieren financiamiento. La función principal del sistema financiero es asignar de forma eficiente el ahorro hacia la inversión y el consumo, canalizando los recursos de las unidades económicas superavitarias hacia las unidades con déficit.

Además, el sistema financiero cumple otras funciones, como transferir recursos a través del tiempo y del espacio, gestionar riesgos, compensar y liquidar pagos, concentrar recursos y dividir participaciones, así como proporcionar información y abordar problemas de incentivos como la información asimétrica.

## 1.2 Composición del Sistema Financiero Argentino

El sistema financiero argentino está compuesto principalmente por tres grandes agentes económicos: El Banco Central de la República Argentina (Estado), los bancos comerciales (intermediarios financieros), y el público.

El Banco Central de la República Argentina (BCRA) diferencia a las entidades que proveen crédito en dos grupos. El primer grupo denominado Entidades Financieras y el segundo grupo denominado Entidades No Financieras.

## 1.2.1 Entidades Financieras

Según la Ley de Entidades Financieras (LEF), el sistema bancario argentino está compuesto por todas aquellas personas o entidades tanto privadas como públicas que realicen la intermediación habitual entre la oferta y la demanda de recursos financieros. La Ley de Entidades Financieras 21.526, señala que las entidades sometidas a sus mandatos son:

**a) Entidades bancarias.** Pueden ser de propiedad pública o privada. Las entidades públicas se constituirán bajo la forma jurídica que determinen sus estatutos.

**BANCOS COMERCIALES:** Están habilitados para realizar toda clase de operaciones que no le sean prohibidas por la ley de entidades financieras. La ley bancaria les permite constituirse bajo la forma jurídica de sociedades cooperativas.

**BANCOS DE INVERSIÓN:** No tienen un objeto jurídico residual a diferencia de los bancos comerciales. Pueden conceder créditos a medio y largo plazo, captar únicamente depósitos a plazo, emitir bonos, obligaciones y certificados de participación en los préstamos que otorgan. Asimismo, realizan inversiones en valores mobiliarios y actúan como depositarios de fondos de inversión.

**BANCOS HIPOTECARIOS:** Tiene como finalidad principal conceder créditos para la adquisición, construcción, ampliación y reforma de bienes inmuebles. También pueden captar recursos mediante la emisión de títulos vinculados a los préstamos hipotecarios concedidos, emitir obligaciones hipotecarias, efectuar inversiones de carácter transitorio en colocaciones fácilmente liquidables, entre otras.

**b) Otros intermediarios financieros.** De propiedad privada, no pertenecen a la categoría de bancos, aunque están regulados por la misma ley.

**COMPAÑÍAS FINANCIERAS:** La actividad principal de estas entidades se centra en otorgar garantías, conceder créditos personales, emitir letras y pagarés, gestionar por cuenta ajena la comercialización de valores, actuar como depositarias de fondos de inversión y administrar carteras de valores. Pueden captar, únicamente, depósitos a plazo.

**CAJAS DE CRÉDITO:** Se caracterizan por conceder créditos a corto y medio plazo con destino a pequeñas empresas, a profesionales y, en menor medida, a particulares. Tienen permitido recibir depósitos a plazo, conceder algunos tipos de préstamos, de montos relativamente bajos. Pueden adoptar la forma jurídica de sociedad anónima o de sociedad cooperativa.

## 1.2.2 Entidades No Financieras

Las entidades no financieras son empresas auxiliares al mercado financiero. No están autorizadas por el Banco Central para operar como una entidad financiera, por lo cual los fondos depositados en estas entidades no constituyen depósitos con garantías previstas por el Banco Central. Aunque pueden desarrollar el resto de las actividades, como otorgamiento de créditos, capitalización, entre otros. Aquí encontramos a:

- Proveedores no financieros de créditos (PNFC),
- Fideicomisos financieros, y
- Proveedores de servicios de créditos entre particulares a través de plataformas.
- Entre otras

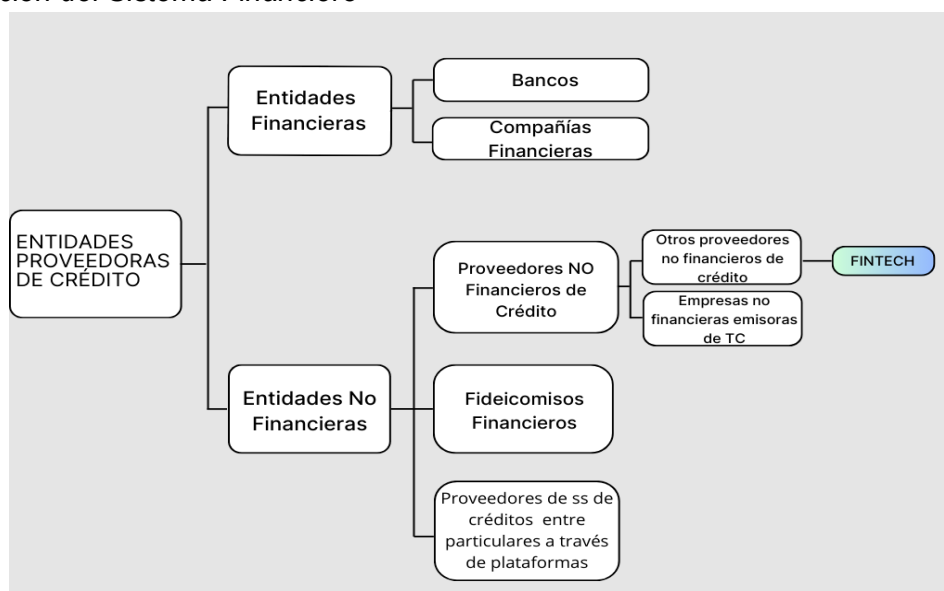
El BCRA a su vez, diferencia a los Proveedores No Financieros de Crédito PNFC en dos grupos. Los Otros proveedores no financieros de crédito (OPNFC) y las Empresas no financieras emisoras de tarjetas de crédito y/o compra (ETCNB). Las empresas pueden registrarse en una o en ambas al mismo tiempo, dependiendo de los tipos de asistencia que ofrecen.

En el Informe de Proveedores No Financieros de Crédito de noviembre de 2024 presenta, a su vez, una segunda clasificación de los proveedores basada en ciertas características comunes de cada empresa, centrándose en el tipo de organización societaria, la actividad comercial principal, la utilización de canales exclusivamente electrónicos para originar préstamos o la especialización en cierto tipo de financiaciones. De acuerdo a estas características, se identificaron seis grupos de PNFC:

- Cooperativas y mutuales
- Otras cadenas de comercios
- Venta de electrodomésticos
- **Fintech: oferta de financiamiento a través de canales digitales**
- Leasing & Factoring
- Otros prestadores

**Figura 1**

*Composición del Sistema Financiero*



Fuente: Elaboración propia

El fin de este trabajo de investigación es conocer la labor que realizan las Fintech para incluir a las personas, en especial a la Generación Z. Es por eso que solo vamos a definir a las Fintech y conocer sus características.

### **Definición de Fintech**

Según el Diccionario Financiero del BCRA el término Fintech “Deriva de las palabras “Finance and Technology” y se utiliza para denominar a las empresas que ofrecen productos y servicios financieros, haciendo uso de tecnologías de la información y comunicación, como páginas de internet, redes sociales y aplicaciones para celulares”.

Son plataformas electrónicas que permiten realizar transacciones e interactuar con el sistema financiero desde cualquier dispositivo electrónico. De acuerdo con el tipo de servicio ofrecido, pueden realizar: Préstamos, Pagos y transferencias, Financiamiento colectivo, Inversiones. Las Fintech no necesariamente son entidades financieras.

Las características de estas empresas son las siguientes:

- No son entidades financieras de la ley 21526.
- No requieren una autorización para funcionar ni tienen un control de funcionamiento.
- Las regulaciones a las que están sometidas se refieren a sus operatorias y no a su patrimonio ni funcionamiento.
- No pueden intermediar en la captación y afectación de depósitos de terceros.
- Los costos de operación y mantenimiento son sensiblemente menores que los de los bancos, aseguradoras y tarjetas de crédito.
- Promueven la democratización financiera mediante la interoperabilidad.

## **1.3 Regulación y Supervisión del Sistema Financiero Argentino**

La regulación y supervisión del sistema financiero le corresponde al Banco Central de la República Argentina (BCRA) a través de la Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias.

El marco legal que regula el Sistema Financiero Argentino está compuesto por un conjunto de leyes, entre ellos se puede destacar tres leyes principales:

- Ley 24.144 Carta Orgánica del Banco Central: que establece al Banco Central de la República Argentina como una entidad autárquica del Estado nacional. Y tiene por finalidad promover, en la medida de sus facultades y en el marco de las políticas establecidas por el gobierno nacional, la estabilidad monetaria, la estabilidad financiera, el empleo y el desarrollo económico con equidad social.
- Ley 21.526 Ley de Entidades Financieras: junto a normas complementarias regulan a las entidades financieras tradicionales. Alcanzando a todas las personas o entidades

públicas o privadas que realicen intermediación habitual entre la oferta y la demanda de recursos financieros.

- Ley 18.924 Ley de entidades Cambiarias: establece que todas aquellas personas que se dediquen de manera permanente o habitual al comercio de compra y venta de monedas y billetes extranjeros, oro amonedado o en barra de buena entrega y cheques viajeros, giros, transferencias u operaciones análogas en moneda extranjera, deberán sujetarse a los requisitos y reglamentación que establezca el Banco Central de la República Argentina.

### 1.3.1. Regulación en las Fintech

Por el momento, en Argentina no hay una ley específica que regule a las Fintech. Esto se debe a que el sector es relativamente nuevo y diverso, lo que dificulta la creación de una regulación única que abarque todas las actividades de las Fintech (pagos, préstamos, inversiones, etc). Sin embargo, están reguladas según las actividades específicas que realizan, utilizando el marco legal del sistema financiero vigente.

El Banco Central de la República Argentina (BCRA) es el encargado de supervisar a las Fintech que operan en el mercado, con el fin de preservar la integridad del sistema financiero y mantener equilibrio entre la innovación y la protección de los inversores tanto como de los usuarios.

Fintech alcanzadas por la regulación del BCRA:

#### 1.3.1.1 Proveedores de Servicios de Pagos

El BCRA define a los Proveedores de Servicio de Pago (PSP) como “las personas jurídicas que, sin ser entidades financieras, cumplan al menos una función dentro de un esquema de pagos minorista, en el marco global del sistema nacional de pagos”.

La regulación dispone que todos los PSP deben inscribirse en el “Registro de Proveedores de Servicios de Pago” dentro de la competencia de la Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias.

Una de las funciones de los PSP es la provisión de cuentas para la realización de débitos y créditos dentro de un esquema de pago. Aquí encontramos a las entidades financieras, los PSP y los Proveedores de Servicios de Pago que ofrecen cuentas de pago (PSPCP). En el BCRA se encuentran 107 PSPCP registrados, entre ellos, se encuentran Mercado Pago, Ualá, Prex, Ultra y Go Pay.

En cuanto a la administración de los fondos de los clientes acreditados en cuentas de pago ofrecidas por PSPCP, deben estar, en todo momento, disponibles por un monto al menos equivalente al que fue acreditado en la cuenta de pago. El 100% de los fondos de los clientes deberá encontrarse depositado, en todo momento, en cuentas a la vista en pesos en entidades financieras del país.

### 1.3.1.2 Billetera digital, electrónica o virtual

El BCRA las define “como el servicio ofrecido por una entidad financiera o proveedor de servicios de pago (PSP) a través de una aplicación en un dispositivo móvil o en un navegador web que debe permitir –entre otras transacciones– efectuar pagos con transferencia (PCT) y/o con otros instrumentos de pago –tales como tarjetas de débito, de crédito, de compra o prepagas–. “

Todo PSP que desee brindar un servicio de billetera digital, es decir, que permita efectuar pagos con transferencia iniciados mediante la lectura de códigos QR debe estar inscripto en el “Registro de billeteras digitales interoperables” según el punto 9 de la comunicación “A 7462” del 24/02/2022. En el último comunicado el BCRA anunció por medio de la Comunicación “A 8032” que todas las billeteras digitales registradas, ya sean bancarias o de proveedores de servicios de pago, que permitan realizar pagos con tarjeta de crédito y/o tarjetas prepagas a través de códigos QR, deberán ser interoperables.

### 1.3.1.3 Proveedores No financieros de Crédito

Según el BCRA “son considerados proveedores no financieros de crédito aquellas personas jurídicas que, sin ser entidades financieras de conformidad con la Ley de Entidades Financieras, realicen –como actividad principal o accesorio– oferta de crédito al público en general, otorgando de manera habitual financiaciones alcanzadas.”

Este concepto incluye las asociaciones mutuales, las cooperativas y las empresas no financieras emisoras de tarjetas de crédito y/o compras.

Los proveedores no financieros de crédito deben inscribirse en el BCRA. Existen dos tipos de registro que habilita la Superintendencia de Entidades Financieras y Cambiarias (SEFyC). Por un lado, las empresas no financieras emisoras de tarjetas de crédito y/o compras deben inscribirse en el “Registro de empresas no financieras emisoras de tarjetas de crédito y/o compra”, sean o no sujeto de crédito por parte de entidades financieras. Y, por otro lado, se encuentran los Otros proveedores no financieros de crédito, quienes deben inscribirse en el “Registro de otros proveedores no financieros de crédito”:

Los proveedores no financieros de crédito deben inscribirse en el BCRA. A su vez, deberán suministrar información sobre las financiaciones alcanzadas que otorgan, y estas se difundirá por la “Central de Deudores del Sistema Financiero” (CENDEU) que administra el BCRA.

Con fundamento en los artículos 3ro. de la LEF, 4to y 14 de la Carta Orgánica el BCRA puede regular, dentro de sus facultades, a cualquier entidad que guarde relación con la actividad financiera y cambiaria, acá podemos encontrar a las Fintech.

## 1.4 Tipos de Productos Financieros

Los productos financieros son instrumentos que ayudan a las personas físicas y jurídicas a ahorrar dinero e invertirlo. Aquel que decida invertir lo hace en función del nivel de riesgo que está dispuesto a aceptar. Usualmente los productos son emitidos por bancos e instituciones bancarias.

Tipos de productos financieros

Existen en general tres tipos de productos financieros que se pueden diferenciar: los productos de ahorro, los de inversión y los de financiación.

### **Productos financieros de ahorro:**

Son aquellos destinados a resguardar el dinero del ahorrador y generalmente producen intereses a favor del titular. Existen dos tipos de productos financieros de ahorro:

-Cuentas de ahorro: Permite a las personas guardar su dinero a cambio de recibir un monto mínimo de interés, el titular puede disponer de sus fondos en cualquier momento.

- Cuentas remuneradas: Ofrecen una rentabilidad determinada sobre el saldo depositado, los intereses son generados de manera periódica y se pueden disponer en cualquier momento. Su nivel de rentabilidad suele ser mayor al de una cuenta de ahorro tradicional.

### **Productos financieros de inversión:**

Es un instrumento financiero en cual un individuo puede invertir su dinero buscando obtener una tasa de rentabilidad por encima de la tasa de inflación esperada, asumiendo un mayor riesgo. Algunos de los productos más conocidos son:

-Depósitos en plazo fijo: El cliente deposita una cantidad específica de dinero por un plazo de tiempo determinado a cambio de una tasa de interés definida. El dinero depositado no se puede retirar antes de tiempo, una vez finalizado el plazo el cliente recibe el dinero más los intereses que haya generado y puede renovar el plazo fijo. Usualmente los intereses que ofrecen los depósitos a plazo fijo son superiores a los de las cuentas de ahorro.

- Fondos de inversión: son un instrumento de ahorro que permite agrupar a personas interesadas en invertir su dinero mediante una entidad dedicada a la gestión de activos como

acciones y títulos de renta fija, entre otras opciones que garanticen la mayor rentabilidad posible.

- Bonos: Son títulos de deuda con los que las organizaciones públicas o privadas pueden obtener financiación. Se trata de valores financieros que se venden, estos pueden ser emitidos por un país o una empresa. Por lo general se emite con una tasa fija lo que permite al tenedor del bono obtener un rendimiento permanente durante la vigencia del bono.

-Acciones: la compra de acciones presenta como característica principal el desconocimiento sobre la rentabilidad del activo, porque depende no solo de la situación del mercado sino también de cómo le vaya a la organización de la que se poseen acciones. Se trata de un producto de riesgo, se puede obtener una gran rentabilidad, pero asumiendo sus peligros.

**Productos financieros de financiación:** Tiene como único fin obtener financiación o dinero en efectivo para poder llevar a cabo un proyecto

- Créditos hipotecarios: destinado única y exclusivamente a la compra de viviendas. Es un crédito otorgado por la entidad bancaria con un tipo de interés mucho más bajo que un préstamo personal. Duran entre 10 y 35 años, dependiendo de la posibilidad del pago del usuario.

- Préstamos personales: este producto consiste en solicitar una determinada cantidad de dinero que debe ser devuelta en un periodo de tiempo establecido con pagos de interés pactados previamente.

- Tarjetas de crédito: es un tipo de crédito al que se puede acceder sin trámites y de forma inmediata. Su tasa de interés es más alta que los otros tipos de crédito por las facilidades que ofrece.

## 1.5 Innovación Tecnológica en el Sector Financiero

La transformación digital ha sido el punto de partida para el cambio en el sector financiero argentino, pasando de una interacción tradicional a un proceso de reinversión constante.

La banca tradicional nace hace más de dos siglos en el país y fue impuesta como institución legitimada para realizar todo tipo de transacciones y de intermediación financiera, siendo una de las pocas opciones para las personas que buscaban realizar operaciones en la industria. Caracterizados por mantener un modelo convencional con sucursales físicas y procesos burocráticos. Sin embargo, debido a las regulaciones estrictas pocas personas lograron acceder a los productos financieros.

La innovación Fintech apareció por primera vez a principios del 2000. La creciente popularidad de internet, y más tarde, la llegada de los teléfonos inteligentes, transformaron las expectativas de los clientes, exigiendo servicios financieros más rápidos y accesibles. Además, la falta de confianza de las personas en los bancos tradicionales, la burocracia excesiva, las altas comisiones, la poca flexibilidad y los antecedentes de crisis financieras hicieron que muchos usuarios buscarán alternativas más ágiles y confiables, esto alentó a las empresas Fintech a crear soluciones transparentes y centradas en el cliente.

La diferencia de las Fintech con la banca tradicional se puede ver en la forma de operar, las Fintech aprovechan la tecnología para sus procesos y para ofrecer servicios financieros de manera ágil y digital, poseen criterios de riesgos más flexibles y no tienen la necesidad de intermediarios físicos, lo que permite una mayor accesibilidad y eficiencia en las transacciones. Sin embargo, debido a que las Fintech no dependen de un ente regulador en concreto, es decir, poseen una regulación más flexible, lo cual hace que sean de mayor riesgo.

En un principio las entidades financieras tradicionales se vieron amenazadas con la llegada de las Fintech, pero con el tiempo supieron sacar ventajas de ellas. Colocando al usuario en el centro de la escena, la banca y las Fintech han logrado no solo una convivencia y coexistencia, sino también han impulsado la transformación y mejora del sistema financiero argentino. Algunas Fintech están dispuestas a establecer trabajos colaborativos con otras instituciones financieras mientras que hay otras Fintech que se mantienen en la idea de desafiar al modelo tradicional. Según una encuesta de Finnovista Fintech Radar Argentina 2024 revela información sobre la colaboración entre Fintech e instituciones financieras argentinas. Según los resultados, el 53.4% de las Fintech ya mantiene colaboraciones, el 21.3% está en proceso de establecerlas o en búsqueda activa, el 22.4% se muestra abierto a colaborar, y el 2.9% no tiene interés en hacerlo.

La adopción de tecnologías como blockchain, inteligencia artificial y big data, han transformado el sector financiero a nivel global. La inteligencia artificial (IA) ha permitido realizar mejores evaluaciones del riesgo crediticio, la detección temprana de fraudes y realizar personalización de ofertas en función del perfil y comportamiento financiero del cliente, esto gracias a algoritmos avanzados y al aprendizaje automático. La automatización impulsada por la IA también ha optimizado los procesos internos como el procesamiento de solicitudes de préstamos, la gestión de cuentas y la resolución de consultas dando como ventaja la reducción de costos y un aumento de la eficiencia en esas tareas. Dentro de la encuesta mencionada anteriormente Finnovista Fintech Radar Argentina 2024 muestra que el 83.3% de la Fintech utiliza la IA para automatizar los procesos internos, el 76.4% la aplica en la atención de clientes, un 73.6% para la toma de decisiones, el 54.2% para la prevención de fraudes, un 36.1% en la personalización y 34.7% en el análisis financiero.

### 1.5.1 Desarrollo de Plataformas Digitales y Fintech

La digitalización ha impulsado una profunda transformación en el sector financiero, fomentando el desarrollo de nuevas tecnologías y soluciones innovadoras. Esta tendencia ha

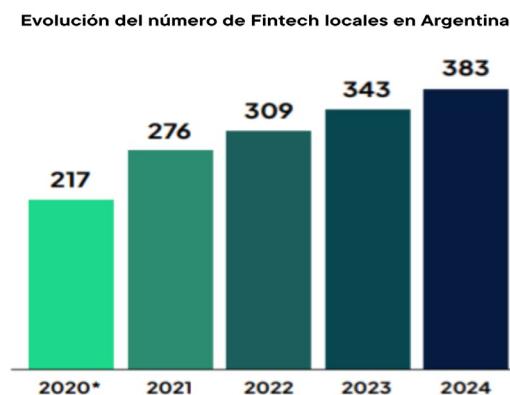
sido visible en el crecimiento de plataformas digitales y en el crecimiento de empresas Fintech, cambiando la forma en que las personas acceden a productos y servicios financieros. Estas nuevas plataformas no solo ofrecen rapidez, conveniencia y comodidad, sino que también están diseñadas para adaptarse a las necesidades de un público cada vez más digitalizado y exigente.

Este crecimiento viene acompañado con el rol que ha tomado el BCRA en su compromiso con la innovación para fomentar la inclusión financiera. En su rol como impulsor ha creado espacios y mecanismos para la innovación, ha realizado cambios regulatorios, análisis de mejores prácticas y apertura hacia el ecosistema.

Según el informe desarrollado por Finnovista Fintech Radar Argentina 2024 el ecosistema Fintech argentino se compone de 383 empresas Fintech locales y 101 empresas Fintech extranjeras. La tasa de crecimiento para las Fintech locales respecto del año 2023 es de 11.7% representado por 40 startups que se han incorporado en este último año. Y la tasa de crecimiento anual compuesta desde el 2020 es de 15.3%.

## Figura 2

### *Evolución del número de Fintech locales argentinas*



Fuente: Finnovista

Los bancos tradicionales frente a la necesidad de mejorar sus productos y servicios financieros, se han unido para ofrecer una plataforma digital a los usuarios. A fines del año 2020 Más de 30 bancos con presencia en Argentina lanzaron la billetera digital MODO que permite simplificar los pagos con dinero electrónico, y a su vez, integrar a las entidades bancarias del país en una aplicación digital. Este desarrollo no solo facilita la experiencia de sus clientes sino también busca competir con las Fintech las cuales habían ganado rápidamente una gran cuota de mercado.

## 1.5.2 Cambios en la Experiencia del Cliente Financiero

La experiencia del cliente en una Fintech se puede entender como el conjunto de interacciones que el usuario tiene con los distintos puntos de contacto digitales que ofrece la plataforma, entre ellos se puede mencionar la aplicación móvil y el sitio web, los chats

automáticos o chatbots para soporte en tiempo real, los centros de ayuda en línea y las interacciones en redes sociales. A diferencia de las instituciones financieras tradicionales, la mayoría de estos puntos de contacto que ofrecen las Fintech son digitales y están diseñados para brindar una experiencia rápida y personalizada, reduciendo la necesidad de interacciones presenciales o telefónicas.

A través de sus aplicaciones móviles ofrecen sus servicios las 24 horas del día, esto ha permitido que las personas puedan realizar distintas transacciones desde cualquier lugar y en cualquier momento. Transferencias, pago de servicios, pagos con QR, recarga de SUBE, entre otras, son ejemplos de operaciones que las personas pueden realizar en cuestión de segundos y sin ningún esfuerzo.

Existen además Fintech orientadas a satisfacer las necesidades de la población no bancarizada y ofrecen ciertos productos como préstamos de dinero, tarjetas de débito o crédito y posibilidades de pagos electrónicos, etc., un ejemplo de estas Fintech es Mercado Pago.

Una particularidad de las Fintech es que suelen emplear analítica avanzada e inteligencia artificial para anticiparse a las necesidades del cliente y ofrecer soluciones ajustadas a sus preferencias y comportamiento. Esto no solo mejora la experiencia, sino que también fortalece la relación con el cliente, creando una experiencia que se siente más ágil y personalizada.

La experiencia del cliente resulta de gran importancia para el sector debido a que las empresas compiten en su mayor parte o en su totalidad sobre la base de la experiencia del cliente. Según datos de la revista BigData magazine en el año 2019 “9 de cada 10 empresas Fintech creían que su mayor ventaja competitiva dentro del sector financiero era su capacidad para elevar la experiencia de cliente y, de forma más concreta, un 76% afirmaba que parte de su éxito se debía al desarrollo de nuevos productos, así como a la mejora de servicios financieros ya existentes”.

## 1.6 Metodologías de Análisis de Riesgo Crediticio

Existen varias metodologías para evaluar la capacidad de pago de las personas cuando solicitan un producto financiero. Las entidades financieras, al evaluar a sus clientes, toman en cuenta tanto el tipo de producto como el perfil del individuo. Por ejemplo, una persona que pide una tarjeta de crédito en un banco con el que no tiene historial puede ser evaluada de manera diferente a un cliente habitual. Además, las entidades financieras suelen considerar factores macroeconómicos, como la tasa de interés o el estado de la economía, para ajustar sus evaluaciones y prepararse ante posibles dificultades de pago.

El análisis de riesgo crediticio es fundamental para garantizar la estabilidad y solvencia de las entidades financieras, ya que permite controlar los riesgos asociados a la concesión de créditos. También facilita la personalización de los productos, adaptándolos a las necesidades y posibilidades de cada cliente, lo cual promueve relaciones duraderas.

A lo largo de los años, se han desarrollado métodos que combinan el análisis tradicional con modelos de scoring y herramientas más avanzadas.

### Análisis Tradicional:

El análisis de riesgo tradicional se basa en la revisión de elementos básicos como el historial crediticio del solicitante, su nivel de ingresos y su nivel de endeudamiento vigente. Estos factores se comparan con criterios establecidos por cada entidad financiera para poder asignar el perfil de riesgo del cliente. Aunque se han desarrollado herramientas más avanzadas, muchas instituciones siguen usando este método por ser una base clara para la evaluación de riesgos.

### 1.6.1 Modelo de Scoring Tradicional

En función de hacer un análisis de riesgo crediticio más preciso, las entidades procesan una gran cantidad de datos que les permite crear distintos modelos de score crediticio según el producto financiero y ciclo de vida de cliente.

Estos modelos usan datos cuantitativos como cualitativos para calcular una puntuación o score que resume el riesgo del cliente, a mayor cantidad de datos del cliente mayor será la precisión con la que se calculará su score, además en función del apetito al riesgo de la entidad esta decidirá a partir de qué puntaje aprobará la solicitud del cliente y en consecuencia hacerle una oferta acorde a su nivel de riesgo y capacidad de pago.

**Figura 3**

*Fijación de puntos de cortes del score crediticio por nivel de riesgo aceptado por cada Banco*

Score	Banco Conservador - minimiza riesgo -	Banco Estándar	Banco Agresivo - maximiza colocaciones -
1000 riesgo bajo	Acepta automáticamente	Acepta automáticamente	Acepta automáticamente
	Revisión		
riesgo alto 0	Rechaza automáticamente	Revisión	Revisión
		Rechaza automáticamente	

Fuente: Publicaciones BCRA

Según el ensayo “Anatomía de los modelos de credit scoring” de Matías Alfredo Gutiérrez Girault (2007). Explica que las entidades financieras tienen la posibilidad de utilizar estos

modelos en originación, es decir, cuando una persona solicita por primera vez un producto y poder tomar una decisión con mayor información.

Los scores también son usados para la administración de la cartera, en ese caso se utilizan modelos de seguimiento o modelos de comportamiento. Una vez que el cliente toma un préstamo o se le asigna un límite a su tarjeta de crédito en originación se analiza su comportamiento de pago y cómo evoluciona su nivel de endeudamiento. De esta manera se puede gestionar los límites de tarjetas de crédito y cuentas corrientes como también las de las líneas de préstamos, a su vez los modelos también sirven para determinar quiénes son los clientes que tienen más probabilidad de entrar en mora próximamente.

De acuerdo con Equifax (2023), el score crediticio es una puntuación que va de 1 a 999 y sirve para predecir, usando herramientas estadísticas, la probabilidad de que una persona o empresa cumpla con sus obligaciones de pago. Este puntaje señala que ante un número alto existe mayor probabilidad de que la persona pague a tiempo, mientras que un número bajo sugiere un mayor riesgo de incumplimiento de pago. El score está directamente relacionado con el historial crediticio de cada persona y su comportamiento de pago.

Naranja X (2024) indica que puntajes menores al 350 se consideran malos, mientras que un puntaje superior a 750 es considerado como un score crediticio bueno. Mientras más alto el puntaje mayor probabilidad de acceder a un crédito con buena tasa y condiciones convenientes.

El cálculo del score toma en cuenta varios factores: el historial de pagos, el uso de crédito frente al crédito disponible, la antigüedad del historial crediticio, datos públicos y las consultas que se hacen al reporte de crédito. Así, las instituciones financieras, como bancos y emisores de tarjetas, usan este puntaje para evaluar si alguien es confiable a la hora de acceder a productos financieros. Por lo tanto, cuidar el comportamiento de pago no solo ayuda a mantener un historial positivo, sino que también abre las puertas a mejores condiciones crediticias en el futuro (Equifax, 2023).

En Argentina, el BCRA cuenta con la Central Única de Deudores (CENDEU) quien recibe información de las entidades financieras y no financieras, a su vez, estas se encuentran obligadas a brindar la situación de sus deudores.

La entidad debe detallar la situación y monto adeuda por el deudor según la siguiente clasificación:

1. Normal: Atraso en el pago que no supere los 31 días.
2. Riesgo bajo: Atraso en el pago de más de 31 y hasta 90 días desde el vencimiento.
3. Riesgo medio: Atraso en el pago de más de 90 y hasta 180 días.
4. Riesgo alto: Atraso en el pago de más de 180 días hasta un año.

## 5. Irrecuperable: Atrasos superiores a un año

La información registrada en CENDEU es de carácter público y juega un papel importante la hora de evaluar el historial crediticio de una persona, por medio de esta base de datos, cualquier entidad puede identificar a los clientes tanto a los mejores clientes del sistema como a los peores.

Es importante mencionar que, aunque una persona se encuentre en situación mayor a o igual a dos, esto no significa que automáticamente queda excluida de poder solicitar nuevos productos crediticios, esto depende del nivel de flexibilidad de las políticas de créditos de cada entidad.

En conclusión, el score tradicional es una medida eficaz para predecir qué tan buen pagador será el cliente en el futuro, sin embargo, no todos los solicitantes logran acceder a los niveles mínimos requeridos de score crediticio por la banca tradicional, es decir, existe una población que no cumple con la información necesaria requerida que les permita ser evaluados por este tipo de score, ya sea, por falta de historial crediticio, ingresos inestables o situación laboral informal.

Ante esta situación, han surgido los modelos de scoring alternativo, los cuales incorporan nuevas variables basadas en datos no convencionales provenientes de las redes sociales y del comportamiento transaccional, lo cual permite el acceso al sistema financiero de los sectores más vulnerables.

### 1.6.2 Scoring Alternativo

Ante la rigidez de los scores de tipo tradicional que dejan de lado a toda persona que no cuenta con historial crediticio y la falta de ingresos estables, las Fintech han identificado este segmento de mercado insatisfecho y han encontrado otras formas de analizar el nivel de riesgo de este segmento dando nacimiento al scoring alternativo. Este tipo de score utiliza datos no convencionales y fuentes de información adicionales (como transacciones en línea, comportamiento social, datos de pagos recurrentes y más) para evaluar la capacidad de pago de un solicitante. Este modelo no reemplaza el scoring tradicional, sino que lo complementa, brindando una herramienta más inclusiva para evaluar el riesgo crediticio. Además, está relacionado con la innovación tecnológica, las Fintech han sabido aprovechar los avances en Big Data y Machine Learning para personalizar las evaluaciones crediticias.

En el capítulo 2 este se desarrollará con mayor profundidad este tipo de score.

# CAPÍTULO II: INCLUSIÓN FINANCIERA EN ARGENTINA

## 2.1 Definición de Inclusión Financiera

El Ministerio de Economía de Argentina define a la Inclusión Financiera como “la herramienta que busca incorporar cada vez más personas al sistema financiero a través de la información, la capacitación y el acercamiento de las nuevas tecnologías”. Y tiene como objetivo ampliar el acceso a productos y servicios financieros a las poblaciones que son excluidas del circuito bancario tradicional.

Según la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) 2024, la Inclusión Financiera se define en tres dimensiones: acceso, uso y calidad. El acceso hace referencia a la capacidad de los individuos para utilizar los servicios y productos financieros ofrecidos por las instituciones del sistema financiero formal. El uso hace referencia a la utilización efectiva de los productos financieros, lo que incluye tanto la regularidad y frecuencia de uso como el objetivo con el cual se usa el sistema financiero. Por último, la calidad se define en términos de las características del acceso y del uso (calidad y efectividad). Esto abarca varios aspectos, como la adaptabilidad del producto a las necesidades del cliente, variedad de servicios financieros, regulación y supervisión de productos y protección del consumidor entre otros.

El Banco Mundial también define a la Inclusión Financiera como “el acceso que tienen las personas y las empresas a diversos productos y servicios financieros útiles y asequibles que atienden sus necesidades —transacciones, pagos, ahorro, crédito y seguros— y que se prestan de manera responsable y sostenible”. Y considera que la inclusión financiera es un elemento facilitador clave para reducir la pobreza y promover la prosperidad.

La definición del Banco Mundial es la que se utilizará para analizar el impacto de las Fintech en la inclusión financiera de la generación Z.

## 2.2 Evolución de la Inclusión Financiera

La inclusión financiera ha surgido como un pilar fundamental en la promoción del desarrollo económico. En los últimos años ha experimentado una evolución significativa, las nuevas tecnologías y la expansión de los servicios financieros digitales han redefinido el concepto de inclusión financiera y ampliado su alcance.

En Argentina, la inclusión financiera comenzó a adquirir especial relevancia en la década de 2000, principalmente después de la crisis económica y financiera del 2008. Fue en ese momento cuando se incorporó en las agendas de los países del G20, organismos

internacionales y bancos centrales, la importancia del acceso y el uso de servicios financieros de calidad como pilar clave para promover el desarrollo y el bienestar general de la sociedad.

A partir de la llegada del COVID-19, el mundo atravesó un proceso de inclusión financiera forzada. Debido a la crisis sanitaria, muchos canales físicos tuvieron que cerrar, lo que llevó a las empresas a incorporar a las personas en plataformas digitales. Con lo cual, la adopción de servicios financieros digitales creció en un 40% a nivel mundial según un estudio realizado por el Banco Mundial & Global Findex. Esto reflejó un cambio en el manejo de las finanzas de muchas personas, que comenzaron a reemplazar el uso de efectivo para todas las transacciones u operaciones, adoptando el uso de las billeteras virtuales o pagos móviles.

En Argentina con el fin de fomentar una inclusión financiera el BCRA tomó ciertas acciones, se incorporó la Ley de Financiamiento Productivo 27.440, por medio de esta se establece que el Poder Ejecutivo Nacional elabore junto al Consejo de Coordinación de la Inclusión Financiera (CCIF) el diseño de una Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF).

Durante los períodos 2020-2023 la ENIF estableció determinados objetivos con la iniciativa de contrarrestar el desconocimiento y la desinformación de las personas sobre temas básicos en economía y finanzas, dando especial atención a los problemas de acceso y uso de bienes y servicios financieros en los sectores sociales vulnerables. Entre sus principales objetivos se encuentran: Ampliar y mejorar el acceso a bienes y servicios financieros tales como cuentas de ahorro, crédito, medios de pago electrónicos y seguros; Potenciar el uso de medios de pago electrónicos, cuentas de ahorro, crédito y otros servicios, como portal de entrada al sistema financiero, incluyendo al sector bancario y a los microcréditos e instituciones de microfinanzas (IMFs).

El último informe de Inclusión Financiera presentado por el BCRA en el que se analiza el primer semestre del 2024 muestra que 36,8 millones de personas se incorporaron al conjunto de individuos con al menos una cuenta bancaria o de pago, esto representa un aumento neto de 1,2 millones con relación al periodo de junio de 2023. Además, en el segundo trimestre de 2024, el 73,8% de las personas con cuentas registraron al menos una operación por la acreditación o débito de fondos, indicando una suba interanual de 12,4 puntos porcentuales.

En cuanto al otorgamiento de créditos a nuevas personas registró un aumento neto de 200 mil personas (1%) respecto de diciembre de 2023. Por otro lado, la participación de los Fondos Comunes de Dinero (FCD) continuaron ampliando su alcance entre los productos de ahorro e inversión de las personas, el número de cuentas de pago con saldo en FCD pasó de 13,8 millones en diciembre de 2023 a 18,6 millones en junio de 2024, esto representa aproximadamente un 51,7 % de los tenedores de cuentas de pago.

Una de las herramientas más potentes para la inclusión financiera de personas a través de las Fintech es el acceso a créditos. La Cámara Argentina Fintech y el Instituto Tecnológico de Buenos Aires (ITBA) presentaron su tercer informe de crédito Fintech con datos actualizados al segundo trimestre de 2024, dentro de las principales conclusiones del informe se puede mencionar que se registraron 6,03 millones de personas titulares de un crédito Fintech, de las cuales 380 mil se sumaron en el segundo trimestre de 2024. Además, el 40%

de los tomadores de crédito Fintech (2,44 millones de personas) no tienen otros productos de crédito en el sistema financiero y se mantienen como clientes exclusivos de las Fintech.

El número total de créditos Fintech alcanzó los 6,4 millones de financiaciones, es decir, en el segundo trimestre de 2024 se sumaron 400 mil créditos Fintech. En cuanto al total de créditos vigentes del sistema financiero (incluyendo tarjetas, préstamos personales, prendarios, hipotecarios, entre otros) alcanzó los 34,1 millones en junio último, aquí los créditos Fintech representaron el 18,8% del share del mercado, esto representa un incremento de 1,5 pp. respecto al trimestre anterior.

El informe también revela que se mantiene el perfil de cliente joven de entre 18 y 29 años dentro de las Fintech, representando el 37,2% sobre el total de clientes, esto es los 0,4 puntos porcentuales por sobre la medición de cierre de 2023.

### 2.2.1 Indicadores de Inclusión Financiera en Argentina

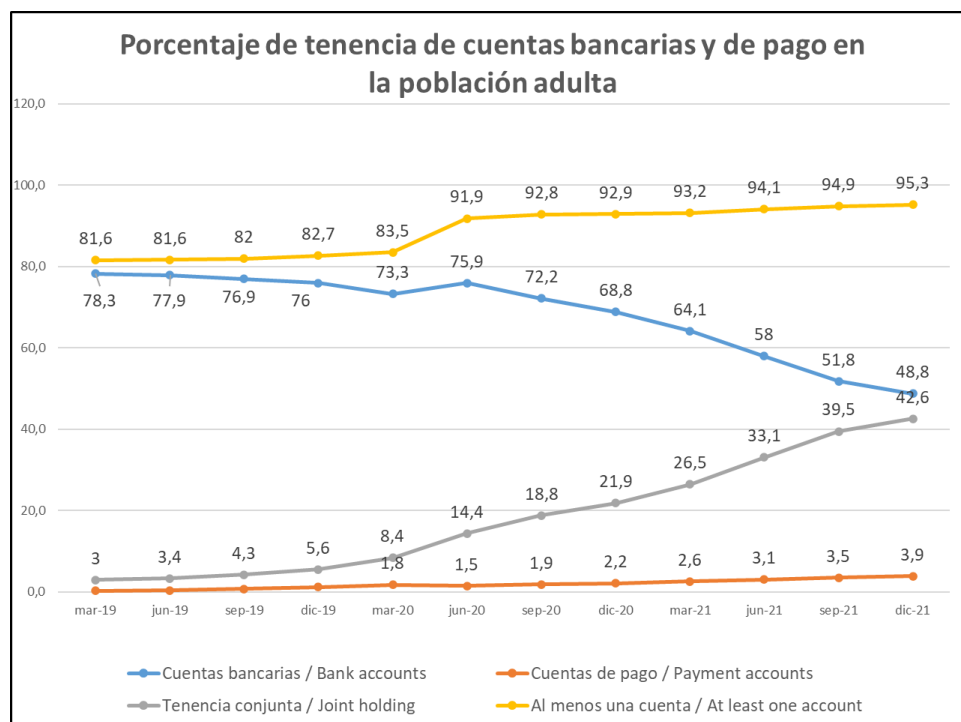
De acuerdo a la definición de inclusión financiera del Banco Mundial la cual no solo mide la cantidad de personas con algún producto sino también mide el acceso a los distintos servicios financieros y consecuentemente la cantidad de cuentas.

El mundo experimentó un antes y después en las formas de pago, Argentina no fue ajena a este suceso y experimentó un crecimiento acelerado en la cantidad de cuentas bancarias, de pago y en el uso de medios de pago digitales.

Según el Informe de Inclusión Financiera del segundo semestre del 2021 publicado por el BCRA, en marzo del 2020 el 83,5% de la población contaba con al menos una cuenta para realizar pagos y recibir fondos, para diciembre de 2021 ese porcentaje ascendió a 95,3%. Debemos destacar que la tenencia de ambos tipos de cuenta fue lo que más aumentó, pasando de 8,4% a 42,6% para el mismo periodo.

**Figura 4**

*Porcentaje de cuentas bancarias y de pago en la población adulta*



Nota : Cuentas bancarias: personas que sólo tienen este tipo de cuentas y no poseen cuentas de pago; Cuentas de pago: personas que sólo poseen cuentas de pago; Tenencia conjunta: personas que tienen cuentas bancarias y de pago; Al menos una cuenta: personas que poseen al menos una cuenta bancaria y/o de pago.

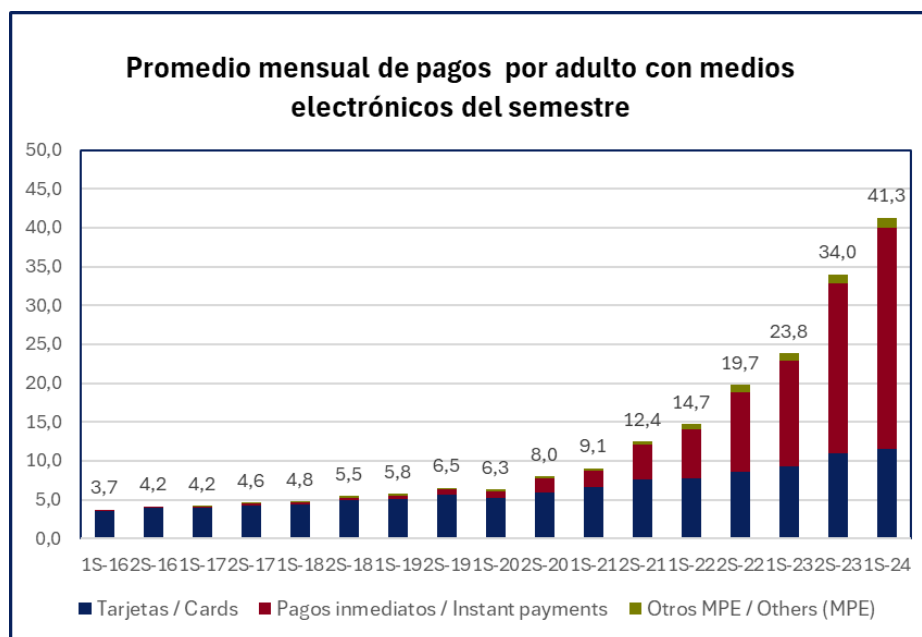
Fuente: Elaboración propia en base a los datos de COELSA e INDEC

El poseer alguna de estas cuentas es la puerta de entrada hacia la inclusión financiera ya que permite a las personas acceder a los servicios financieros, en un inicio se podrán usar transferencias, pagos electrónicos, seguros y en futuro solicitar productos de mayor riesgo como préstamos, tarjetas de crédito y realizar inversiones.

El último informe de Inclusión Financiera publicado por el BCRA (2024), muestra un crecimiento exponencial en el uso de medios de pago electrónicos (MPE), el cual incluye pagos con tarjetas (débito, prepaga y crédito), pagos inmediatos (transferencias y pagos con QR) y otros medios de pago (débito de pago y débito directo), en la figura 5 podemos observar el promedio mensual de pagos con MPE por cada semestre, para el primer semestre del 2020 el promedio de pagos era de 6,3, cuatro años después este promedio pasó a ser de 41,3, lo que significó una variación del 555%. Este crecimiento ha sido impulsado por varios factores como la digitalización acelerada, el aumento de las Fintech en Argentina y las regulaciones que promovieron la interoperabilidad de pagos con código QR y cambios en los hábitos de la población.

**Figura 5**

*Promedio mensual de pagos por adultos con medios electrónicos del semestre*



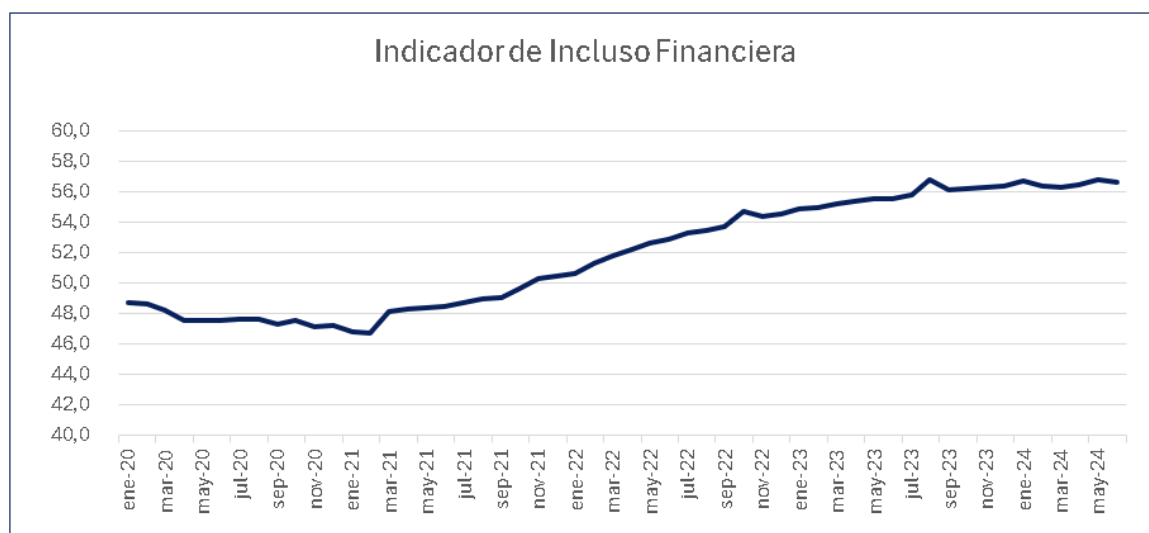
Fuente: Elaboración propio en base a los datos del BCRA e INDEC

Adicionalmente se analiza el porcentaje de la población adulta (a partir de los 15 años) que posee al menos un producto de crédito.

En el gráfico podemos observar que en febrero del 2021 el nivel de inclusión financiera sube considerablemente y rebasa los niveles de pre pandemia, presentando un nivel máximo de 56,8% en agosto del 2023, siendo el último un 56,6% de junio del 2024.

**Figura 6**

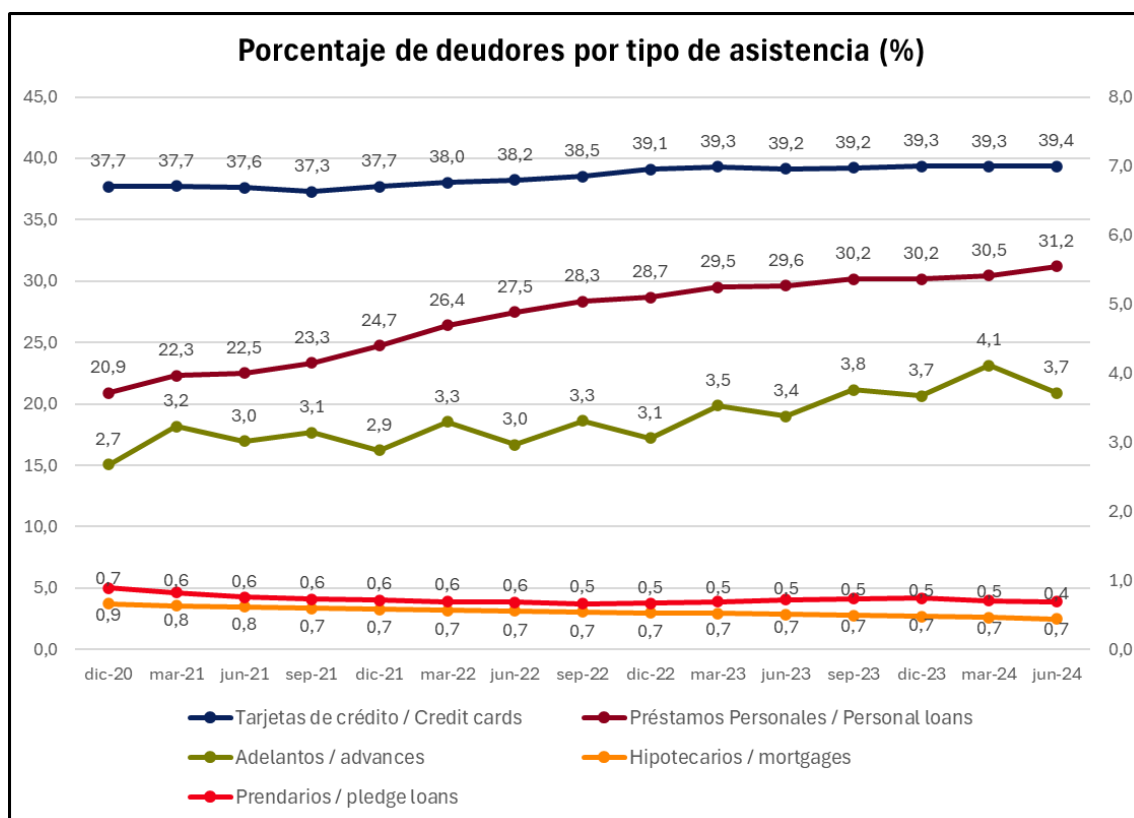
*Indicador de Inclusión Financiera 2020- 2024*



Fuente: BCRA e INDEC

En este informe también podemos observar el % de deudores por tipo de financiamiento, en los últimos meses las personas con préstamos personales han ido en aumento debido a la baja de tasas de interés lo cual hace más atractiva la oferta, mientras que las tarjetas de crédito se mantienen como el tipo de financiamiento de mayor uso.

**Figura 7**  
Porcentaje de deudores por tipo de asistencia



Fuente: Elaboración propia en base a datos del BCRA e INDEC

A partir de la base de datos publicada por el BCRA (2023), podemos observar los datos de inclusión financiera pre y post pandemia.

Al realizar un análisis por rango etario se observa una relación inversa entre el indicador y la edad además podemos concluir que:

1. Rápido Crecimiento en el Grupo de Jóvenes (15-24 años): Aunque los jóvenes de 15 a 24 años todavía muestran niveles bajos de inclusión financiera en comparación con otros grupos, el crecimiento ha sido notablemente rápido. Por ejemplo, el rango de 15-19 años aumentó de 1,0% en diciembre de 2019 a 5,2% en junio de 2023, y el grupo de 20-24 años subió de 16,6% a 35,6% en el mismo período. Estos datos reflejan que, aunque el acceso a productos de crédito aún es limitado para muchos jóvenes, cada vez más están logrando formar parte del sistema financiero formal.

2. Mayor Inclusión en Grupos de Edad Intermedia: Los grupos de edad intermedia, especialmente entre 35 y 59 años, tienen los niveles más altos de inclusión financiera, con cifras superiores al 60%. Esto puede explicarse por una mayor estabilidad laboral y por la necesidad de usar productos financieros ante el contexto económico argentino.
3. Estabilidad en Grupos de Edad Avanzada: La inclusión financiera entre los mayores de 60 años es estable, aunque más baja que en otros grupos. Los adultos de 60 a 79 años muestran niveles de inclusión moderados (58% a 65%), mientras que en los mayores de 80 años la tasa cae drásticamente a poco más del 30%. Esto se debe, en parte, a la dificultad que tienen muchos adultos mayores para adaptarse a los servicios financieros digitales, a las restricciones que les impone el sistema tradicional debido a su avanzada edad y a la desconfianza generada por experiencias previas en un contexto económico volátil como el de Argentina.

**Figura 8**

*Nivel de Inclusión Financiera por rango etario 2019-2023*

Rango Etario	dic-19	ene-20	feb-20	abr-23	may-23	jun-23
15 - 19	1,0	1,0	0,9	5,0	5,1	5,2
20 - 24	16,6	16,5	16,3	34,8	35,5	35,6
25 - 29	41,4	41,0	40,8	54,2	54,8	54,8
30 - 34	57,0	56,2	56,1	65,5	65,7	65,7
35 - 39	63,2	63,2	63,1	69,0	69,1	69,3
40 - 44	64,9	64,1	64,3	71,7	71,6	71,5
45 - 49	64,5	62,8	62,9	66,8	66,8	67,0
50 - 54	63,4	62,6	62,7	66,1	66,0	66,1
55 - 59	62,2	61,8	61,9	63,6	63,4	63,4
60 - 64	63,4	62,8	62,8	63,8	63,7	63,8
65 - 69	68,1	67,2	67,2	66,5	66,2	66,2
70 - 74	66,8	65,4	65,3	64,8	64,7	64,7
75 - 79	60,0	58,7	58,6	58,5	58,5	58,4
80 - 84	48,7	48,1	48,0	48,2	48,3	48,3
85 - 89	33,3	33,2	32,8	33,8	33,9	33,6
<b>TOTAL</b>	<b>48,6</b>	<b>48,7</b>	<b>48,6</b>	<b>55,3</b>	<b>55,4</b>	<b>55,3</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos del BCRA e INDEC

Al realizar un análisis por género, se observa que en Argentina, el indicador de inclusión financiera ha crecido para ambos géneros, pero aún persiste una brecha entre hombres y mujeres. Desde 2019, los hombres han mantenido un nivel de inclusión financiera más alto, y aunque el indicador por parte del género femenino aumentó en mayor proporción que el de los varones en 2024, la tendencia de brecha por género está disminuyendo. Esta brecha podría estar relacionada con factores como diferencias en ingresos, empleo formal y algunas barreras culturales y educativas que afectan más a las mujeres.

Para reducir esta brecha y avanzar hacia una inclusión financiera más equitativa, es fundamental promover políticas que fortalezcan la educación financiera, especialmente entre

las mujeres. Mejorar el conocimiento sobre productos y servicios financieros podría ayudar a disminuir las barreras de acceso.

### Figura 9

*Nivel de Inclusión Financiera por género*

Género	Mujeres	Varones
jun-19	45,5	51,6
dic-19	45,6	51,6
jun-20	44,4	50,5
dic-20	44,4	49,9
jun-21	45,9	50,8
dic-21	48,3	52,4
jun-22	51,1	54,4
dic-22	53,0	55,8
jun-23	54,0	56,5
dic-23	55,1	57,6
jun-24	55,6	57,8

Fuente: Elaboración propia en base a datos del BCRA e INDEC

Adicionalmente, se realiza un análisis por provincia, podemos evidenciar que a nivel nacional CABA es la zona geográfica con mayor nivel de inclusión, las provincias de Corrientes, Chaco, Formosa y Entre Ríos, presentan el mayor nivel de crecimiento del país, pasando en promedio de 40,9% en diciembre del 2019 a 50,2% en junio del 2023, también podemos observar que la media país en el último periodo es del 55,4, por último Mendoza mantiene un nivel por debajo de la media, pero demuestra un crecimiento del 45,8% a 53,3%.

La brecha entre las distintas regiones evidencia el largo camino que se debe recorrer en materia de educación y acceso a productos financieros.

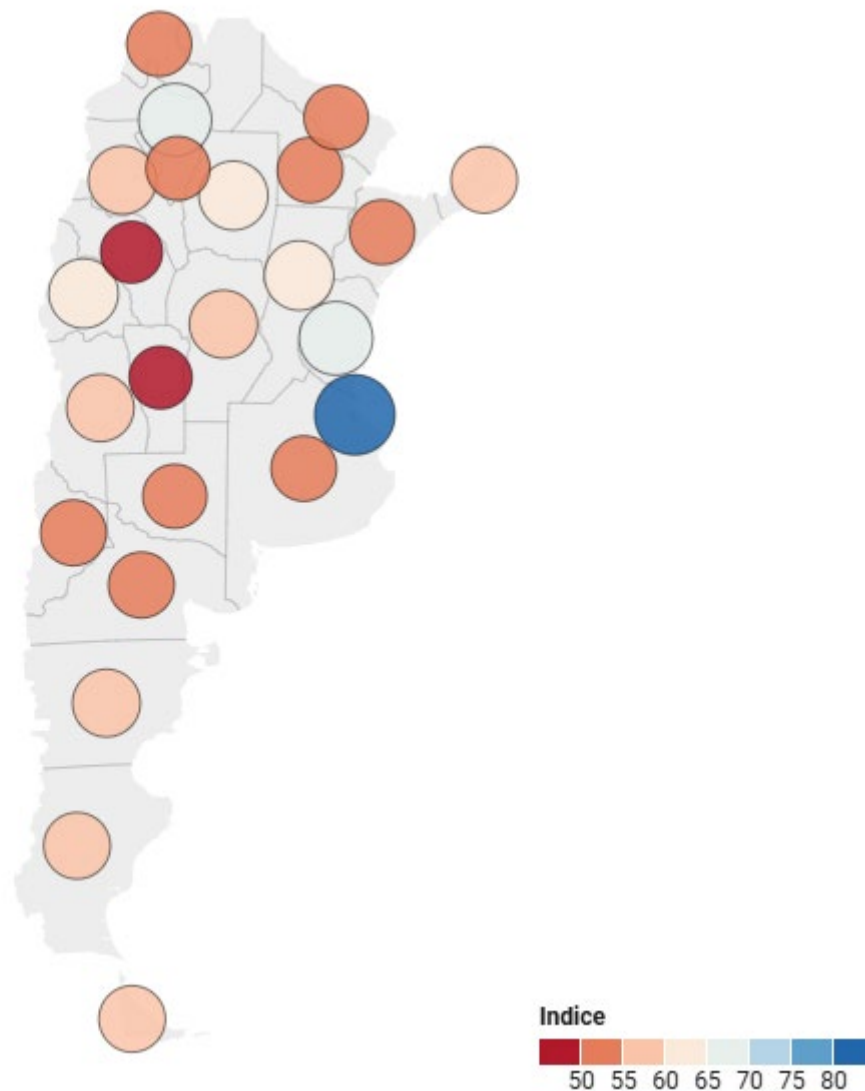
**Figura 10***Nivel de inclusión financiera por provincia*

Provincia	dic-19	ene-20	feb-20	abr-23	may-23	jun-23
CABA	76,5	76,6	76,5	82,3	82,2	82,0
Buenos Aires	46,1	46,2	46,1	52,6	52,7	52,7
Catamarca	46,6	46,7	46,7	54,4	55,0	55,1
Córdoba	51,3	51,2	51,2	57,1	56,9	57,0
Corrientes	39,6	39,9	39,9	49,9	50,2	50,2
Chaco	41,3	41,5	41,6	50,9	51,2	51,1
Chubut	50,6	50,7	50,4	56,2	56,4	56,4
Entre Ríos	44,3	44,3	44,3	51,2	51,1	51,2
Formosa	38,4	38,5	38,4	48,0	48,4	48,3
Jujuy	39,6	39,8	39,8	45,8	45,9	45,9
La Pampa	49,1	50,1	49,7	56,7	56,5	56,9
La Rioja	45,2	45,2	45,1	51,8	51,9	52,2
Mendoza	45,8	45,9	45,8	53,2	53,4	53,2
Misiones	40,8	41,0	41,0	51,6	51,9	52,1
Neuquén	55,8	55,9	55,7	64,6	64,8	64,9
Río Negro	50,0	50,1	49,7	58,2	58,4	58,4
Salta	42,3	42,3	42,3	47,6	47,6	47,6
San Juan	44,0	44,1	43,9	53,6	53,6	53,5
San Luis	49,3	49,3	49,1	59,3	59,4	59,2
Santa Cruz	53,3	53,3	53,0	59,3	59,5	59,2
Santa Fe	49,4	49,4	49,5	54,4	54,4	54,3
Santiago del Estero	43,3	43,1	43,0	49,6	50,0	50,0
Tucumán	45,5	45,6	45,5	51,0	51,0	51,1
Tierra del Fuego	63,7	63,6	63,1	67,0	67,0	66,9
<b>TOTAL</b>	<b>48,6</b>	<b>48,7</b>	<b>48,6</b>	<b>55,3</b>	<b>55,4</b>	<b>55,3</b>
<b>media</b>	<b>48,0</b>	<b>48,1</b>	<b>48,0</b>	<b>55,3</b>	<b>55,4</b>	<b>55,4</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos del BCRA

## Figura 11

Nivel de inclusión financiera por provincia a junio del 2023



Fuente: Elaboración propia basados en datos del BCRA e INDEC

## 2.3 El Papel de las Fintech

### 2.3.1 Origen y evolución de las Fintech

El término Fintech procede de las palabras en inglés Finance and Technology y hace referencia a todas aquellas actividades que impliquen el empleo de la innovación y los desarrollos tecnológicos para el diseño, oferta y prestación de productos y servicios financieros

Según un blog del BCRA, “Se denominan “Fintech” aquellas empresas que prestan servicios financieros a partir de aplicaciones móviles o sitios web. De este modo, las Fintech prescinden, por su naturaleza, de puntos de atención físicos.”

El origen de las Fintech se remonta a la creación de los primeros sistemas de pago y bancos en línea en la década de 1990. Sin embargo, la crisis financiera global del 2008, los avances tecnológicos y los cambios en la mentalidad del consumidor dieron lugar a las Fintech de la actualidad.

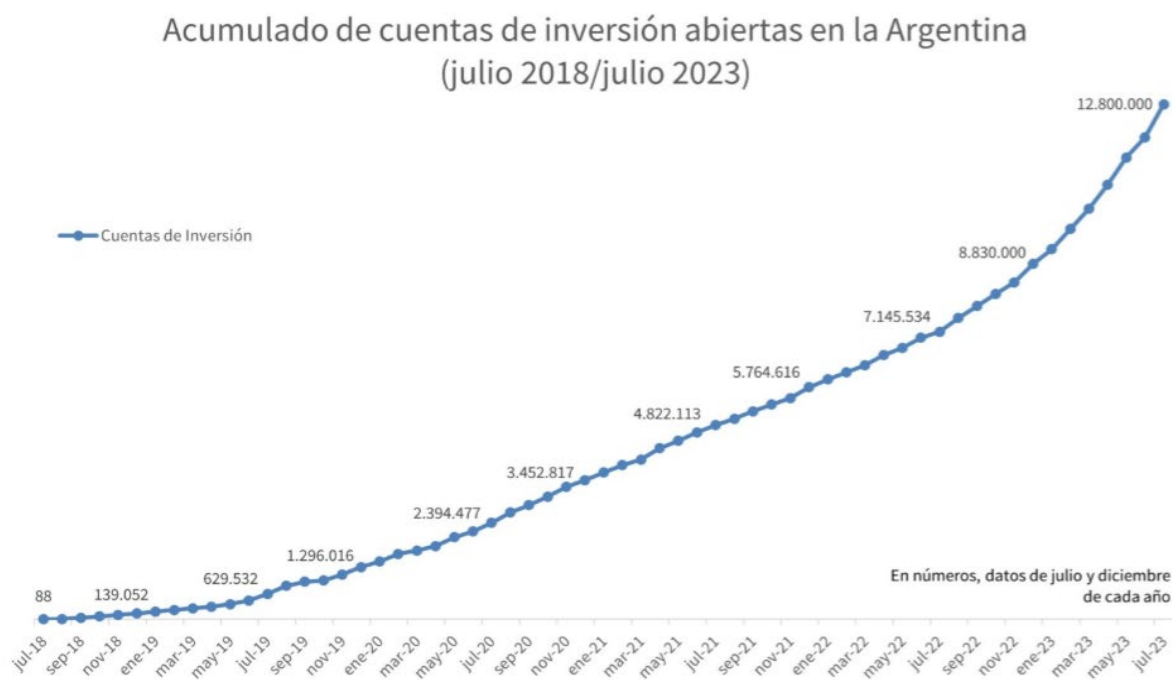
A principios del 2000 se conocían las Fintech 1.0, que centraban sus innovaciones en la digitalización de los sistemas bancarios tradicionales. El comienzo del nuevo milenio marcó el inicio de las Fintech 2.0, estas integraban tecnologías más avanzadas como el internet móvil, que permitió el nacimiento de las primeras plataformas de banca en línea accesibles para el usuario promedio. Luego, la crisis financiera de 2008 desencadenó la era Fintech 3.0, aquí las startups tecnológicas comenzaron a ofrecer soluciones financieras innovadoras, eficientes y centradas en el cliente. Estas pretendían mejorar la experiencia del usuario, así como promover la inclusión financiera.

El sector Fintech de Argentina ha experimentado un alto crecimiento. Diversas iniciativas públicas y privadas promueven al sector, permitiendo que se consolide y acelere la inclusión financiera de todas aquellas personas que nunca habían tenido acceso a servicios financieros. Entre los organismos impulsores de estas iniciativas, se puede mencionar la Cámara Argentina de Fintech, el Foro Fintech Argentino y el Hub de Innovación, también el Banco Central de la República Argentina (BCRA) acompaña con el fin de que exista una mayor transparencia y seguridad para las operaciones de las Fintech; además se suman otros programas que fueron diseñados para la transformación digital, como el Plan Argentina Programa 4.0, el Programa Capacitación 4.0 y la Ley de Economía del Conocimiento.

Dado el contexto de alta inflación en el país, las Fintech han tomado un papel importante en la protección de los ingresos de los ciudadanos argentinos. Años atrás invertir en la bolsa como medio de protección del capital propio era solo accesible para personas con posibilidad de acceder a un agente de bolsa. Según datos del Banco Central de la República Argentina (BCRA) los saldos en Fondos Comunes de Inversión (FCI) a través de las cuentas que proveen las Fintech alcanzaron una cifra de \$438.700 millones en el mes de julio del 2023. Y en los meses de enero a julio del año 2023, el dinero invertido en estos instrumentos creció 183%, lo que implicó un aumento real del 87,5%, descontado el efecto de la inflación. En cuanto a la cantidad de cuentas de inversión abiertas, crecieron 20 veces en Argentina en los últimos cuatro años, al pasar de 600 mil cuentas hasta 12,8 millones, en julio de 2023.

## Figura 12

Cuentas de Inversión abiertas en la Argentina (julio 2018/julio 2023)



Fuente: Cámara Argentina Fintech, en base a Argentina Clearing y Registro S.A

### 2.3.1 Composición del ecosistema FINTECH en Argentina

Según el informe de Finnovating, agosto 2023, el panorama Fintech en Argentina se analiza mediante tres variables clave: el número de startups activas, el número de startups locales (con sede en Argentina) y el índice de madurez (calculado dividiendo el número de startups por millón de habitantes). Estas métricas permiten establecer clasificaciones de las principales empresas tanto a nivel local como regional.

#### Datos Clave del Ecosistema Fintech en Argentina

- Ecosistema en Crecimiento: Argentina alberga un ecosistema Fintech en expansión con más de 700 startups que operan en áreas como pagos digitales, plataformas de inversión y préstamos en línea.
- Índice de Madurez: El índice de madurez es del 15%, lo que indica un entorno favorable para el crecimiento de las empresas Fintech.

#### Modelos de Negocio y Distribución

- Predominio del Modelo B2B: El 77% de las startups Fintech en Argentina operan bajo el modelo de negocio B2B, buscando sinergias con socios comerciales y clientes dentro de la industria financiera.
- Plataformas Digitales y SaaS: Hay 209 startups que ofrecen sus servicios a través de plataformas digitales y 170 que proporcionan soluciones basadas en la nube (SaaS).

## Tecnologías Impulsoras

- Inteligencia Artificial (IA): Utilizada por el 17% de las empresas Fintech.
- Big Data y APIs: Empleadas por el 11% y el 23% de las startups, respectivamente.
- Blockchain: Incorporada por el 15% de las empresas para asegurar transferencias de datos seguras y descentralizadas.

### 2.3.2 Verticales Fintech

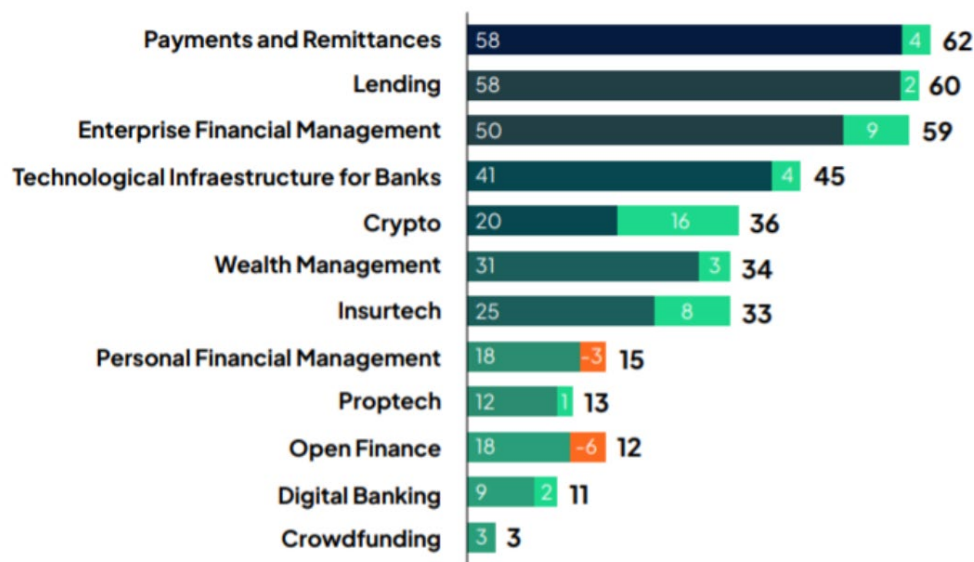
Según una publicación del Banco Interamericano, “Estudio Fintech 2020”, Ecosistema Argentino”, explica que el ecosistema de una Fintech se divide en verticales, es decir conviven diferentes subsegmentos o sectores de actividad donde cada vertical agrupa productos y servicios especializados en un área de la actividad financiera.

De acuerdo a la publicación FINNOVISTA FINTECH RADAR ARGENTINA 2024, las verticales en el sistema Fintech argentino se distribuyen de la siguiente manera:

**Figura 13**

*Evolución de los segmentos Fintech respecto a 2023*

#### Evolución de los segmentos Fintech respecto a 2023



Fuente: Datos internos de Finnovista

De acuerdo al gráfico cada número representa la cantidad de empresas Fintech que tienen determinada vertical como su foco principal.

Se puede observar cómo han evolucionado las verticales durante el 2024 (verde y naranja). La vertical de Pagos y Remesas y de Préstamos lideran en popularidad, con 62 y 60 empresas

respectivamente, lo que refleja cómo las Fintech siguen abriendo el acceso a transacciones y crédito para muchas personas. Estos segmentos son los que impulsan la inclusión financiera al ofrecer alternativas accesibles.

Por otro lado, áreas como Gestión Financiera Empresarial e Infraestructura Tecnológica para Bancos están creciendo rápidamente, indicando un enfoque en modernizar y hacer más eficientes las operaciones de las empresas y bancos tradicionales, acá podemos evidenciar el trabajo colaborativo entre los bancos y las Fintech.

Las verticales de Cripto e Insurtech también han tenido un gran crecimiento durante este año, reflejando el interés del público argentino en nuevas formas de inversión y en el aumento en la adopción de seguros.

La gran variedad de servicios financieros digitales ofrecidos por las Fintech demuestra cómo esta industria sigue evolucionando constantemente. Día a día buscan adaptarse a las necesidades de los usuarios y hacer la vida financiera más fácil y accesible para todos.

Entre estos servicios, los pagos digitales y transferencias han tomado un papel central. Según una publicación del diario El Cronista, “Ecosistema Fintech a Pleno: 10 claves de un sistema en punto de inflexión”, 2023. En Argentina las soluciones de pago representan el 42% del total de los servicios que ofrecen las Fintech.

Una gran cantidad de Fintech en sus inicios surgen como una billetera digital, permitiéndole a sus clientes abrir una cuenta virtual a su nombre que se asocia a una Clave Virtual Uniforme (CVU) la cual les permite ingresar dinero a su cuenta, hacer transferencias de dinero hacia otras billeteras o entidades bancarias, realizar pagos por medio de un código de quick response conocido como QR, pagar servicios, realizar recargas telefónicas y de transporte.

Las Fintech dan la opción a sus clientes de solicitar una tarjeta física prepaga que se vincula a su cuenta virtual permitiendo usar el saldo para compras en supermercados, páginas web de e-commerce, pagar servicios de streaming, etc.

Este conjunto de soluciones es el punto de partida para que los usuarios se familiaricen con los servicios financieros además de disfrutar de beneficios de las billeteras como tener un control de sus gastos y hacer uso de promociones y descuentos exclusivos.

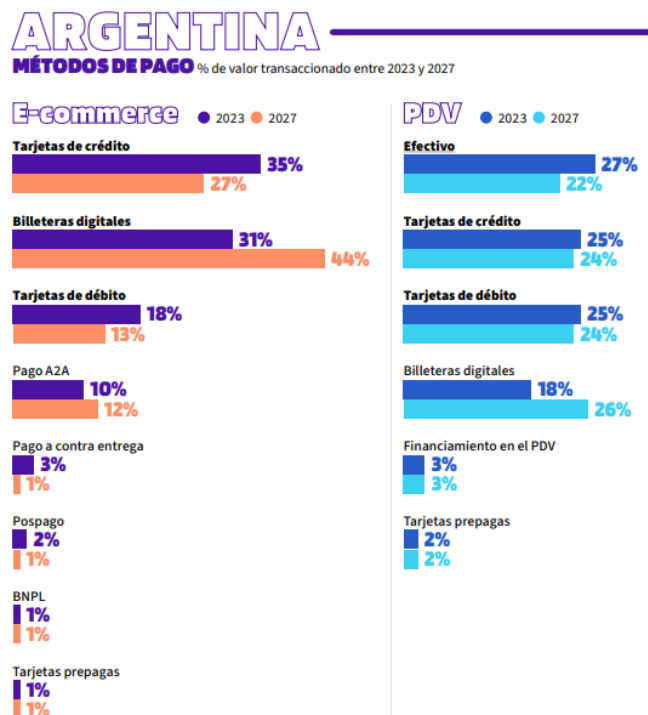
Según el informe “The Global Payments Report 2024” concluye que, durante el 2023 a nivel mundial, el uso de billeteras digitales para pagos en plataformas de e-commerce fue del 50%, seguido por las tarjetas de crédito y débito respectivamente, si bien el medio de pago Compre ahora, pague después, también conocido como Buy Now, Pay Later (BNPL) solo representa el 5% de los pagos durante 2023, creció un 18% en un año y estiman que siga creciendo un 9% más hasta el 2027.

En Argentina, el informe muestra que los pagos realizados en compras e-commerce por medio de tarjetas de crédito representaron el 35% mientras que por medio de billeteras virtuales fueron del 31%, además estima que para el 2027 llegará a ser del 44% mientras

que el resto de los medios de pago irán en declive; por otra parte el principal medio de pago usado por los Puntos de Venta (PDV) minorista son efectivo con el 27% seguido por las tarjetas de crédito y débito respectivamente, en cuarto lugar figuran las billeteras digitales con tan solo el 18%, pero se estima que para el 2027, estas estén alrededor de 26%.

**Figura 14**

*Métodos de pago en Argentina: % de valor transaccionado entre 2023 y 2027*



Fuente: Worldpay

### 2.3.3 Contribución de las Fintech a la Inclusión Financiera

El sector Fintech se ha convertido en un exponente del desarrollo de la digitalización. Y en consecuencia han revolucionado el ámbito de las finanzas, transformándolo en un ecosistema de finanzas digitales.

Las empresas Fintech ofrecen una variada gama de productos o servicios financieros de manera accesible, mediante plataformas tecnológicas. Como resultado lograron incorporar dentro del sistema financiero a un segmento diversificado de bajos ingresos. Un relevamiento de Equifax y la propia Cámara Fintech de 2022 revela que el 22% de las personas que accedió por primera vez a un crédito lo hizo a través de este tipo de compañías, que se posicionaron por encima de las tarjetas de crédito (14%), los bancos (12%) y las financieras (11%).

Las Fintech están revolucionando la forma en que los argentinos manejan sus finanzas. Al simplificar los procesos de pago y agilizar las transacciones, no solo hacen que el día a día sea más fácil, sino que también brindan una experiencia mucho más segura y rápida, algo

que todos valoramos cada vez más. Este avance se refleja en los datos: en 2023, el 61% de los argentinos mayores de 15 años ya tenían al menos una cuenta en una Fintech, y dos de cada tres transferencias de dinero incluyeron una CVU, según la Cámara Argentina Fintech.

Dentro de este escenario, la generación Z está en el centro de atención. Estas plataformas nacieron prácticamente con ellos, y las Fintech están trabajando para entender y atender sus necesidades. Más allá de facilitar pagos, están abriendo puertas a servicios financieros que antes no estaban tan al alcance, como el crédito. De acuerdo al informe mencionado anteriormente. "Informe de Crédito Fintech Argentina Q1 2024", casi el 37% de los créditos otorgados por Fintech en Argentina son para jóvenes de entre 18 y 29 años. En contraste, en los bancos tradicionales, este grupo apenas alcanza el 17,6%. Este cambio tiene que ver con la accesibilidad, la rapidez y la sencillez que ofrecen las Fintech, haciéndolas ideales para una generación que busca soluciones inmediatas y digitales.

Además, el informe muestra que el sector Fintech ha crecido un 7.4% en solo tres meses y ha sumado casi 390 mil nuevos clientes, de los cuales 82 mil son clientes exclusivos de las Fintech, es decir, no usan bancos tradicionales. Un dato interesante, es que más del 53% de sus clientes son mujeres, un porcentaje que supera al de los bancos, esto refleja cómo estas plataformas proporcionan un acceso más fácil.

En cuanto a la calidad de los créditos, el 75% de los préstamos otorgados por las Fintech están al día, aunque un 13% presentan algún retraso y un 12% están en situación de incobrabilidad. En el caso de los jóvenes, estos son los que más tienden a retrasarse o a tener dificultades de pago debido a que muchos están en proceso de educarse financieramente, además no todos cuentan con estabilidad económica.

El informe también menciona que el monto promedio de los préstamos ronda los 86 mil pesos.

La tendencia general de los emprendimientos Fintech en América Latina apuntan a servir segmentos no cubiertos por el sistema financiero. Según un informe elaborado a partir de los resultados de una encuesta a 393 empresas jóvenes latinoamericanas sobre tecnologías financieras de 18 países, además, de fuentes secundarias disponibles y de una investigación previa realizada por Finnovista y el BID. "Un 41,3% de los encuestados afirma que su misión es servir a clientes que permanecen excluidos por el sector de los servicios financieros tradicionales".

Esta tendencia es una señal positiva en una región donde presenta altos niveles de exclusión del sistema financiero formal, que afecta a personas de todos los niveles de ingresos. Se estima que el 59% de los individuos que conforman el 40% más pobre de la población no tiene una cuenta en una institución financiera, mientras que en el 60% de la población más rica, la proporción es del 42%. Esto refleja que la exclusión financiera es un problema amplio y no se limita a los sectores de bajos ingresos.

Las Fintech colocan al consumidor en el centro de su actividad. Gracias a los bajos costos incurridos en la oferta de los canales digitales, las nuevas técnicas para evaluar a los clientes, su comportamiento y su riesgo, dan como resultado un diseño más apropiado de productos y servicios dirigidos a estos segmentos desatendidos. Es por esto que las Fintech son consideradas como uno de los pilares para reducir la exclusión financiera.

Mercado Pago es la solución de pagos de Mercado Libre y es un ejemplo de inclusión financiera en América Latina. En el año 2022, esta Fintech presentó su primer Índice de Avance de Inclusión Financiera, realizado por Americas Market Intelligence. En el que se midió el impacto de sus servicios financieros en Argentina, Brasil y México. A partir de datos internos de la plataforma y resultados directos obtenidos de una encuesta realizada a casi 45.000 usuarios de los tres países mencionados. Reflejaron que el 70% de los usuarios utilizaba menos efectivo y vieron mejoras en su realidad financiera. Y un 45% de los consumidores accedieron por primera vez a una tarjeta u oferta de crédito. Después de la pandemia vieron un gran crecimiento en, el acceso a nuevas cuentas, en el otorgamiento de préstamos a más personas, en las inversiones, y en la cantidad de personas que ingresaban fondos y los mantenían en sus cuentas, incluso, muchos usuarios consideraban a Mercado Pago como el único medio de pago.

En la actualidad el informe “Indicador COELSA Edición último cuatrimestre 2024” (2025) comparte datos del segundo cuatrimestre del año.

La cantidad de nuevas cuentas de Clave Bancaria Uniforme (CBU) y Clave Virtual Uniforme (CVU) creadas durante el último cuatrimestre del 2024 fueron un total de 33.803.635, donde la generación Z (2000 - 2017) representó el 80% liderando las nuevas incorporaciones y la generación Y (1980 -1999) representó un 11%, esto deja en evidencia que la generación Z son nativos digitales.

El informe también muestra el desarrollo de las transferencias inmediatas entre dos cuentas durante, las cuales crecieron un 47% comparado con el mismo periodo de 2023.

Las transferencias inmediatas se realizan de tres formas:

- 1.- Transferencias con CBU/CVU que sigue siendo el más usado, con más de 1.283 millones de operaciones, creció 44% más que el año pasado.
- 2.- PCT (pagos con QR): Las transferencias usando códigos QR durante este año aumentaron un 212%, consolidándose como una forma rápida y cómoda de pagar o transferir.
- 3.- Transferencias Pull: Son aquellas transferencias que permiten el ingreso inmediato de fondos desde otra cuenta propia que pertenece a otra entidad, este medio creció 17%.

Por último, al analizar los Pagos con QR, se observa que casi la mitad de las operaciones se realizan en las regiones de AMBA (33%) y Pampeana (42%), mientras que en las zonas del Noroeste, Noreste y Cuyo, su uso es relativamente bajo

Algunos datos a tener en cuenta:

- Los Millennials representan el 62% de los usuarios que usan QR, mientras que la Generación X (25%) y los Centennials (7%).
- El 62% de los usuarios son hombres,
- La mayoría de los usuarios son empleados (34%) o autónomos (33%).

## 2.4 Uso del Scoring Alternativo en la Evaluación de Crédito

La mayoría de entidades financieras utilizan distintas técnicas de credit scoring que les permite evaluar de una manera más rápida a sus clientes.

El scoring bancario tradicional utiliza datos personales y financieros para evaluar el riesgo crediticio de un cliente, pero qué ocurre cuando los solicitantes no se encuentran en las bases de datos de un bureau o no cumple con los requisitos formales que los bancos solicitan como trabajo registrado, antigüedad laboral o un ingreso formal.

En condiciones normales cuando una persona trabaja de manera formal su empleador le asigna la denominada “Cuenta Sueldo” a través de algún banco tradicional, este primer acercamiento con el sistema financiero le permite disponer de una tarjeta de débito y casi de inmediato de una tarjeta de crédito y una línea de crédito, lo que facilita que esta persona sea incluida financieramente de una manera más simple y con tasas de interés más bajas.

Las personas que quedan fuera del sistema suelen recurrir en primera instancia a préstamos entre familiares y amigos, y en segundo lugar a casas de préstamos que se encuentran fuera del sistema legal y que exigen el pago de altas tasas de interés.

Ante un mercado desatendido y con limitaciones es que surgen las Fintech con un score crediticio basado en datos alternativos, denominado “Scoring Alternativo”.

Gran parte de la ventaja competitiva de las Fintech se basa en otorgar créditos a personas no bancarizadas a través de su score alternativo, en muchos casos cada Fintech ha desarrollado el suyo, incluso algunas de ellas lo brindan como un servicio a otras Fintech o instituciones del sector bancario.

En Argentina, gracias al desarrollo de estos scores, son muchas las familias que han podido acceder por primera vez a un préstamo o tarjeta de crédito, Fintech como Naranja X, Mercado Pago, Ualá y Findo permiten que cualquier persona pueda solicitar un crédito a través de sus aplicaciones.

De acuerdo al trabajo de investigación “Datos Digitales en los Score de Crédito: Herramienta para la Inclusión Financiera del Crédito en Colombia”, (García, 2020). Los siguientes datos son algunos ejemplos de datos alternativos que un modelo de scoring alternativo podría usar: duración, frecuencia, número receptor y número emisor de las llamadas, relaciones de amistad, datos demográficos, intereses personales, datos transaccionales, tiempo de llamadas a familiares, dispositivo usado y pagos realizados en plataformas de e-commerce, proveedor de correo electrónico, sistema operativo del dispositivo, datos del email reportado, y, día y hora en que se realiza la compra.

Según la guía publicada por SEON (2021) explica que la presencia de una persona en internet es conocida como “huella digital” de la cual se pueden obtener distintos tipos de datos para construir un score crediticio.

A partir del correo electrónico o número de teléfono del usuario, se puede obtener la huella digital del cliente. Uno de los datos a tener en cuenta es la cantidad de amigos que posee en redes sociales el evaluado, SEON explica: “los amigos en línea de cada persona son generalmente de la misma clase socioeconómica a la que pertenece. Se asume que los amigos de buenos deudores tienden a ser buenos clientes y viceversa”. Otras cuentas a observar son, LinkedIn para analizar si la persona se encuentra trabajando o no y el tipo de empleo que posee, el poseer una cuenta de Spotify o de Airbnb también son buenos indicadores de gastos.

El crear un perfil del evaluado a partir de los datos analizados por la huella digital se llama “Perfilamiento Social”, el tipo de datos a obtener depende en gran medida del país del cliente. Por ejemplo, una persona con cuentas como GitHub, LinkedIn y Skype puede ser una persona que trabaja como programador. Al establecer relaciones entre estos datos y asignarles un valor numérico se puede construir el denominado score crediticio.

SEON concluye que crear un score crediticio en línea y en la era digital, es retador, pero totalmente factible. El reto radica en tener veracidad en la información.

## 2.4.1 Fintech que utilizan scoring alternativo

### 2.4.1.1 Findo

Findo es una Fintech argentina que desarrolla y ofrece diversas soluciones financieras como la validación de identidad de manera digital, la gestión integral de las políticas de crédito a través de un score alternativo que busca promover la inclusión financiera de los argentinos.

En una entrevista realizada por FORBES ARGENTINA A Daniel Negrotto, Chief Technology Officer (CTO) de Findo explica cómo funciona el score que han desarrollado, “El Score Findo cuenta con una familia de algoritmos que sistematizan información de hábitos de pago, consumo, uso del celular, así como geolocalización para validar domicilio, lugar de trabajo, entre otros. Con esas fuentes construimos un score crediticio que nos permite evaluar con eficiencia a las personas y darles una oportunidad”. Adicionalmente, comenta que el proceso de onboarding del cliente se realiza 100% online lo que permite en minutos validar su identidad y así obtener información de CENDEU y datos adicionales desde otros bureaus de crédito.

## 2.4.1.2 Mercado Crédito

Mercado crédito es la división crediticia de Mercado libre la cual se encuentra disponible en su plataforma de e-commerce y en la app de Mercado pago. La misma fue creada como una solución de financiamiento a sus clientes rezagados del sistema bancario.

Sus clientes son evaluados por el score alternativo que la Fintech ha desarrollado y permite ofrecerle un préstamo con un monto determinado.

En una entrevista brindada por Martín de los Santos, VP senior de Mercado Crédito, a Ipropup (2020) declara cómo funciona el score alternativo. Mercado Crédito analiza una gran cantidad de variables provenientes del uso de su página de ecommerce, su billetera virtual Mercado Pago e información de bureaus, estas variables se dividen en 6 categorías.

1- Navegación: Incluye alrededor de 250 variables internas, que representan el 12% del peso en la toma de decisiones. Los productos adquiridos, el momento de la compra, las categorías de interés, el dispositivo utilizado, la velocidad de conexión, las consultas realizadas y la interacción del usuario son algunas de estas variables. A pesar de ser beneficiosas, estas variables no son tan predictivas como otras.

2 -Transaccionales: Este grupo incluye alrededor de 900 indicadores, que representan el 24% del peso en la toma de decisiones. Entre ellos se encuentran el ticket promedio, el volumen de compras, las formas de pago y la financiación.

3 - Préstamos anteriores: Este grupo tiene el mayor impacto, con un peso del 34% en la decisión. Se analiza el comportamiento del usuario en préstamos previos, incluido el propósito del préstamo, la forma de financiamiento, el uso de la línea de crédito y los antecedentes de pago.

4 -Cobranzas: Se tienen en cuenta alrededor de 150 variables relacionadas con la gestión de cobranza de préstamos en el pasado, lo que representa un 18 % del resultado.

5 -Historial de ventas: se determina si los candidatos al crédito han realizado ventas en Mercado Libre mediante la evaluación de los productos comercializados y las opiniones de los clientes, entre otros factores. Este grupo tiene aproximadamente 250 variables y juega un papel del 6 % en la decisión de la oferta de préstamo.

6 - Bureaus de crédito: Utiliza una fuente más tradicional que aporta alrededor de 280 variables, que representan el 6% de la toma de decisiones sobre el crédito

De los Santos comenta que en Mercado Crédito existe una estrategia a Mar Abierto, es decir, toda persona tiene disponible una oferta inicial a pesar de no tener datos en el ecosistema de Mercado Libre o en los Bureaus de crédito.

A partir de esta estrategia millones de personas han podido acceder formalmente a un crédito a través de la app de Mercado Pago y comenzar a desarrollar su propio historial crediticio. En

los últimos años esta plataforma ha sido protagonista de la inclusión financiera de millones de argentinos.

En conclusión, el uso del scoring alternativo juega un papel importante en la inclusión financiera y ofrece nuevas oportunidades a personas que podrían haber sido excluidas del sistema financiero tradicional. Permiten a las Fintech tomar decisiones más informadas y personalizadas al tener una visión más completa y precisa del perfil crediticio de los solicitantes a través de la utilización de una amplia gama de datos y técnicas analíticas.

**Figura 15**

*VARIABLES UTILIZADAS EN EL SCORING ALTERNATIVO DE MERCADO CRÉDITO PARA LA EVALUACIÓN DE CLIENTES*



Fuente: IProUP

## 2.4.2 Aplicaciones del Scoring Alternativo en la Inclusión Financiera

### Datos de inclusión financiera de la industria Fintech

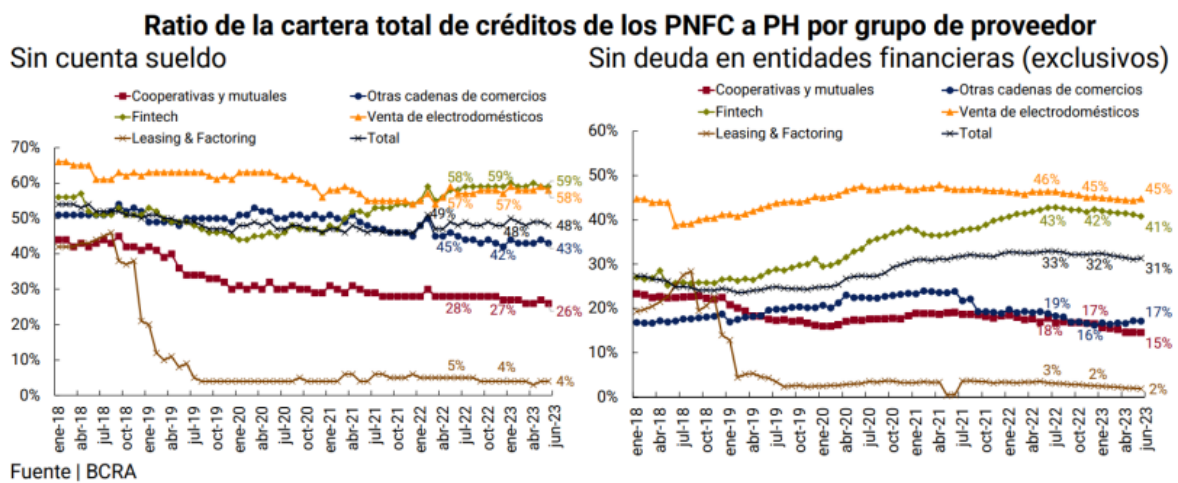
El BCRA define a los Proveedores de No Financiero de Crédito como “Aquellas personas jurídicas que, sin ser entidades financieras de conformidad con la Ley de Entidades Financieras, realicen como actividad principal o accesoria oferta de crédito al público en general, otorgando de manera habitual financiaciones alcanzadas. También quedan incluidas en este concepto las asociaciones mutuales, las cooperativas y las empresas no financieras emisoras de tarjetas de crédito y/o compra cualquiera sea su naturaleza jurídica, y se excluye a las empresas proveedoras de servicios públicos (empresas que suministren electricidad,

gas, teléfono, agua, etc.)". En este grupo podemos encontrar a las Fintech.

Mientras que en diciembre de 2020 las Fintech representaban el 8,2% del total de personas con un crédito en un **PNFC (Proveedores No Financieros de Crédito)**, pasaron a concentrar el 47% del sector. En este grupo se encuentran las Fintech. En sólo dos años y medio, las Fintech pasaron de asistir 583.000 personas a 4.985.000, un incremento de 755% en ese período

**Figura 16**

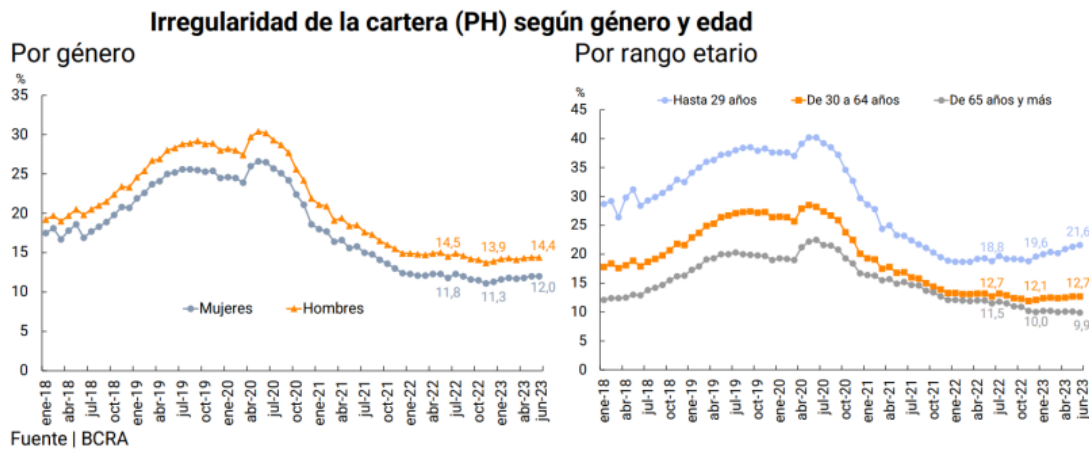
*Ratio de la cartera total de créditos de los PNFC a PH por grupo de proveedor*



Fuente: BCRA

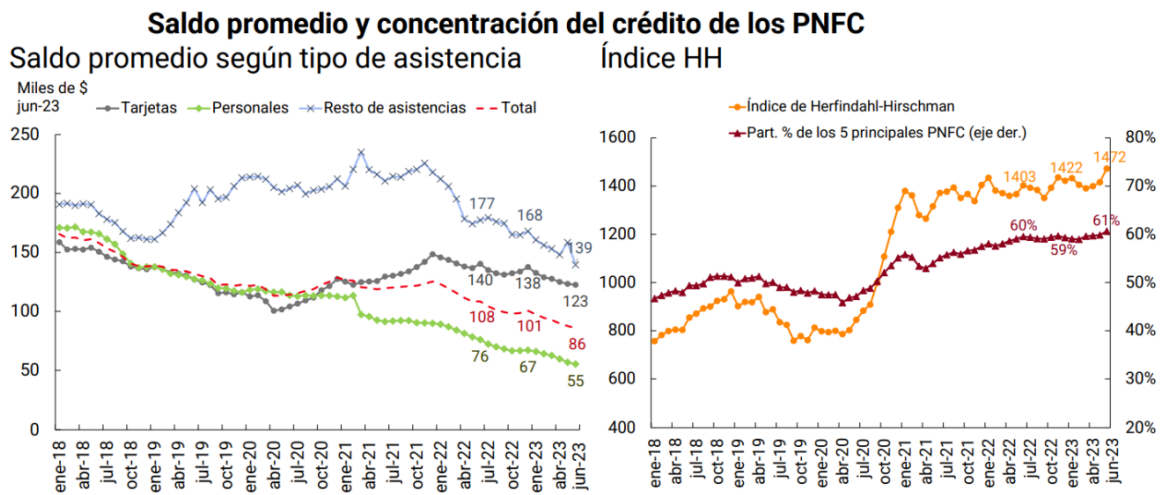
De esta forma, el grupo Fintech es el sector que más crédito provee proporcionalmente a personas sin cuenta sueldo (el 59% de sus deudores, es decir, casi 3 millones de personas), mientras que figura segundo entre los que no tienen deuda con entidades financieras (el 41% son deudores “exclusivos”, es decir, 2,04 millones de personas). Por el lado de la edad y el género, el ratio de irregularidad fue más elevado entre menores de 29 años, con 21,6% y un aumento de 2 p.p. con respecto a diciembre de 2022. La menor proporción fue por parte de los mayores de 64 años, con 9,9% y casi nula variación en el semestre.

**Figura 17**  
Irregularidad de la cartera (PH) según género y edad



Fuente: BCRA

**Figura 18**  
Saldo Promedio y concentración del crédito de los PNFC



Fuente: BCRA

## 2.5 Casos Destacados de Fintech en Argentina

### 2.5.1 GOcuotas

Es una startup cordobesa que nace en 2018 por Emiliano Canova y Cristian Renella, luego se sumó Facundo Toraño, sus primeras actividades fueron en Córdoba pero luego se fue extendiendo al resto de Argentina.

No es una emisora de tarjeta, no es un banco y tampoco es una entidad financiera, GOcuotas es un medio de pago que busca un sistema financiero más justo e inclusivo. Ponen a disposición de sus clientes el modelo "Buy Now, Pay Later" (Comprar ahora, Paga después)

dando la posibilidad a cualquier persona que posea una tarjeta de débito emitida por cualquier entidad pueda pagar en 3 o 6 cuotas sus consumos, básicamente transforman la tarjeta de débito en una tarjeta de crédito de 3 pagos, lo cual permite al cliente acceder a la “Cuotificación” de sus compras. El usuario pasa por un proceso de scoring para medir su nivel de riesgo y seguidamente asignarle un monto disponible para poder cuantificar su consumo.

El usuario de Go no tiene ningún tipo de costo, pero si el comercio que debe adherirse al sistema para usarlo. La ventaja para el comerciante es que con este sistema pueden ofrecer una oportunidad de pago en cuotas fijas a quienes no cuenten con una tarjeta de crédito. La solución que ellos proponen abarca todos los canales de venta de una empresa como e-commerce, página web, tienda física, televenta o redes sociales. Ya que el comercio puede enviar un link de pago o en el caso de la tienda física el vendedor se encarga de realizar todo el proceso en el mismo momento sin necesidad de que el cliente tenga un celular de última generación o que lea un código QR. Por ejemplo, una persona mayor que no entiende de tecnología puede acceder a las 3 cuotas con su tarjeta de la jubilación, debido a que por su edad no puede renovar su tarjeta de crédito. El objetivo es incluir a todas las personas que están fuera o van quedando fuera del sistema financiero por diferentes razones.

Las tres partes del negocio:

**El Cliente:** es quien tiene la necesidad por lo tanto la intención de compra, y es quien realiza el pago de la primera cuota en el momento y luego el resto de las cuotas a los 30, 60 y 90 días. En caso de que el cliente se atrase en una de las cuotas Go cobra un costo de mantenimiento fijo, no es un interés, porque no está relacionado ni con el monto de la deuda ni con el plazo del atraso, es simplemente un costo de mantenimiento que siempre está bonificado excepto cuando el cliente se atrasa, esta es una forma de generar en el cliente el hábito de pago a tiempo. En caso de que el cliente se atrase no podrá seguir usando GOcuotas, de esa manera la empresa evita que el cliente se siga endeudando y que sea perjudicial para la empresa.

**El Comercio:** Tiene dos beneficios. El primero es que con este medio de pago va a llegar a más clientes. Porque en Argentina hay más del doble de tarjeta de débito que de crédito, es decir, hay muchas personas que están bancarizadas, pero no están dentro del sistema financiero. El segundo beneficio es que aumenta el ticket promedio de la compra, esto debido a que históricamente una persona que posee tarjeta de débito solo podía gastar lo que tenía en su caja de ahorro, ahora con GOcuotas puede gastar hasta el triple. Esto permite que una persona hoy pueda comprar algo de lo cual no dispone el total del dinero.

**Go:** Para la expansión de GO es muy importante que los comercios o los profesionales que tienen GO le ofrezcan esa oportunidad de pago a sus clientes. Solo es necesario el DNI, el celular para recibir el código de aprobación que le envíen en el momento de la compra y fondos en su banco para el débito de la primera cuota, luego de eso se confirmará el pago del cliente al comercio.

Uno de los puntos sobresalientes de Gocuotas, es que recibe una gran variedad de tarjetas de débito en Argentina; abarca desde tarjetas bancarias, billeteras digitales como Mercado

Pago y Ualá y tarjetas del estado como la de Asignación Universal por Hijo o las de pensionados y jubilados.

De acuerdo con el Chief Marketing Officer (CMO) de Gocutas, la compañía ha vivido un crecimiento exponencial, con más de 1,4 millones de usuarios y más de 36 bocas de venta, englobando ciudades fundamentales como Córdoba, Rosario, Buenos Aires, Corrientes, Chaco, San Juan y Neuquén.

## 2.5.2 Naranja X

Es una empresa que nació como casa de deportes hace más de 30 años en la provincia de Córdoba, durante muchos años se consolidó en el mercado argentino como empresa emisora de tarjetas de crédito "Tarjeta Naranja" y en el año 2021 se transformó en Naranja X llevando la innovación tecnológica a sus procesos, productos y servicios. Buscando abrirse camino entre las Fintech y llegar a muchas más personas.

En línea con el cambio digital, lanzó la app "Naranja X" a través de la empresa "Naranja Digital Compañía Financiera S.A", donde permitió a miles de personas crear una cuenta gratis con la cual podían realizar transferencias, recargas de celular, pagar servicios, solicitar la tarjeta de crédito "Tarjeta Naranja", etc.

En pro de fomentar la inclusión financiera de miles de personas en junio del 2023 comenzó a otorgar préstamos a individuos sin historial crediticio, usando inteligencia artificial y algoritmos para realizar sus propios scores alternativos.

En una entrevista para el diario Clarín (2022) desde Naranja X comentan: "Estos nuevos clientes, bajo la mirada de un score tradicional, no hubiesen podido acceder al sistema financiero. Lo que hacemos es complementar la información del score financiero tradicional con un análisis de hábitos de consumo, recursos y comportamiento de pago de la persona". Esto demuestra que el uso del score alternativo no excluye al score tradicional, sino que se complementan.

Adicionalmente: "Miramos de cerca a estos potenciales clientes que el sistema tradicional rechazaría, con el objetivo de darles una "primera oportunidad" de acceder a una propuesta de soluciones (cuenta, tarjetas, préstamos, seguros) que resuelvan todas o la mayoría de sus necesidades financieras".

Una de las principales barreras para poder acceder a un crédito es la falta de un ingreso formal. Cualquier persona puede acceder a un préstamo a través de la app de Naranja X, donde la evaluación crediticia consiste en cruzar los datos de su propio score con los del sistema financiero tradicional para poder ofrecer un crédito personalizado.

Como parte de la estrategia de inclusión, Naranja X busca brindar oportunidades a cada individuo, permitiéndoles el acceso a servicios financieros y la posibilidad de construir su historial de comportamiento. Con más de 10 millones de tarjetas emitidas (crédito y débito),

Naranja X se convierte en la primera experiencia financiera para el 40% de sus nuevos clientes cada mes.

Según Mariano Tittarelli, Chief Risk Officer (CRO) de Naranja X en Argentina, más de 20 millones de personas carecen de acceso al sistema financiero y no son consideradas por los sectores tradicionales. A nivel global, más de 1.500 millones de personas no tienen información bancaria y no están contempladas por un scoring convencional. Esta Fintech no solo utiliza su score alternativo, sino que también utiliza el score alternativo desarrollado por Findo, con el objetivo de diferenciar a los buenos pagadores de los malos a pesar de poseer un historial de pagos, representando una estrategia financiera inclusiva y concreta.

## CAPÍTULO III: GENERACIÓN Z Y FINANZAS

### 3.1 Características de la Generación Z

#### 3.1.1 Definición y Características Generales de la Generación Z

Generación Z es el nombre que reciben los nacidos a mediados de 1990 y principios de 2000, no existe un rango de fechas definitivo, pero se trata de la primera generación que ha nacido en el nuevo milenio. La infancia y adolescencia de la Generación Z tuvo lugar durante las primeras dos décadas del siglo XXI donde ocurrieron hechos importantes, tanto a nivel nacional como internacional. Esta generación crece en un mundo volátil, incierto, complejo y ambiguo que marcan la definición de sus valores y comportamientos.

Se caracterizan por tener comportamientos, hábitos, preferencias y valores muy distintos al resto de las generaciones, tanto a las anteriores como a las posteriores. Son reconocidos como los primeros nativos digitales porque son los primeros en haber crecido en un mundo de máxima innovación tecnológica, en medio de smartphones, redes sociales y wifi. La tecnología es parte de su vida cotidiana, por lo que están acostumbrados a usar apps y servicios online.

La generación Z también es conocida como “generación de cristal” porque tienen mayor sensibilidad y demuestran una mayor preocupación por el futuro y el medio ambiente. Se los distingue por su consumo ético, consumen productos y procesos que minimicen sus efectos negativos con el medio ambiente, apoyan y se interesan por marcas que son congruentes con lo que dicen. Son consumidores astutos, confían menos en las marcas a diferencia de generaciones anteriores. Gracias al acceso constante de información desde cualquier dispositivo pueden obtener en tiempo real opiniones, experiencias, referencias y comportamientos relacionados con las marcas, además de descubrir qué productos o servicios son de mala calidad.

Esta generación entiende y acepta de mejor manera la diversidad humana, es por esto que están más comprometidos con el cambio, saben señalar racismo, discriminación por orientación sexual y otros prejuicios que puedan existir. Buscan el diálogo y priorizan la resolución de conflictos.

Se las considera además como una de las generaciones más emprendedoras, autodidactas y creativas. Desde una edad temprana, sueñan con convertirse en empresarios, dueños de sus propias empresas, formando así su propio camino hacia el éxito. Estos jóvenes confían en sus talentos y son inconformistas, esto los lleva a ser innovadores y adaptarse con facilidad a nuevos entornos y situaciones cambiantes.

Esta generación siente una fuerte necesidad de tener seguridad financiera debido a que han crecido en un mundo con inestabilidad económica, y aún lo viven en su día a día. A medida que intentan construir una base financiera, se enfrentan a ciertos desafíos como la situación económica y la inflación, esto los ha llevado a ser conscientes de la importancia de planificar su futuro. Es por esto que son más propensos al ahorro a diferencia de generaciones anteriores.

Según un estudio publicado por Mejores Hábitos Financieros de Bank of America (2022) realizada a la generación Z (de 18 a 25 años) muestra que “el 73% de la generación Z, la situación económica actual ha hecho que ahorrar sea más difícil. Consideran que la inflación a nivel mundial ha dificultado aún más ahorrar para metas financieras (59%) y pagar deudas (43%) y ha generado más estrés financiero (56%) en su vida. El 40% también afirma que el aumento del alquiler o de los precios de la vivienda han hecho que sea difícil cubrir las necesidades diarias”. Esta generación es consciente de la inflación y el elevado costo de vida. “Actualmente, el 75% de este grupo está tomando medidas o considerando maneras de obtener ingresos adicionales, que incluyen cambiar de trabajo (34%), convertir un pasatiempo en una fuente de ingresos (31%), aceptar un segundo trabajo (26%) o incluso un trabajo que no les gusta (23%)”. En relación a las finanzas, presentan cierto conocimiento básico sobre conceptos financieros, pero aun así reconocen tener cierta dificultad para realizar inversiones. El estudio muestra que “La generación Z se siente preparada para manejar tareas financieras básicas, como elaborar un presupuesto (71%), administrar gastos diarios (70%) y establecer y manejar el crédito (65%). Sin embargo, los niveles de preparación disminuyen significativamente cuando se trata del futuro y los temas más complejos, como crear un fondo para emergencias (54%), ahorrar para la jubilación (43%) e invertir (29%). Y “Casi el 40% no tiene inversiones y, entre ellas, las razones principales para no invertir incluyen no tener fondos adicionales (44%), no saber por dónde empezar (31%) y pensar que invertir es demasiado arriesgado (23%)”.

Según una encuesta realizada por Deloitte (2022) a los Millennials y Generación Z revela que existen principales preocupaciones que intentan solucionar. La encuesta se realizó a un total de 23.220 personas de 46 países a lo largo de América del Norte, América Latina (incluyendo Argentina con 500 participantes: 300 Gen Z y 200 Millennials), Europa Occidental, Europa del Este, Oriente Medio, África y Asia Pacífico. Los resultados obtenidos de los encuestados de Argentina muestra que existen ciertas preocupaciones que les afectan. Algunas de las preocupaciones se relacionan a las finanzas diarias, el temor a que en el futuro no tendrán una buena jubilación.

La encuesta también muestra que casi 4 de cada 10 (39%) Gen Z y menos de un tercio (28%) de los millennials argentinos tienen un trabajo secundario a tiempo parcial, además de su trabajo principal. Incluso el 34% de Gen Z y el 47% de los millennials argentinos aseguran que han logrado ahorrar dinero gracias a la modalidad de trabajo híbrido/remoto debido a sus beneficios. Sin embargo, estas muestran gran preocupación por la desigualdad de las riquezas y no son optimistas con la situación. Solo el 16% prevé que la situación financiera en los próximos 12 meses mejore. Y un 63,5% muestran estar preocupados o estresados por la situación financiera.

### 3.1.2 La Generación Z Argentina

En Argentina la Generación Z se encuentra marcada por distintos hitos políticos, sociales y económicos como el cepo cambiario implementado en el año 2011, el nacimiento del dólar ahorro y tarjeta, liberación y posterior vuelta del cepo y la creación del impuesto PAIS. Adicionalmente estos jóvenes vivieron una pandemia y cuarentena fruto del COVID -19, esta situación marcó un antes y después en el uso de productos y servicios digitales.

Esta generación ha experimentado gran parte de su vida el impacto de la inflación. En el año 2023 la tasa de inflación anual fue del 211,41% una de las más altas de la historia argentina durante el siglo XXI. Además, enfrentaron las restricciones a la importación y las plataformas de e-commerce internacionales.

La Generación Z vio nacer a las Fintech y son los primeros en adoptar sus productos y servicios, desde las billeteras virtuales hasta realizar inversiones tradicionales y otras de mayor riesgo como en criptomonedas. Esta generación adoptó de una manera más natural el uso de tecnología en su vida diaria.

### 3.1.3 Perfil Socioeconómico y Cultural de la Generación Z en Argentina

Un estudio realizado por la consultora Adecco (2021) determinó que en Argentina, la tasa de desempleo entre los jóvenes de la Generación Z, nacidos entre 1997 y 2004, era del 26%, lo que superó más del doble la tasa de desempleo total del país, que fue del 10,2% en el primer trimestre de 2021.

Según Carla Cantisani, directora de Servicios y Calidad de Adecco para Argentina y Uruguay, los jóvenes enfrentan dificultades para ingresar al mercado laboral debido a la falta de experiencia y a la prevalencia de empleos informales. Además, en comparación con otros países de la región, los jóvenes profesionales argentinos tienen los salarios más bajos, ganando aproximadamente un tercio de lo que ganarían en Chile, la mitad de lo que ganarían en Perú, y un 35% menos de lo que ganarían en México o Brasil. En promedio, el 96% de la Generación Z gana menos de 50 mil pesos mensuales.

En cuanto a los trabajos que desempeñan, la mayoría realiza tareas administrativas de oficina (23,5%), seguidas por funciones comerciales, de ventas y marketing (20,3%), y labores en la industria (14,1%). Solo un pequeño porcentaje de jóvenes está al tanto de las estrategias gubernamentales para el empleo juvenil, con un 52% que desconoce su existencia y un 40% que cree que no existen.

En una entrevista para La Nación (2023), Nicolás Litvinoff, director de Estudinerio explica que para los jóvenes entre 19 y 26 han convivido con inflación la mayor parte de su vida, “Todo lo que aprendemos sobre el dinero, lo hacemos en nuestras casas, observando a nuestros padres y viendo cómo se manejan con los gastos y las compras. En ese aprendizaje, ya está embebido un comportamiento ante la inflación que los padres de estos adolescentes aplicaron durante su crecimiento, y por eso, hoy ellos tienen ciertas herramientas para defenderse”, comentó.

Argentina en los últimos años atraviesa por una crisis económica, según el informe de la Encuesta Permanente de Hogares de septiembre del 2024, el 60% de los jóvenes entre 15 y 29 años son pobres.

### Figura 19

*Población por grupos de edad según condición de pobreza. Primer semestre de 2024*

Población de grupos de edad según condición de pobreza. Primer semestre 2024					
Grupos de edad	Total	Pobres			No pobres
		Pobres indigentes	Pobres no indigentes	Total de pobres	
			%		
0-14	100	27,0	39,1	66,1	33,9
15-29	100	21,2	39,4	60,7	39,3
30-64	100	15,9	32,7	48,6	51,4
65 y más	100	4,0	25,6	27,7	70,3
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>18,1</b>	<b>34,8</b>	<b>52,9</b>	<b>47,1</b>

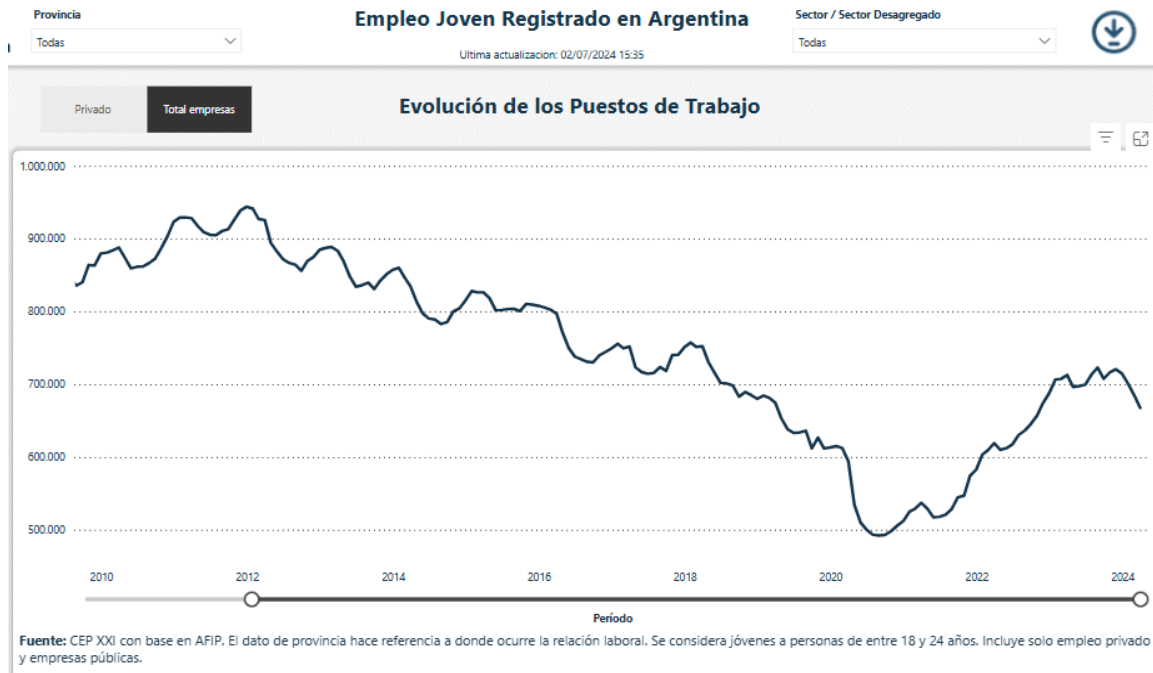
**Nota:** en algunos casos, la suma de los porcentajes de población puede no coincidir con el porcentaje total, debido a que los valores están redondeados a un decimla.

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC y Dirección de Encuesta Permanente de Hogares

Los jóvenes a la hora de encontrar un trabajo son los más vulnerables, muchos de ellos acceden a trabajos precarizados.

El trabajo formal para esta generación según el CEP XXI ha disminuido desde que los primeros GEN Z empezaron a cumplir la mayoría de edad llegando a un mínimo durante el año 2020 a partir de ahí el empleo formal ha ido en aumento. Los tres sectores que suelen contratar a miembros de esta generación son comercio , administración pública e industria.

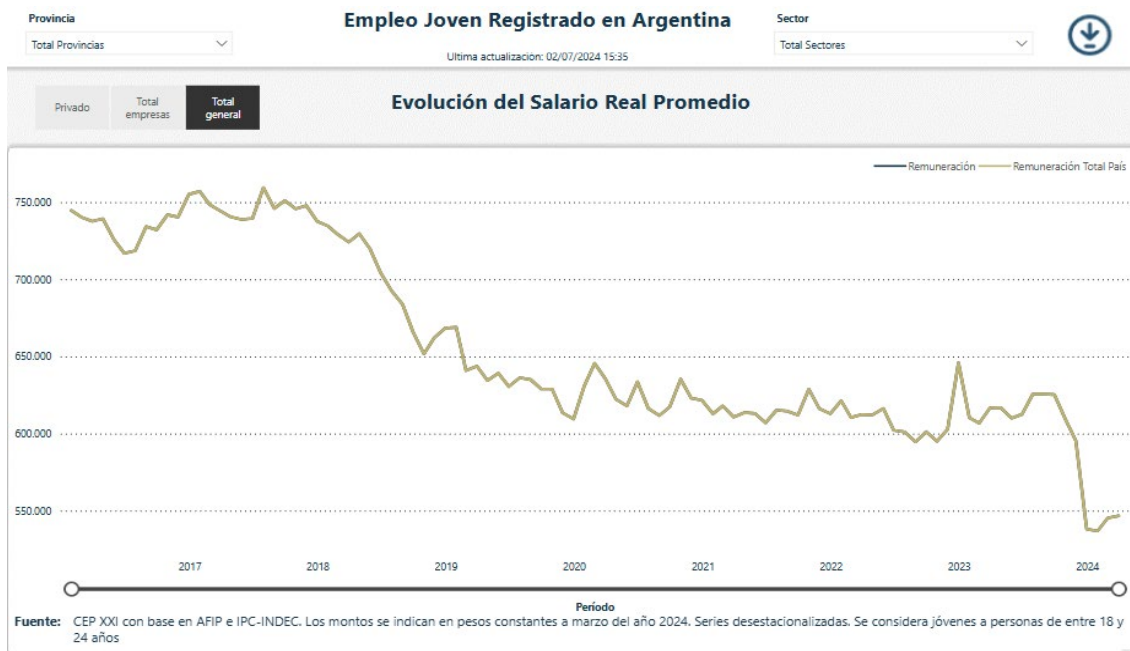
**Figura 20**  
Evolución de los puestos de trabajo en Argentina



Fuente: CEP XXI con base en AFIP

A pesar de que el nivel de empleo formal ha vuelto a niveles de pre pandemia, el salario real no ha aumentado como se podría esperar.

**Figura 21**  
Evolución del Salario Real Promedio



Fuente: CEP XXI con base en AFIP

El último informe de “Mercado de trabajo. Tasas e indicadores socioeconómicos (EPH)” del tercer trimestre del 2024, concluye que la tasa de actividad interanual para el grupo de varones entre 14 y 29 años pasó de 54,2% a 53,0% y la tasa de actividad interanual para las mujeres en ese mismo grupo de edad disminuyó de 43,1% a 42,85%.

Es decir, la cantidad de varones jóvenes que hoy trabajan (formal e informalmente) o buscan activamente trabajo ha disminuido en tan solo un año.

En el mismo informe se puede observar que la tasa de empleo en mujeres de 14 a 29 años pasó en un año de 37,7% a 35,9%, mientras que dicha tasa para los varones en ese grupo de edad disminuyó, pasando de 47,7% a 45,8% para el mismo periodo. Por último, la tasa de desempleo para las mujeres entre 14 y 29 años aumentó de 12,7% a 16,1% y para los varones de ese grupo de edad también aumentó del 11,3% a 13,6%.

### 3.1.4 Preferencias Tecnológicas y Comportamiento Financiero

La Generación Z, prefiere la personalización en todas las áreas de su vida, incluyendo sus finanzas, buscando administrarlas principalmente de forma digital. Esto impulsa la evolución del mundo financiero hacia soluciones digitales. A medida que la Generación Z gana relevancia en la economía, las empresas deben adaptarse ofreciendo soluciones innovadoras que satisfagan sus necesidades.

Las apps brindan la posibilidad de monitorear de forma detallada sus transacciones financieras, como pagos y gastos, además permite que puedan separar dinero para diferentes metas y generar reportes personalizados. Esta automatización y adaptación a sus necesidades específicas ofrece al usuario un alto grado de satisfacción y comodidad.

Un estudio realizado por el equipo de EY en el sector financiero encuestó a jóvenes argentinos menores de 26 años antes de las elecciones presidenciales de septiembre del 2023, con el propósito de comprender sus percepciones y expectativas financieras.

Según los hallazgos, la Generación Z valora el compromiso de las entidades financieras con el medio ambiente, la sociedad y su fuerza laboral, así como la facilidad para abrir cuentas y acceder a préstamos con tasas bajas. La sostenibilidad se presenta como una preocupación creciente para este grupo, resaltando la importancia de las finanzas sustentables y las ESG (Environment, Social and Governance).

En términos de inquietudes financieras, la inflación y la búsqueda de ingresos destacan como principales preocupaciones. A pesar de ello, una proporción considerable de la Generación Z muestra interés en invertir en los próximos años, lo que sugiere una disposición a asumir riesgos financieros.

Para las entidades financieras, establecer relaciones exitosas con la Generación Z implica ofrecer educación financiera, generar confianza y personalizar productos y servicios para satisfacer sus necesidades específicas. Aunque las Fintech y los bancos digitales están ganando terreno en este segmento, los grandes bancos aún pueden capitalizar su reputación y relaciones establecidas para atraer y retener a estos jóvenes clientes.

En conclusión, para atraer y fidelizar a la Generación Z, las entidades financieras deben ofrecer seguridad, solidez, personalización y una experiencia sin problemas, aprovechando herramientas como la inteligencia artificial y posicionándose eficazmente en la economía de la atención.

## 3.2 Obstáculos de la Generación Z en la Inclusión Financiera

### 3.2.1 Barreras Tecnológicas y Acceso a Internet

La generación Z conocidos también como nativos digitales han estado en contacto con la tecnología desde muy pequeños, la mayor parte de su vida ha transcurrido acompañados de las redes sociales y múltiples plataformas como Youtube y Tik Tok.

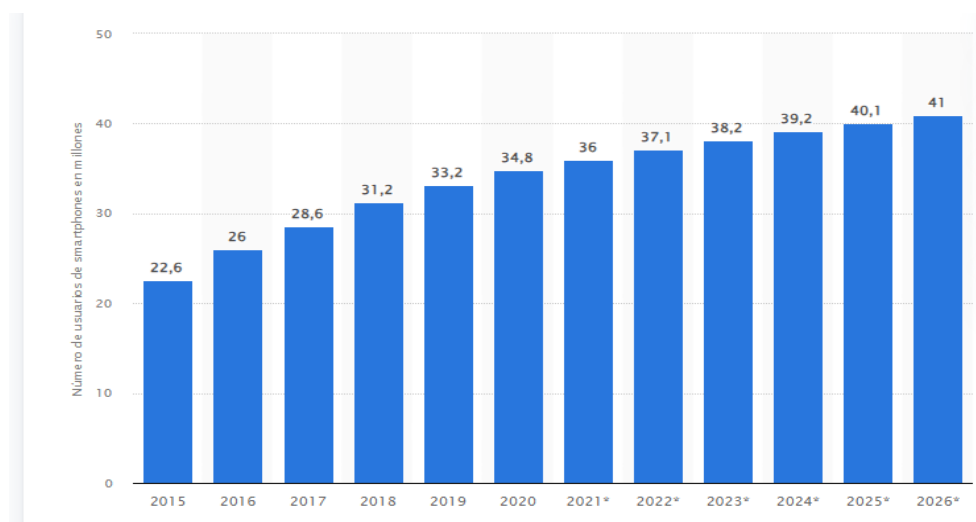
Han visto nacer dos tipos de influenciadores, personas reales dando su opinión en redes sociales como a los influencers creados con inteligencia artificial, ambos tienen el poder de influir en la decisión de compra de diversos productos y servicios.

Esta generación ha crecido al mismo tiempo que los smartphones, los cuales han evolucionado hasta llegar a convertirse en computadoras en la palma de la mano con un sin fin de apps descargables desde entretenimiento hasta apps financieras y educativas incluso el celular más económico del mercado permite realizar pagos a través de códigos QR.

En un principio el acceso a internet era exclusivo de algunos lugares como bibliotecas y cyber cafés, luego llegó a distintos hogares con una velocidad muy limitada, sin embargo, para cuando los primeros GEN Z recibían como regalo un celular, ya era posible contratar un paquete de datos de internet que te permitía descargar música, aplicaciones y estar en contacto instantáneamente con cualquier contacto.

Lo anterior demuestra que esta generación ha crecido en un mundo digital que les brinda soluciones inmediatas ante cada necesidad.

Un estudio de Statista determinó que en el año 2021 alrededor de 34,8 millones de usuarios argentinos tenían al menos un smartphone y prevé que para el año 2025 la cifra ascienda a 40 millones de personas.

**Figura 22***Número de usuarios de smartphones 2015-2026 en Argentina*

Fuente: Statista Research Department

A partir de la encuesta Permanente de Hogares que realiza en INDEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) se determinó que a fines del 2022 el 92,1% de los hogares urbanos contaba con acceso a internet donde el 89,3% de la población mayor de 4 años usan un teléfono celular.

**Figura 23***Población de 4 años y más en hogares, por utilización de bienes y servicios de las TIC (celular, computadora o internet), según sexo y grupo de edad.*

Población de 4 años y más en hogares, por utilización de bienes y servicios de las TIC ( celular, computadora o internet), según sexo y de edad. Total 31 aglomerados urbanos. Cuarto trimestre de 2022									
Grupo de edad y sexo	Uso de las TIC								
	Internet			Computadora			Teléfono celular		
	Sí	no	Ns/Nr	Sí	no	Ns/Nr	Sí	no	Ns/Nr
Porcentaje									
<b>Sexo</b>									
Varones	88,7	11,2	0,1	39,3	60,5	0,2	89,4	10,5	0,1
Mujeres	88,1	11,7	0,2	39,1	60,7	0,2	89,2	10,7	0,2
<b>Grupo de edad</b>									
4 a 12 años	81,5	18,4	0,2	32,7	67,1	0,2	63,5	36,3	0,2
13 a 17 años	95,7	4,3	0,0	53,2	46,7	0,1	93,9	6,1	0,0
18 a 29 años	96,7	3,1	0,2	48,4	51,4	0,3	97,8	2,1	0,2
30 a 64 años	93,0	6,9	0,1	41,0	58,9	0,1	97,2	2,7	0,1
65 años y más	63,6	36,1	0,2	18,3	81,5	0,2	78,1	21,9	0,1
<b>Total</b>	<b>88,4</b>	<b>11,5</b>	<b>0,1</b>	<b>39,2</b>	<b>60,6</b>	<b>0,2</b>	<b>89,3</b>	<b>10,6</b>	<b>0,1</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos del INDEC y Dirección de Encuesta Permanente de Hogares

Siendo el 95,7% de los jóvenes entre 13 y 29 años que registran mayor tasa de conectividad, donde el 97,8% de los jóvenes mayores de 18 lo hacen a través del celular.

### 3.2.2 Evaluación de Riesgos para la Generación Z en el Contexto Financiero

#### EQUIFAX

Según un análisis reciente realizado por Equifax, la Generación Z en Argentina, que se compone de personas nacidas entre 1998 y 2003 y con edades entre 18 y 25 años, representa el 16% de la población del país. El 49% de esta generación son mujeres, mientras que el 51% son hombres. Los servicios personales (19%), el comercio (17%), los servicios de transporte y almacenamiento (12%), son las principales áreas de actividad laboral de las jóvenes con empleo formal.

El 31% de la Generación Z tiene al menos un producto de crédito en términos financieros. De estos, el 76% usa solo tarjetas de crédito, mientras que un 10% usa tanto préstamos como tarjetas. En el subgrupo de 18 a 21 años, el 82 % tiene una tarjeta de crédito, el 6 % una tarjeta y un préstamo, el 9 % un solo préstamo y el 3 % otras tarjetas de crédito. Por otro lado, el 74 % de las personas de 22 a 25 años tienen una tarjeta, un 11 % tienen tanto una tarjeta como un préstamo, un 11 % solo tiene préstamos y un 4 % tiene otros tipos créditos.

El 30% de esta generación reside en el conurbano, el 29% en el centro, el 11% en CABA, el 10% en el Noreste, el 8% en el Noroeste, el 7% en la Patagonia y el 7% en Cuyo. Además tiene una deuda promedio mensual de \$9.700, lo que la convierte en una de las generaciones con el menor porcentaje de deuda respecto a sus ingresos promedio, un 29 %. Además, se destaca que el 78% cumple con sus pagos puntualmente, y los jóvenes (de 18 a 21 años) tienen un comportamiento más positivo, ya que el 82% cumple con sus obligaciones de manera normal.

La Generación Z está revolucionando la gestión de finanzas personales y busca según Santiago Pordelanne, presidente y CEO de Equifax Argentina, experiencias financieras innovadoras. Según Equifax (2022), existe una oportunidad significativa para que las Fintech y la banca brinden productos y soluciones que fomenten la inclusión financiera de este grupo.

### 3.3 Los primeros pasos hacia la inclusión financiera de la Generación Z

De acuerdo al Informe de inclusión financiera del segundo semestre del 2023 emitido por el BCRA. Años atrás el BCRA autorizó la apertura de cuentas para menores de edad (0 a 13 años) y para adolescentes (13 a 17 años). Con el objetivo de que el acceso a servicios financieros se pudiera realizar desde temprana edad para facilitar las transacciones diarias. Estas cuentas están asociadas a una tarjeta de débito que permite realizar compras, transferencias, extracciones en cajeros automáticos o puntos de venta, así como constituir depósitos a plazo fijo en pesos y otras operaciones. Adicionalmente, el BCRA y la Comisión

Nacional de Valores (CNV) emitieron una normativa que permite la constitución y rescate de Fondos Comunes de Dinero (FCD) desde cuentas de adolescentes.

A finales del 2023, el 7,7% de la población menor de 18 años solo tenía cuentas de pago, superando a los que solo tenían cuenta bancaria (4,2%) y a quienes tenían ambas (3,7%). En el caso de los adolescentes (13 a 17 años), estos porcentajes fueron de 28,3%, 13,3% y 13,7% respectivamente, mostrando una preferencia por la apertura de cuentas de pago. Un tercio de los adolescentes con una cuenta de pago tenía ambos tipos de cuentas, lo que contrasta con la población adulta, que suele utilizar las cuentas de pago como complemento de las cuentas bancarias.

**Figura 24**

*Cuentas bancarias y de pago por grupo etario*

Grupo etario y tipo de cuenta	Población con cuenta		Cuentahabientes con movimientos	
	Cantidad -miles-	% de la población del grupo etario	Cantidad -miles-	% de cuentahabientes
<b>Menores a 13 años</b>	<b>86,8</b>	<b>0,9</b>	<b>12,5</b>	<b>14,3</b>
Cuentas bancarias	86,8	0,9	12,5	14,3
<b>Adolescentes - 13 a 17 años</b>	<b>1.982,4</b>	<b>55,3</b>	<b>1.410,4</b>	<b>71,1</b>
Tenencia conjunta	490,7	13,7	436,7	89,0
Sólo cuentas bancarias	475,3	13,3	205,3	43,2
Sólo cuentas de pago	1.016,4	28,3	768,4	75,6
<b>Menores de 18 años</b>	<b>2.069,2</b>	<b>15,7</b>	<b>1.422,9</b>	<b>68,7</b>
Tenencia conjunta	490,7	3,7	436,7	89,0
Sólo cuentas bancarias	562,1	4,2	217,7	38,7
Sólo cuentas de pago	1.016,4	7,7	768,4	75,6

### Caja de Ahorro para menores de 18 años

La caja de ahorro (CBU) para adolescentes es una cuenta bancaria en pesos que pueden abrir jóvenes de entre 13 a 17 años, de manera gratuita y sin autorización de una persona mayor de edad. Los bancos ofrecen abrir cuentas de ahorro a menores con el fin de estimular la educación financiera, facilitar sus operaciones diarias, y fomentar la bancarización a través del uso de los medios electrónicos de pago. Los jóvenes podrán tener acceso a una tarjeta de débito, que el mismo banco ofrece de manera gratuita, pueden realizar compras, acceder al home banking, extraer dinero en cajeros automáticos, pagos con transferencias o código QR, entre otros. Además, en algunos bancos podrán realizar inversiones (como un depósito a plazo fijo) usando su cuenta de ahorro.

Algunos bancos que permitieron la a apertura de cuentas a ahorro a adolescentes desde los 13 años:

Banco Macro SA  
Banco Supervielle SA

BBVA Banco Francés SA  
Banco de la Ciudad de Buenos Aires  
Banco de la Nación Argentina

Desde el año 2019, Mercado Pago permite que los adolescentes de 13 años en adelante tengan una cuenta (CVU) asociada a esta plataforma y que esté, autorizada por un adulto responsable (padre, tutor y madre). Aunque, para estos usuarios no están disponibles ni la sección de créditos ni la de ventas en Mercado Pago y Mercado Libre.

### **Adicionales de las tarjetas de crédito**

Las tarjetas crédito para adicionales son las que se autorizan para que lo usen otras personas. Esta es una forma que posibilita a los jóvenes tener una tarjeta de crédito. Para acceder a este producto pueden solicitar la extensión de una tarjeta de crédito que utilicen sus padres o algún familiar. Por lo general pueden solicitarlo a partir de los 14 años, aunque esto depende de los requisitos de cada banco al que se lo solicite.

### **Cuenta comitente para jóvenes a partir de los 13 años**

En línea a las distintas iniciativas que buscan promover la inclusión financiera, la Comisión Nacional de Valores (CNV) mediante la RG N° 23 creó un nuevo régimen especial en el que permite a los jóvenes a partir de los 13 años poder acceder al mercado de capitales.

Esta generación ha adoptado nuevas formas de administrar el dinero, es por esto que, con esta normativa, los jóvenes podrán invertir en instrumentos de renta fija, de renta variable y cauciones colocadoras, a través de segmentos de negociación con prioridad precio tiempo (PPT),

Ya existen algunas Fintech que están llevando a la práctica esta iniciativa. Entre ellos podemos mencionar a Mercado Pago, que permite tener una cuenta a menores de edad de entre 13 a 17 años con la autorización de la madre, padre o tutor/a. Esta última persona debe tener una cuenta de Mercado Pago o Mercado Libre.

Otros servicios que pueden utilizar, son los pagos con QR, enviar y recibir transferencias, invertir y generar rendimientos con sus dineros, recargar celular y tarjetas de transporte, solicitar gratis una tarjeta de Mercado Pago, realizar compras en Mercado Libre, son las actividades que los menores podrán realizar con sus cuentas.

A su vez, Mercado Pago les da la posibilidad de activar ciertas funcionalidades como el Control Parental para los adolescentes de entre 13 y 17 años. Esta herramienta permite monitorear la cuenta digital en tiempo real, realizar recargas directas, configurar alertas por gastos, pausar su uso y establecer en qué momentos se puede utilizar.

Otro ejemplo, es Invertir Online, que permite a los menores de 13 a 17 años abrir sus cuentas de inversión, en el que les da la posibilidad de invertir en pesos o dólares, en renta fija o variable. De acuerdo, a su perfil inversor podrán invertir en Acciones, CEDEARs, Cauciones Colocadoras, Letras, Obligaciones Negociables y Bonos. Adicionalmente, ofrecen contenido financiero por distintas plataformas como Tik tok, Instagram, podcast, y videos (charlas,

webinars, etc.) en el que los menores podrán tener acceso a conocimientos para dar sus primeros pasos en el mundo de las inversiones sin ningún tipo de costo.

Por último, podemos mencionar a Ualá que permite abrir una caja de ahorro en pesos a los adolescentes de entre 13 y 17 años desde la app de Ualá, en el que pueden obtener ganancias diarias del 41% TNA sobre el saldo depositado en su cuenta. Además, pueden acceder a herramientas de inversión como el Plazo Fijo ofrecido por Uilo y más adelante podrán acceder al Fondo Común de Inversión Money Market (FCI) gestionado por Ualintec Capital. La cuenta está asociada a un CBU, no tiene costo de apertura ni de mantenimiento y puede abrirse 100% online, las 24 hs del día, los siete días de la semana. Con el fin de promover un uso responsable de las cuentas, de las herramientas de inversión, los beneficios y las finanzas, disponen de una plataforma educativa, Aula Ualá, en el que los usuarios pueden encontrar tips para armar presupuestos mensuales, consejos para evitar estafas y proteger contraseñas, entre otras cosas.

### 3.3.1 Educación Financiera y Formación

Durante el año 2022 la ONG Junior Achievement Argentina realizó una encuesta a adolescentes de entre 14 y 19 años para conocer su nivel de educación financiera, basándose en tres ejes:

- A. Acceso y uso de instrumentos y servicios financieros,
- B. Comportamiento y hábitos financieros
- C. Conocimiento financiero.

Según los datos relevados, el interés por cuestiones financieras es amplio entre los jóvenes, con solo un 4% afirmando no tener interés en profundizar sus conocimientos sobre gestión del dinero y selección de instrumentos financieros. Este interés también se refleja en que 7 de cada 10 encuestados consideran que la educación financiera y económica es la materia más relevante para su futuro que podrían aprender en la escuela, seguida de matemáticas y, en tercer lugar, informática.

Además, en los grupos focales, los jóvenes reconocen que tendrán mayores responsabilidades en el mediano plazo, lo que les exigirá herramientas para independizarse económicamente, planificar sus gastos y gestionar sus recursos para cumplir con sus metas.

A pesar de este interés, la encuesta muestra que los docentes son considerados el tercer referente en educación financiera (después de los padres e internet). Esto sugiere una oportunidad para integrar contenidos financieros en la currícula escolar, alineándose con las recomendaciones internacionales que promueven la inclusión de la educación financiera desde edades tempranas y en entornos educativos propicios.

## **Ualá**

Desde su inicio ha mostrado un permanente compromiso con la inclusión y la educación financiera. En el año 2022 lanzaron Aula Ualá, una plataforma de contenido educativo con el propósito de ayudar a las personas a entender las finanzas de forma digital y gratuita. Por medio de esta propuesta cualquier persona sea o no usuaria de Ualá podrá acceder al aula y

encontrar recursos como un Blog renovado con más de 150 artículos sobre temas económicos, videos tutoriales sobre finanzas personales en las distintas redes sociales, cursos online sobre finanzas personales y materiales descargables. Cabe mencionar que todo el contenido de Aula Ualá está validado por la Cámara Argentina de Fintech.

Otra de las acciones que ha tomado Ualá para promover la inclusión financiera, en este caso específicamente de las pequeñas empresas fue unirse al Desarrollo Productivo para firmar un convenio. El ministro de Desarrollo Productivo Matias Kulfas, y el fundador y director ejecutivo de Ualá, Pierpaolo Barbieri acordaron destinar mil millones de pesos a través de un fondeo del Fondo Nacional de Desarrollo Productivo (FONDEP) con el fin de fortalecer la inclusión de microcréditos de la empresa y promover que las empresas pequeñas, los comercios, las pequeñas industrias puedan acceder al financiamiento de manera ágil y a un menor costo.

### 3.4 Entrevista a Mariano Tittarelli, Chief Risk Officer en Naranja X

En el marco de esta investigación, se realizó una entrevista a Mariano Tittarelli, actual Chief Risk Officer de Naranja X, quien posee amplia trayectoria en la industria Fintech argentina. Tittarelli compartió su experiencia y conocimiento sobre los hábitos financieros de la generación Z, las estrategias que Naranja X implementa para promover la inclusión financiera y los desafíos que enfrenta esta generación.

A continuación, se exponen los principales puntos abordados durante la conversación. Uno de los temas iniciales de la entrevista se centró en los productos más apreciados por la generación Z. Según Tittarelli, el producto financiero más demandado es la tarjeta de crédito, gracias a su capacidad para facilitar transacciones.

*“El producto más demandado es la tarjeta, la mayoría de las personas lo que quiere es acceder a una tarjeta que les permita tener esa ayuda transaccional.”* Señaló Tittarelli.

Además, resaltó la creciente popularidad de las cuentas remuneradas, especialmente valoradas por los jóvenes que desean proteger su dinero de la inflación sin la necesidad de entrar en procesos complejos de inversión.

*“Se valora mucho lo que es la cuenta remunerada, hemos crecido y nos permitió crecer muchísimo en volumen de depósito. Muchos jóvenes tienen algo de dinero y lo dejan acá. Poder defender un poco la plata contra la inflación sin tener que saber tanto de inversiones y eso, la cuenta remunerada es fundamental.”* Agregó

Por otro lado, Tittarelli remarcó que las decisiones financieras de esta generación no solo están influenciadas por los beneficios o ventajas funcionales de los productos, sino también por otros aspectos como, la percepción de la marca. La preservación del medio ambiente y la modernidad de la empresa son elementos que captan la atención de esta generación.

Entendiendo que el conocimiento financiero es esencial para tomar buenas decisiones, Naranja X ha desarrollado diversas iniciativas para acompañar a sus clientes en este aspecto. Según Tittarelli, la empresa ofrece herramientas digitales como un blog de educación financiera y contenidos en redes sociales, además del apoyo que brindan en su red de sucursales físicas.

*“Tenemos un blog de Educación financiera ...nos apoyamos mucho en las redes, nos apoyamos también en influencers que explican un poco cómo usar nuestros productos. Tenemos una red de sucursales que no todas las Fintech lo tienen, lógicamente también tienen un rol importante dentro de lo que es educación financiera, la cercanía con los clientes, el poder explicar los productos.”* Remarcó Tittarelli

Estas acciones están diseñadas para que los usuarios comprendan los beneficios y las responsabilidades de sus productos, manteniendo simplicidad en la información desde los contratos hasta los resúmenes de cuenta.

En cuanto al comportamiento financiero de la generación Z, Tittarelli sostuvo que es más controlado en comparación con generaciones anteriores. Los jóvenes tienden a usar la tarjeta de crédito principalmente para aprovechar promociones y descuentos, mientras que el pago mediante código QR es una herramienta favorita en su día a día.

*“Es una generación que se controla más en el gasto, quieren tener la tarjeta, acceden a la tarjeta, pero se regulan mucho más y la usan más para las promos, más por ese lado. Es una generación que también usa el pago por QR, es un producto que suma mucho, que es muy valorado.”* Afirmó

En relación a los destinos de consumo, esta generación suele priorizar actividades relacionadas con el ocio, como los videojuegos, la educación y la gastronomía, especialmente en bares y restaurantes. Esta información ha permitido que Naranja X pueda personalizar beneficios y promociones a los intereses específicos de este segmento.

Uno de los retos principales que enfrenta Naranja X con la generación Z, es la mayor tasa de morosidad en comparación con otras generaciones. Tittarelli indicó que, en muchos casos, esto se debe a la falta de experiencia financiera, la inestabilidad laboral y bajos recursos económicos

*“En Argentina cualquier generación hay que dividirla entre los grupos sociales. Hoy por cómo está distribuido el país, los segmentos jóvenes tienden a ser personas no solamente sin experiencia financiera sino con pocos recursos a veces para hacer frente a esto y con dificultades para insertarse laboralmente. Entonces tendemos a tener siempre más mora y más porcentaje de impago en los segmentos jóvenes.”*, explicó.

Para reducir estos riesgos, Naranja X ha desarrollado algunas estrategias, tales como establecer límites iniciales más bajos para los clientes jóvenes y luego modificar gradualmente estos límites en base a su comportamiento de pago.

La innovación tecnológica es fundamental en Naranja X sobre todo a la hora de buscar incluir a los más jóvenes. Tittarelli resaltó la utilización de información alternativa para valorar el

riesgo crediticio, facilitando que personas sin historial crediticio tengan acceso a productos como las tarjetas de crédito.

*“Es fundamental el uso de la data, que nosotros podamos ser muy buenos interpretando, que podamos conocer nuestros clientes y no clientes, eso nos permite tener modelos mejores, modelos que dan más acceso, modelos que sean más inclusivos con data que no es tradicional. Estamos hablando de una población que recién está empezando a armar su historial crediticio y su experiencia financiera entonces no hay mucha más información de su experiencia en los bureaus como se suele llamar a la data tradicional entonces tratar de aprovechar otro tipo de data e información y ser muy buenos en eso y tener mejores modelos para ser más inclusivo”*

Otro avance importante mencionado por Tittarelli fue la implementación de límites unificados en la tarjeta de crédito, es decir se unió el límite de crédito de consumos en una cuota con el de varias cuotas. Esta medida busca simplificar la experiencia del cliente y facilitar su acceso, especialmente para aquellas personas con bajos o nulos conocimientos en productos financieros tradicionales.

*“Creo que después de la tecnología, la simpleza del producto, que se entienda exactamente qué es lo que se está haciendo, cómo, por qué, que devenga tasa, y que no, el año pasado nosotros fuimos con límites unificados, antes teníamos distintos tipos de límites de compra y eso para el cliente es muy confuso sobre todo para alguien que no conoce cómo usar una tarjeta... tenés un límite ahora, úsala como vos quieras. Esas dos cosas me parecen importantes, desde la simpleza del producto y el uso de la data y de los modelos de riesgo para que podamos ser más inclusivos.*

*También depende del diseño ux y en cómo nosotros hacemos esas comunicaciones, la contactabilidad proactiva con el cliente que también sea lo más claro y simple posible, es fundamental, hoy por hoy la tecnología te lo permite mucho más que antes”. Agregó.*

Finalmente, Tittarelli compartió reflexiones sobre la próxima generación Alpha y cómo la empresa se prepara para incluirla financieramente. Desde su perspectiva, este grupo buscará soluciones tecnológicas simples, rápidas y personalizadas que se alineen con su estilo de vida.

*“Los productos tendrán que ser intuitivos y altamente personalizables. Promociones atractivas, experiencias rápidas y la facilidad de uso serán claves para fidelizar a estos clientes desde temprana edad”, comentó.*

La entrevista con Mariano Tittarelli permitió comprender cómo Naranja X a través de la simplicidad e innovación busca atraer a la generación Z con el objetivo de no solo incluirlos financieramente, sino también educarlos en el tema. Adicionalmente demuestran su entusiasmo por el futuro bajo una mirada de oportunidad hacia la generación Alpha.

# CAPÍTULO IV- Datos Estadísticos de la Generación Z

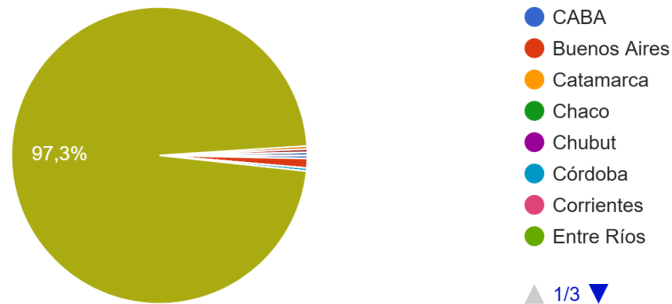
En el marco del presente trabajo de investigación "**Las Fintech como motor de inclusión financiera de la Generación Z en Argentina**", se llevó a cabo una encuesta de 25 preguntas con el objetivo de analizar el nivel de inclusión financiera de la generación Z y su relación con las finanzas digitales en Argentina. Se buscó comprender sus hábitos de uso de billeteras virtuales, los servicios financieros a los que acceden y los desafíos que enfrentan en términos de educación y acceso financiero.

## 4.1 Resultados

Al momento de realizar este análisis la cantidad de encuestados es de 294 personas, aunque la encuesta estuvo disponible para todo el país, el 97,3% de respuestas provino de la provincia de Mendoza y el 65,6% de los encuestados es de sexo femenino.

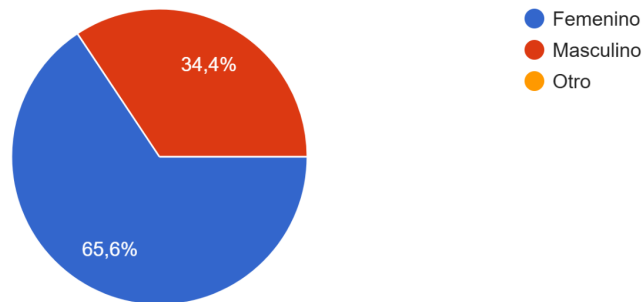
¿En qué provincia de Argentina vivís?

294 respuestas



### ¿Cuál es tu género?

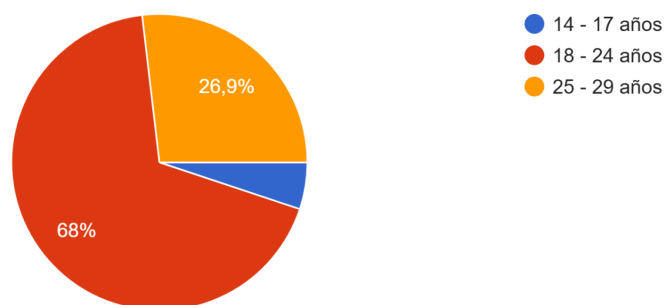
294 respuestas



La mayoría de los participantes pertenecen a la Generación Z, con un 68% de encuestados entre 18 y 24 años y un 26,9% entre 25 y 29 años, en menor medida, los más jóvenes de esta generación con edades entre 14 a 17 años (5,1%).

### ¿En qué rango de edad te encuentras?

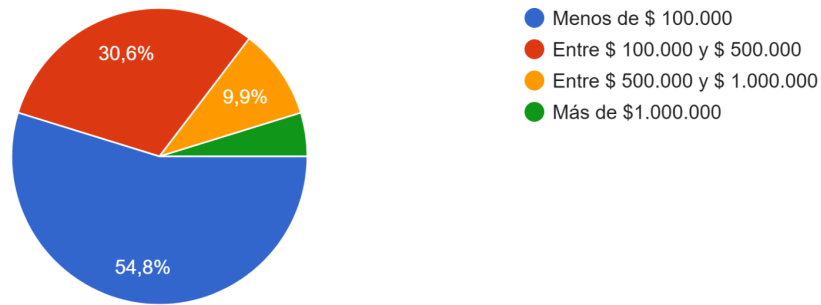
294 respuestas



En cuanto a la situación laboral, un 78,6% de los encuestados son estudiantes, mientras que un 30,6% trabaja informalmente, un 19,4% cuenta con un empleo formal y un 0,7% no estudia ni trabaja. Además, el 54,8% de los encuestados registró ingresos inferiores a \$100.000 pesos mensuales y mientras que un 30,6% tiene ingresos hasta \$500.000 pesos, solo el 4,8% de los encuestados tienen ingresos superiores a \$1.000.000 pesos.

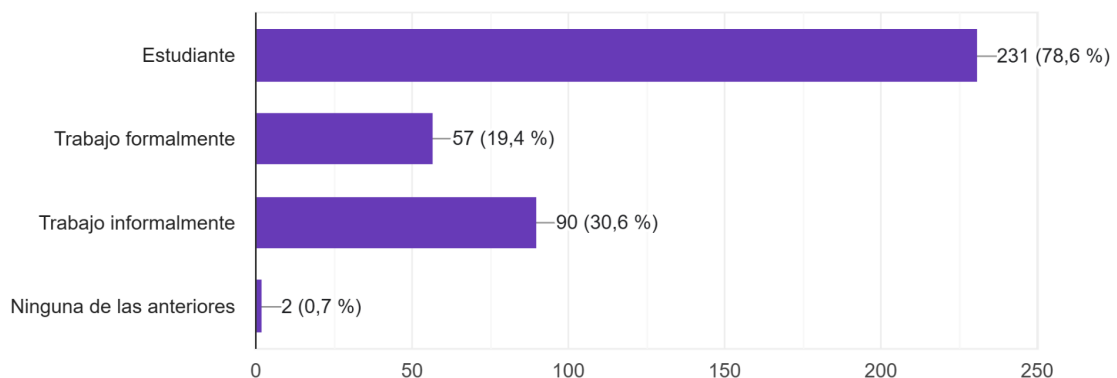
### ¿Qué nivel de ingresos mensuales tenés?

294 respuestas



### ¿Cuál es tu situación laboral actual?. Podés elegir más de una opción

294 respuestas

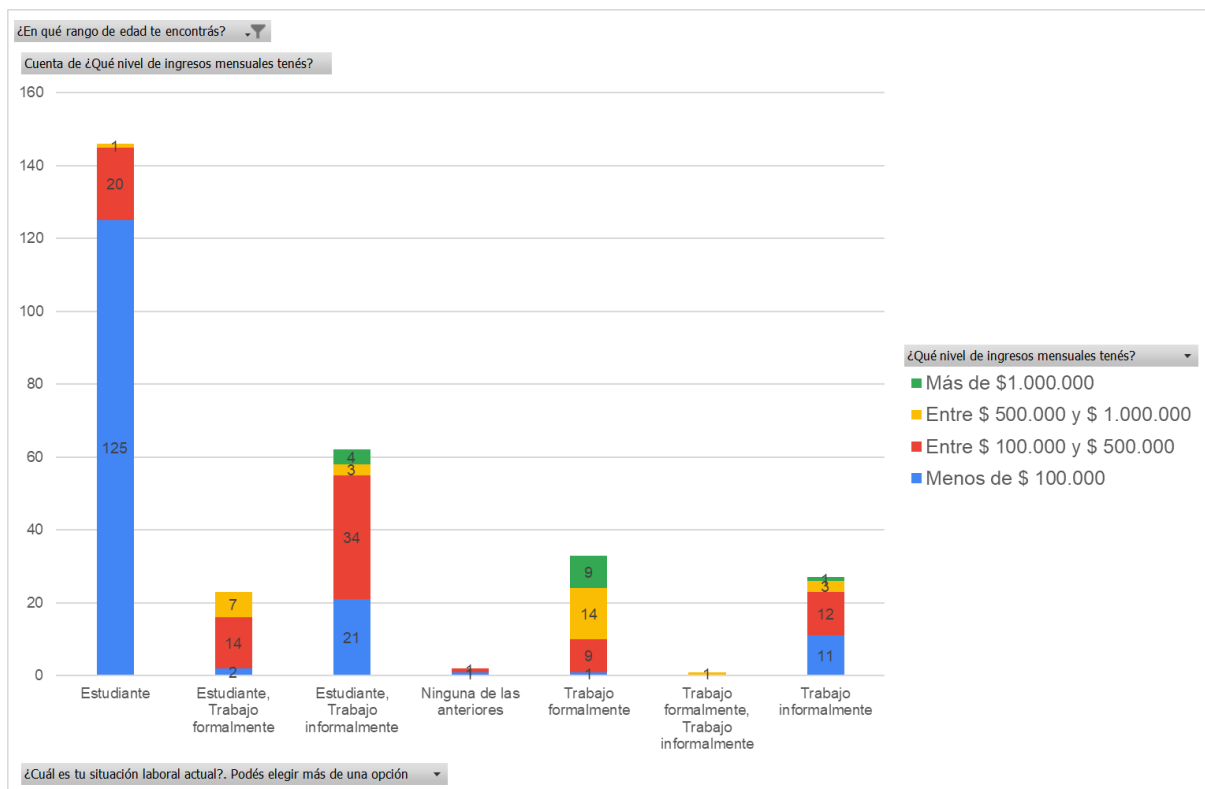


Adicionalmente, al analizar la información por edad, los datos muestran que a mayor edad sus ingresos tienden a incrementarse progresivamente. En cuanto a la relación ingresos y situación laboral se observa que la mayoría son solo estudiantes (42,5%) y tienen ingresos menores a \$ 100.000 pesos además existen un gran número de jóvenes que trabajan y estudian, este grupo se divide en dos, los que cuenta con un trabajo formal y el otro con trabajo informal, con lo cual el nivel de ingresos para los que estudian y trabajan formalmente tiende a ser superior a los \$ 500.000 pesos, mientras que para el otro grupo pocos superan ese umbral.

Quienes trabajan formalmente ya sean estudiantes o no, algunos de ellos logran percibir ingresos superiores a \$ 1.000.000 de pesos, sin embargo, quienes trabajan informalmente suelen percibir ingresos menores a \$ 500.000 pesos.

En conclusión, la mayoría de los encuestados perciben ingresos bajos y trabajan de manera informal, lo cual se presenta como barreras de entrada a la hora querer acceder a un producto financiero como un préstamo dado que los bancos tienen como requisito registrar ya sea un trabajo formal o ingresos formales estables.

NIVEL DE INGRESOS POR EDAD				
¿Qué nivel de ingresos mensuales tenés?	14 - 17 años	18 - 24 años	25 - 29 años	Total general
Menos de \$ 100.000	100,0%	63,5%	24,1%	54,8%
Entre \$ 100.000 y \$ 500.000	0,0%	28,5%	41,8%	30,6%
Entre \$ 500.000 y \$ 1.000.000	0,0%	6,5%	20,3%	9,9%
Más de \$1.000.000	0,0%	1,5%	13,9%	4,8%
Total general	100%	100%	100%	100%



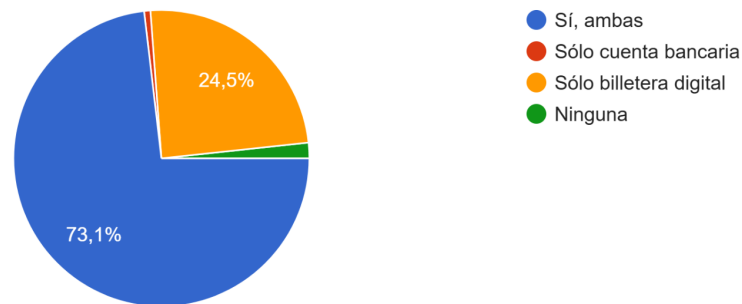
A partir de este momento se hará un análisis en cuanto a las preferencias y gustos de los encuestados.

El 73,1% de los encuestados es usuario de una cuenta bancaria y una billetera digital, lo que evidencia preferencia por ambos medios. Sin embargo, un 24,5% depende exclusivamente

de billeteras digitales. Es decir, que el 97,6% de los encuestados usan alguna billetera virtual.

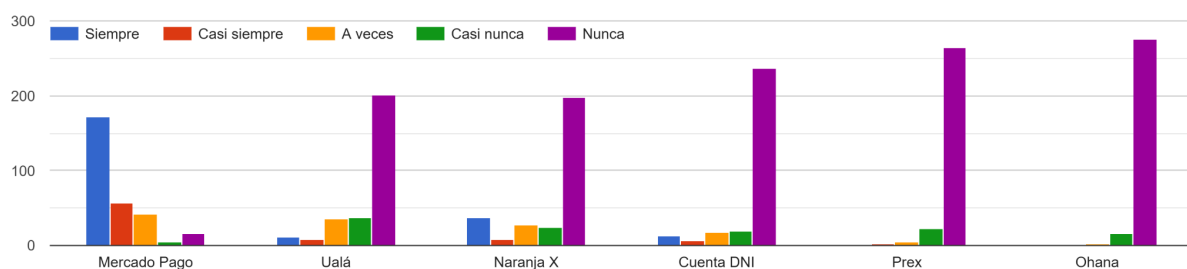
¿Tenés una cuenta bancaria o usás alguna billetera digital?

294 respuestas



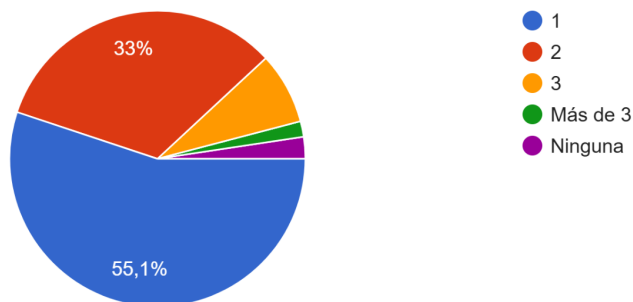
En cuanto a las Fintech más utilizadas, Mercado Pago se posiciona como la plataforma líder, seguida por Naranja X y Cuenta DNI. En cuanto al uso de Mercado de Pago 173 encuestados lo usan "Siempre", 57 "Casi siempre, 42 "A veces", 5 "Casi nunca" y 17 "Nunca", esto demuestra la predominancia de Mercado Pago sobre las otras plataformas. Además, el 55,1% usa una sola billetera virtual en su día a día, el 33% utiliza dos y el 7,8% usa tres billeteras, es decir que la gran mayoría de los jóvenes de la generación Z son habituales usuarios de estos medios.

¿ Con qué frecuencia usas estas billeteras digitales?



¿Cuántas billeteras digitales usas en tu día a día?

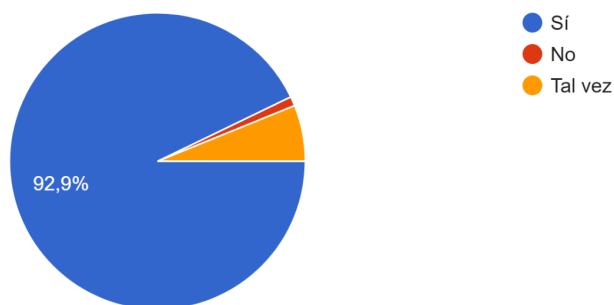
294 respuestas



El 92,9% de los encuestados consideran que las Fintech facilitan el acceso a los servicios financieros, esto demuestra que los usuarios reconocen los aportes de las Fintech a la sociedad.

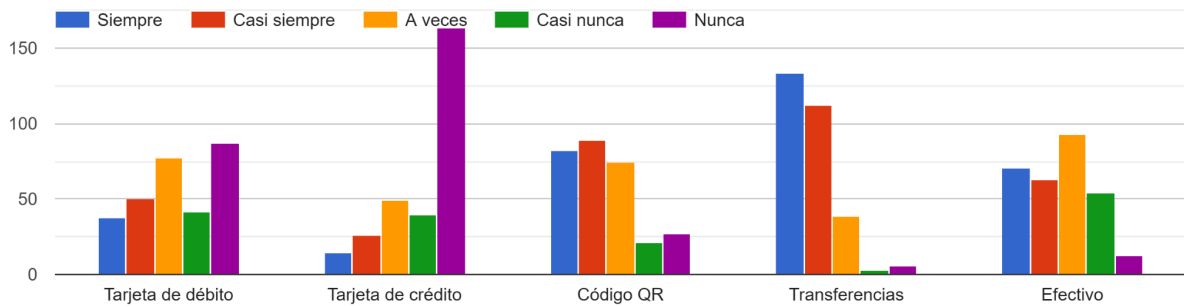
¿Consideras que las billeteras digitales facilitan el acceso a servicios que antes no usabas, como pagos, transferencias o ahorros?

294 respuestas



En relación con los medios de pago, las transferencias son el medio de pago más utilizado entre los jóvenes, los códigos QR son el segundo medio de pago más utilizados, reflejando una clara preferencia por métodos digitales, el tercer medio de pago preferido es el efectivo, seguido por las tarjetas de débito, mientras que el pago con tarjeta de crédito es menos habitual entre los encuestados, esto puede estar relacionado con la dificultad para acceder a este producto financiero.

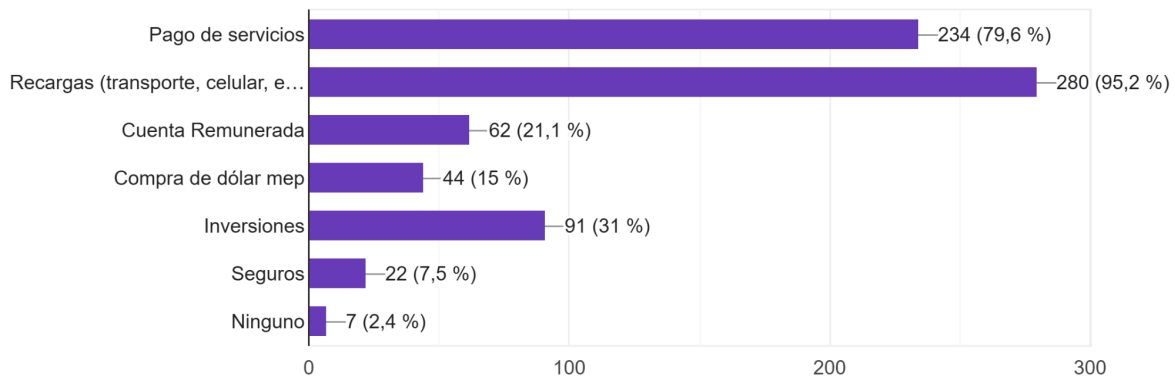
¿ Con qué frecuencias usas las siguientes formas de pago?



Los servicios más utilizados incluyen recargas de transporte y celular (95,2%), pago de servicios (79,6%), inversiones (31%), cuenta remunerada (21,1%), compra dólar mep (15%) y seguros (7,5%), estos datos no solo reflejan el acceso, sino también la confianza y el nivel de adopción de los servicios y productos financieros que son ofrecidos por las Fintech.

¿Qué servicios de las billeteras virtuales has usado ?

294 respuestas



Los resultados demuestran que a pesar de la gran inestabilidad económica con la que la generación Z argentina ha convivido a lo largo de su vida, el 50% tienen el hábito de ahorrar regularmente, esto podría ser un hábito heredado gracias a la educación financiera recibida en sus hogares y escuelas, como también el acceso a la información a través de redes sociales y plataformas digitales que fomentan la importancia del ahorro como herramienta de crecimiento financiero.

Adicionalmente, se observa que un porcentaje significativo de jóvenes que no han adoptado el hábito del ahorro, de estos 33,3% ahorra "Solo a veces", el 10,2% ahorra "Casi nunca" y el

6,1% “Nunca”, lo cual puede deberse a un nivel de ingresos inestable y/ o bajos o falta de educación financiera. Se destaca que, entre los jóvenes de 14 a 17 años, ningún encuestado reveló que no ahorre “Nunca”.

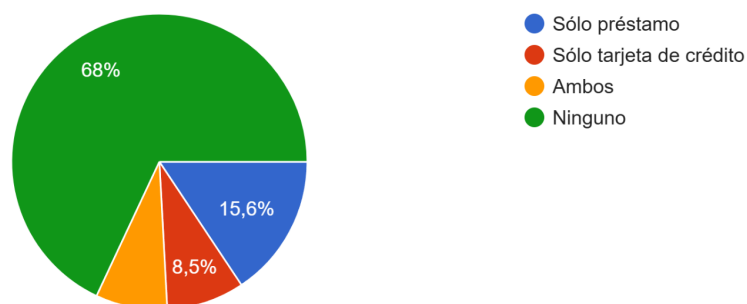
Estos resultados evidencian la importancia de la educación financiera y del acceso a herramientas digitales que fomenten el ahorro sistemático y la inversión, facilitando que los jóvenes puedan adoptar hábitos financieros más saludables y sostenibles en el tiempo.

Cuenta de ¿Tenés el hábito de ahorrar regularmente?	Rango de edad			
¿Qué nivel de ingresos mensuales tenés?	14 - 17 años	18 - 24 años	25 - 29 años	Total general
Siempre	20,0%	22,5%	30,4%	24,5%
Casi siempre	26,7%	26,5%	24,1%	25,9%
A veces	40,0%	35,0%	27,8%	33,3%
Casi nunca	13,3%	9,0%	12,7%	10,2%
Nunca	0,0%	7,0%	5,1%	6,1%
Total general	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

A pesar del creciente uso de billeteras digitales, la encuesta revela que solo el 31,9% solicitó al menos un préstamo o tarjeta crédito, sin embargo, el 16,8% de los encuestados reconocen haber sido rechazados alguna vez en su solicitud. Además, el 41,8% indicó que ha contado con alguno de estos productos, lo que sugiere que algunos de los encuestados no los solicitaron directamente, sino que los obtuvieron a partir de una pre evaluación crediticia realizada por la entidad.

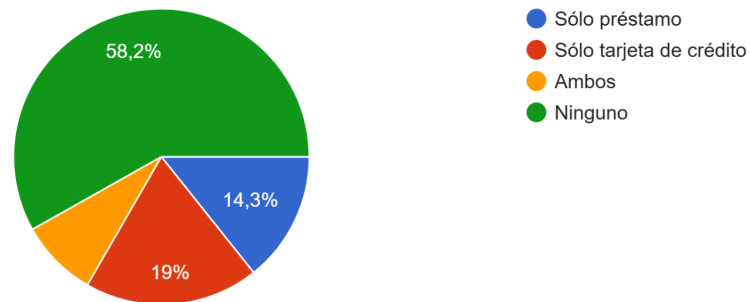
¿Has solicitado alguna vez un préstamo o tarjeta de crédito en una billetera digital?

294 respuestas



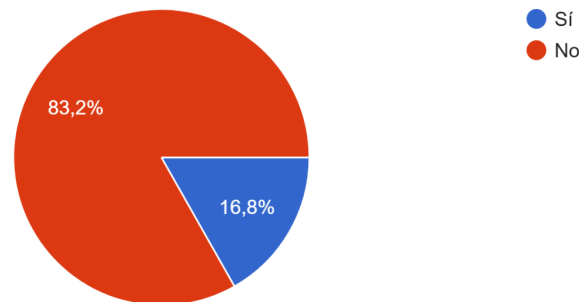
¿ Tienes o has tenido alguna vez tarjeta de crédito o préstamo de alguna billetera digital ?

294 respuestas



¿Te han rechazado alguna solicitud de tarjeta de crédito o préstamo?

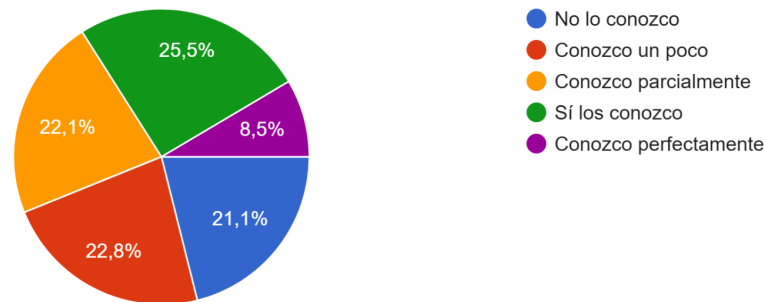
286 respuestas



La encuesta revela importantes brechas en educación financiera dentro de la Generación Z. El 21,1% de los encuestados admite no conocer las condiciones de uso de una tarjeta de crédito, y solo el 8,5% afirma conocerlas completamente. Además, el 19,4% desconoce cómo funcionan los préstamos en términos de intereses, cuotas y plazos, se observa que ambos gráficos reflejan una distribución bastante similar en cuanto al conocimiento que tiene la Generación Z sobre productos financieros clave. En ambos casos, se observa que un gran porcentaje de los encuestados tiene poco conocimiento sobre estos temas importantes, lo que evidencia la necesidad de fomentar la educación financiera para evitar problemas de sobreendeudamiento y mal uso de los productos financieros.

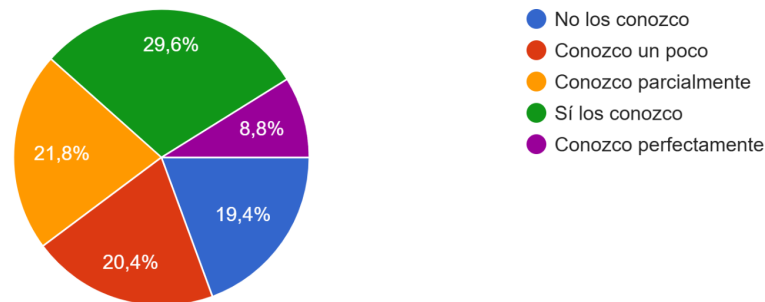
¿Conocés sobre las ventajas y costos de usar una tarjeta de crédito ?

294 respuestas



¿Conocés sobre las condiciones de pago de un préstamo, como intereses, plazo, cuota, etc. ?

294 respuestas

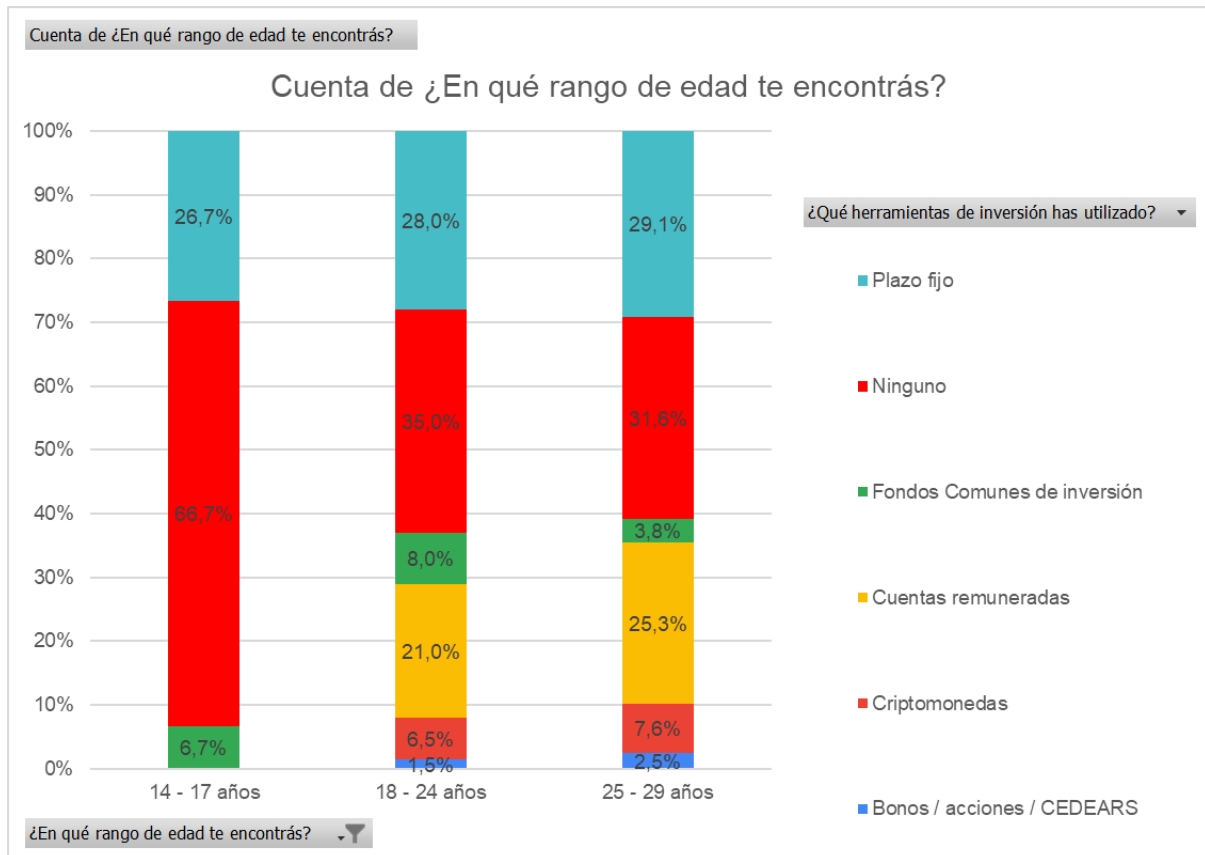


En cuanto a las herramientas de inversión podemos observar una gran diferencia en el grupo de jóvenes de 14 a 17 años, de los cuales el 66,7% no usa ninguna herramienta de inversión, existe un 26,7% que utiliza plazo fijo, mientras que solo el 6,7% invierte en fondos comunes de inversión.

En cambio, los jóvenes entre 18 y 29 años tienen una cartera de inversión más diversificada, podemos encontrar en ambos subgrupos que su mayor activo es el plazo fijo, seguido por las cuentas remuneradas, sin embargo, los fondos comunes de inversión suelen ser más atractivos para los jóvenes de 18 entre 24 años, aunque para este grupo sus últimas opciones son las criptomonedas y los bonos y acciones.

En el grupo de 25 entre 29 años, tienen mayor preferencia por las criptomonedas (7.6%) en lugar de los fondos comunes de inversión, los cuales son los menos elegidos junto con los bonos y acciones. A pesar de ser mayores de edad, en ambos subgrupos aún existe un importante porcentaje que no usa ninguna herramienta de inversión.

Estos datos indican que a pesar de que el 50% de los jóvenes en la generación Z ahorra de manera regular no necesariamente lo invierte, esto demuestra el posible desconocimiento o desconfianza en productos financieros de inversión de mayor riesgo. En particular, entre los jóvenes de 14 y 17 años que legalmente podrían acceder a productos financieros de mayor riesgo, pero que aún no demuestran un interés importante.

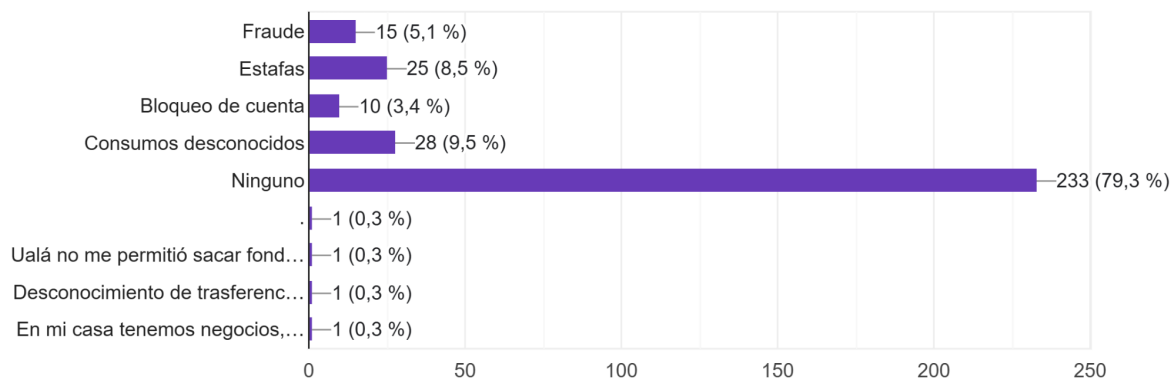


La gran mayoría de los encuestados (233), no ha vivido ninguna experiencia negativa en cuanto al uso de las billeteras, por otro lado, algunos resaltan haber vivido situaciones de estafa, fraude, bloqueo de cuentas, consumos desconocidos y otras situaciones más

personales. En general los usuarios de las Fintech cuentan con una buena experiencia.

¿Ha vivido alguna de estas experiencias usando una billetera virtual?

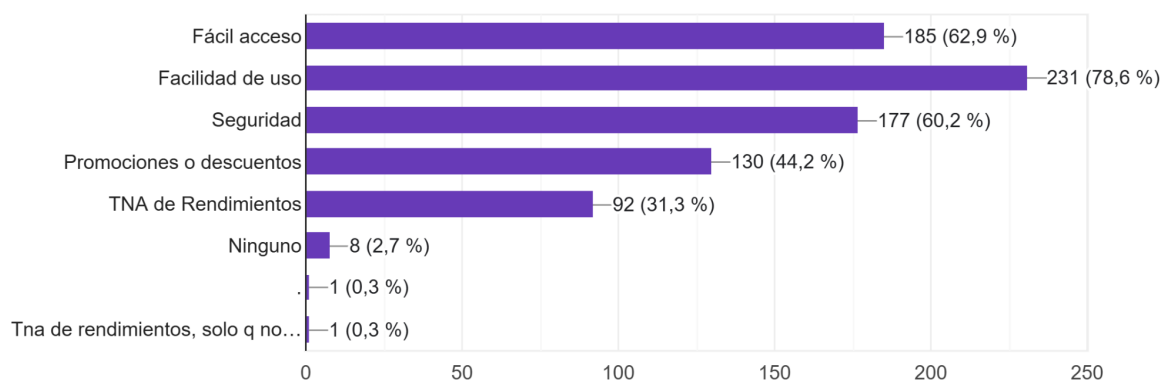
294 respuestas



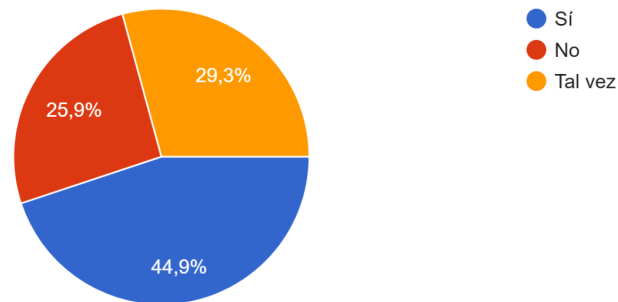
El (78,6%) de los jóvenes valoran la facilidad de uso de las billeteras, también valoran el fácil acceso (62,9%), en tercer lugar, la seguridad (60,2%) luego siguen las promociones o descuentos (44,2%) y por último la TNA de rendimientos (31,3%). Se destaca que el 44,9% de los encuestados considera que las promociones y descuentos influyen en sus decisiones de compra.

¿Qué priorizas al elegir una billetera digital?

294 respuestas

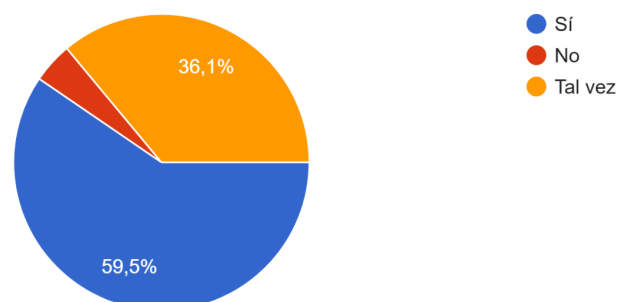


¿Las promociones y descuentos en las billeteras virtuales influyen en tus decisiones de compra?  
294 respuestas



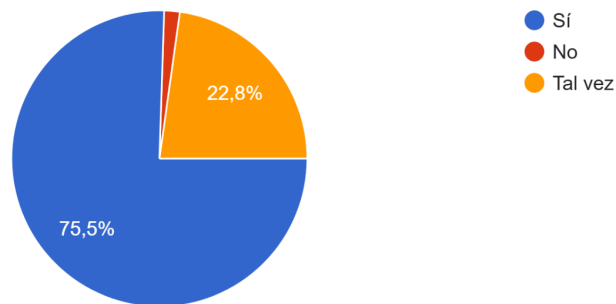
El 59,5% de los jóvenes encuestados consideran que las billeteras virtuales están diseñadas a sus necesidades. Además, el 75,5% declararon que las billeteras virtuales han hecho más fácil para los jóvenes acceder a productos financieros y beneficios. Y un 66,7% de los encuestados considera que las Fintech permiten que personas sin experiencia previa en bancos puedan acceder a productos financieros.

¿Considerás que las billeteras virtuales están diseñadas según las necesidades de los jóvenes?  
294 respuestas



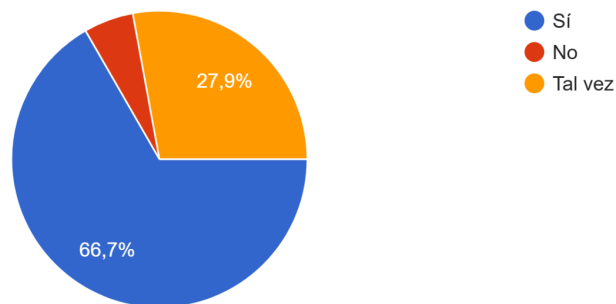
¿Creés que las billeteras virtuales han hecho más fácil para los jóvenes acceder a productos como tarjetas, préstamos o cuentas con beneficios?

294 respuestas



¿Sentís que estas herramientas permiten que personas sin experiencia previa en bancos puedan acceder a productos financieros (tarjetas de crédito, préstamos, inversiones)

294 respuestas



Por último, se les preguntó a los encuestados si conocía el término “Fintech”, se recibieron distintas respuestas, muchos de ellos estaban totalmente familiarizados con el término, otros tenían una idea cercana y muchos otros no tenían ningún conocimiento.

¿Sabés que significa el término FINTECH?

278 respuestas

No, no sé el significado.

Modelos financieros que ofrecen lo mismos servicios que los bancos pero a través del uso tecnológico de forma más simple y rápida

no

No, nunca lo he escuchado

Empresas de tecnología que brindan servicios financieros

Son billeteras virtuales

No, fin creo que es de finanzas o financiamiento y tech se lo relaciona con tecnología, pero no se realmente el significado, es una deducción

No, no lo sé

## 4.2 Conclusiones

Los resultados de la encuesta demuestran que la gran mayoría de los jóvenes de la generación Z valoran la facilidad de uso de las aplicaciones ofrecidas por las Fintech, lo cual les ha permitido acceder a productos financieros más allá de los tradicionales, sin embargo, a pesar de ser una generación que ha vivido en un entorno digital y del auge de los llamados “Influencers Financieros”, aún muchos jóvenes solo ahorran y no invierten en productos de mayor riesgo.

Los más jóvenes, que aún dependen económicamente de sus padres, tienden a priorizar el hábito del ahorro antes que el uso de herramientas de financiamiento. No obstante, a medida que se independizan y enfrentan responsabilidades como el pago de alquiler, servicios y otros gastos esenciales, la necesidad de acceso al crédito y a otras formas de financiamiento se vuelve más evidente. En este contexto, los productos financieros dejan de ser una opción secundaria y comienzan a percibirse como un recurso clave para administrar su economía personal.

Adicionalmente, la falta de conocimiento sobre estos temas genera inseguridad entre los jóvenes lo que los lleva a no solicitar estos productos. Por otro lado, se sienten atraídos ante las promociones y descuentos que las Fintech ofrecen, es decir, estos beneficios funcionan como un gancho para atraer a esta generación.

La aparición de las Fintech ha permitido que más jóvenes accedan a herramientas financieras de manera ágil y sin burocracia, pero la falta de conocimientos sobre créditos, tasas de interés e inversiones sigue siendo un obstáculo importante. Por ende, el acceso a la educación financiera debe ser una prioridad para garantizar que esta nueva generación pueda tomar decisiones económicas informadas y aprovechar al máximo las oportunidades que brinda el ecosistema Fintech.

### 4.3 Recomendaciones para aumentar la inclusión financiera de la Generación Z

A partir de lo abordado en el presente trabajo de investigación y los resultados obtenidos de las encuestas realizadas, se proponen las siguientes recomendaciones a las Fintech de Argentina.

Uno de los aspectos más importantes es la educación financiera. Aunque los jóvenes de la generación Z han crecido en este mundo rodeado de tecnología, muchos desconocen conceptos básicos sobre ahorro, inversión y crédito. Para abordar esta dificultad, las Fintech podrían ofrecer asistentes virtuales con inteligencia artificial que, según el perfil del usuario, brinden consejos personalizados sobre gestión financiera, incluyendo estrategias de ahorro, inversión y optimización del uso de productos crediticios. Por ejemplo, un asistente virtual podría monitorear los movimientos que el usuario realiza en su cuenta, detectar hábitos financieros y sugerir mejoras en sus hábitos de ahorro, consumo, composición de carteras de inversión o brindar recomendaciones de cómo mejorar su score crediticio. Estos asistentes podrían ser gratuitos o formar parte de un plan de suscripción en conjunto con otros beneficios.

Si las Fintech están interesadas en ofrecer una tarjeta crédito para incluir en el sistema financiero a la Gen Z, pueden ofrecer promociones y descuentos personalizados mediante la “hiperpersonalización”, es decir, basados en el comportamiento e intereses de cada usuario. Estos beneficios sólo estarían disponibles al utilizar la tarjeta de crédito, lo que no solo podría incentivar a los jóvenes a solicitar su primera tarjeta, sino también a fidelizar a los clientes existentes.

En relación al ahorro e inversión, las Fintech podrían automatizar este proceso. Permitiendo que los usuarios configuren un ahorro programado y este se destine automáticamente a cuentas remuneradas o carteras de inversión. Además, para garantizar que los jóvenes comprendan los beneficios y riesgos sobre productos financieros, las Fintech podrían evaluar el nivel de conocimientos que tienen los usuarios al momento de la creación de su cuenta. Aquellos con escasos conocimientos sobre inversiones, podrían acceder gradualmente a productos de mayor riesgo, pero solo después de haber completado niveles de educación financiera dentro de la aplicación. Esto garantiza que quienes acceden a estos productos realmente comprendan en totalidad su funcionamiento.

La gamificación también puede ser una herramienta clave para incentivar el aprendizaje de conceptos financieros. Las Fintech podrían implementar juegos, desafíos, trivias, simuladores

de inversión, donde los usuarios acumulen puntos por pasar niveles y puedan ver su avance mediante un ranking. Estos puntos podrían utilizarse para acceder a una ruleta de premios o desbloquear descuentos en plataformas de streaming, tiendas de ropa o videojuegos. La gamificación puede hacer que aprender y poner en práctica conceptos financieros sea más sencillo y divertido.

Por último, es fundamental que las Fintech trabajen en conjunto con escuelas secundarias y universidades para ofrecer capacitaciones a nivel teórico práctico en educación financiera, estas capacitaciones podrían incluir juego de roles donde a los estudiantes se les asigna un presupuesto simulado y deban tomar decisiones sobre ahorro, inversiones, uso de productos crediticios y hábitos de consumo. Para aquellos que aprueben los ejercicios podrán acceder a promociones, descuentos, tasas de interés preferenciales o costos de mantenimiento bonificados en sus billeteras virtuales.

En resumen, si las Fintech logran combinar educación, tecnología y recompensas personalizadas, pueden convertirse en una herramienta clave para potenciar la inclusión financiera de la Generación Z, permitiéndoles acceder al sistema financiero de una manera más informada y que pueda tomar buenas decisiones financieras.

## CONCLUSIONES

El presente trabajo de investigación ha permitido analizar el impacto de las Fintech en la inclusión financiera de la Generación Z en Argentina. A lo largo de los distintos capítulos, se ha abordado cómo a partir de la innovación tecnológica en el sistema financiero y la llegada de las Fintech, se han desarrollado nuevos productos y servicios digitales permitiendo a esta generación superar las barreras impuestas por el sistema financiero tradicional y acceder a nuevas oportunidades como el acceso al crédito.

El análisis del sistema financiero argentino permitió comprender su composición y funcionamiento, destacando el aumento de las entidades no financieras, como las Fintech. Estas han permitido el acceso a productos financieros mediante plataformas digitales que eliminan muchas de las barreras burocráticas de la banca tradicional. Las Fintech se han adaptado a una generación más digital, exigente y que requiere inmediatez, ofreciendo productos y servicios ágiles y personalizados que respondan a sus necesidades. Asimismo, han transformado la experiencia del cliente, brindando procesos más intuitivos, menores tiempos de espera y una interacción más directa con el mundo financiero, lo que ha modificado para siempre la manera en que los jóvenes gestionan su dinero.

Desde el punto de vista de la inclusión financiera, Argentina ha logrado avances significativos en la expansión del acceso a los servicios financieros, aunque aún persisten desigualdades entre distintos segmentos de la población. La Generación Z, en particular, ha demostrado un alto nivel de adopción de herramientas digitales, pero enfrenta dificultades para acceder a productos financieros tradicionales debido a la falta de historial crediticio, ingresos informales o desconocimiento sobre su funcionamiento. Las Fintech han respondido a estas limitaciones

ofreciendo alternativas accesibles, como billeteras digitales, solicitud de préstamos basados en scoring alternativo y esquemas de pago innovadores.

Los resultados de la encuesta realizada demuestran que la Generación Z valora a las Fintech por su accesibilidad, facilidad de uso y seguridad. Sin embargo, el nivel de educación financiera sigue siendo bajo, lo que provoca desconfianza a la hora de utilizar productos de crédito o inversión. Un dato relevante es que, aunque la mayoría de los encuestados no tiene ingresos superiores al millón de pesos, el 50% afirmó ahorrar regularmente. A pesar de ello, no necesariamente invierte sus ahorros en productos financieros de riesgo, lo que evidencia la necesidad de desarrollar estrategias que promuevan el ahorro y la inversión. Adicionalmente, se observó que a medida que los jóvenes que van alcanzado mayor independencia económica demuestran una mayor necesidad de financiamiento y recurren con más frecuencia a productos crediticios.

El análisis del comportamiento financiero de la Generación Z demuestra que esta generación prioriza la inmediatez, la flexibilidad y la personalización en los productos y servicios que eligen. Las Fintech han sabido ofrecer experiencias digitales ágiles y accesibles que son atractivas para esta generación. Sin embargo, esta preferencia por la rapidez y la simplicidad podría llevar a que los usuarios no se tomen el tiempo suficiente para entender los riesgos asociados a ciertos productos financieros, lo que puede generar desconocimientos y decisiones financieras poco informadas.

Es necesario destacar que el scoring alternativo es una metodología que ha permitido ampliar el acceso al crédito a jóvenes sin historial crediticio. Empresas como Findo y Mercado Crédito han implementado modelos basados en el análisis de datos alternativos provenientes del uso de celular, hábitos transaccionales y de consumo, así como actividad en redes sociales. Esto ha permitido evaluar mejor el perfil de los solicitantes y ofrecer productos adaptados a sus necesidades. Estos modelos de scoring han permitido un avance significativo en la inclusión financiera de la generación Z.

La educación financiera se presenta como un factor clave para mejorar la inclusión financiera de la Generación Z. Aunque las Fintech han desarrollado iniciativas en este sentido, se requiere un mayor esfuerzo para integrar la educación financiera en ámbitos formales, como escuelas secundarias y universidades. Es fundamental que la educación financiera se enseñe desde edades tempranas, de modo que, gestionar las finanzas personales se convierta en lo habitual y no algo que se aprenda de manera tardía, permitiendo a las nuevas generaciones tomar decisiones financieras más responsables y conscientes a lo largo de su vida.

En este sentido, en las economías del primer mundo, donde el uso de activos digitales es habitual y el grado de bancarización es alto, la próxima generación, conocida como “Generación Alpha”, ya está siendo incluida en este ecosistema financiero, es así que, surgen aplicaciones como Revolut (Europa y EE. UU) y GoHenry (Reino Unido) que otorgan tarjetas de débito para niños y adolescentes a partir de los 6 años, con supervisión parental. Además, estas plataformas incorporan herramientas de educación financiera mediante la gamificación y creación de objetivos de ahorro.

La familiarización temprana con estas herramientas digitales no solo fomenta el hábito del ahorro, sino que también facilita la transición hacia la banca tradicional e instrumentos de inversión de mayor riesgo en el futuro. Además, estas aplicaciones contribuyen al desarrollo de habilidades que permitirán que los más jóvenes puedan tomar mejores decisiones a lo largo de su vida.

En resumen, la Generación Z continúa viviendo el proceso de cambio de los servicios financieros, impulsado en gran medida por el crecimiento de las Fintech. Si bien estas han reducido barreras de acceso y han introducido modelos de scoring alternativos, aún existen desafíos en términos de educación financiera, acceso al crédito y diversificación del ahorro y la inversión. Para que la inclusión financiera genere un impacto real y positivo, no basta con ofrecer productos que sean fáciles de acceder y usar, sino que también es necesario que los jóvenes puedan comprender y utilizar de manera responsable las herramientas financieras disponibles. La colaboración entre las Fintech, instituciones educativas y otros actores es importante para consolidar un ecosistema financiero más accesible y sostenible en el futuro.

# REFERENCIAS

Banco Central de la República Argentina (BCRA). *Diccionario Financiero 2023. Definición de Fintech*. [https://www.bcra.gov.ar/BCRAyVos/diccionario\\_financiero\\_tabla\\_S.asp](https://www.bcra.gov.ar/BCRAyVos/diccionario_financiero_tabla_S.asp)

Zvi Bodie y Robert C. Merton (1999). *Finanzas- 1ra Edición*

Roa, M. J., & Warman, F. (2015). *Intermediarios financieros no bancarios en América Latina: ¿Shadow Banking? Cuadernos de Economía*, 39(109), 49-63. <https://doi.org/10.1016/j.cesjef.2015.07.004>

Banco Central de la República Argentina (2024). *Informe de Proveedores No Financieros de Crédito Noviembre 2024. Publicaciones Estadísticas*. [Archivo PDF]. <https://www.bcra.gov.ar/Pdfs/PublicacionesEstadisticas/Informe-proveedores-no-financieros-credito-noviembre-2024.pdf>

Banco Central de la República Argentina. *Diccionario Financiero 2023. Definición de Fintech*. [https://www.bcra.gov.ar/BCRAyVos/diccionario\\_financiero\\_tabla\\_F.asp](https://www.bcra.gov.ar/BCRAyVos/diccionario_financiero_tabla_F.asp)

Banco Central de la República Argentina (2024). *Marco Legal del Sistema Financiero Argentino* [Archivo PDF]. <https://www.bcra.gov.ar/Pdfs/SistemasFinancierosYdePagos/MarcoLegalCompleto.pdf>

Ley 24.144 de 1992. *Modificaciones de los art nº 1, art nº 3 de la Carta Orgánica*. 23 de septiembre de 1992. [https://www.bcra.gov.ar/Institucional/Carta\\_Organica.asp](https://www.bcra.gov.ar/Institucional/Carta_Organica.asp)

Ley 21.526 de 1977. *Ley de Entidades Financieras*. 21 de febrero de 1977. [Argentina.gov.ar. https://www.argentina.gov.ar/normativa/nacional/ley-21526-16071/actualizacion](https://www.argentina.gov.ar/normativa/nacional/ley-21526-16071/actualizacion)

Ley 18.924 de 1971. *Ley de Entidades Cambiarias*, 28 de enero de 1971. [Argentina.gov.ar. https://www.argentina.gov.ar/normativa/nacional/ley-18924-97583/actualizacion](https://www.argentina.gov.ar/normativa/nacional/ley-18924-97583/actualizacion)

Banco Central de la República Argentina. *Registro de Proveedores de Servicio de Pago*. [bcra.gov.ar https://www.bcra.gov.ar/SistemasFinancierosYdePagos/Proveedores-servicios-de-pago-ofrecen-cuentas-de-pago.asp](https://www.bcra.gov.ar/SistemasFinancierosYdePagos/Proveedores-servicios-de-pago-ofrecen-cuentas-de-pago.asp)

Banco Central de la República Argentina (2024). *Comunicación "A 8176" Proveedores de Servicio de Pago*. [Archivo PDF]. <https://www.bcra.gov.ar/Pdfs/Texord/t-snp-psp.pdf>

Banco Central de la República Argentina (2022). *Comunicación "A" 7462* [Archivo PDF]. <https://www.bcra.gov.ar/pdfs/comytexord/A7462.pdf>

Argentina.gob.ar. (27 mayo de 2022). Resolución General 5193/2022. Argentina.gob.ar. <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resoluci%C3%B3n-5193-2022-365432/texto>

Banco Central de la República Argentina (2024). Comunicación "A 8032" [Archivo PDF]. <https://www.bcra.gob.ar/Pdfs/comytexord/A8032.pdf>

Banco Central de la República Argentina (2022). Comunicación "A 7540" Proveedores no financieros de crédito [Archivo PDF]. <https://www.bcra.gob.ar/pdfs/texord/t-apnf.pdf>

Qué son los productos financieros y cuántos tipos hay. (7 de julio de 2023). *Cámara de Comercio de Madrid*. <https://www.mba-madrid.com/economia/productos-financieros/>

La universidad en internet (26 de abril de 2024). Tipos de productos financieros. <https://www.unir.net/empresa/revista/productos-financieros/>

Finnovista Fintech Radar Argentina (2024). VII Edición [Archivo PDF]. <https://www.finnosummit.com/wp-content/uploads/2024/11/RADAR-ARGENTINA-2024.pdf>

Ranallo, L. (13 de febrero de 2023). Innovación y compliance: la piedra angular en la aceleración del sector financiero. *Forbes Argentina*. <https://www.forbesargentina.com/columnistas/innovacion-compliance-piedra-angular-aceleracion-sector-financiero-n29378>

De Michael Page, L. M. F. D. (6 de julio de 2022). *Nuevas tendencias en el sector financiero: Blockchain, Fintech, Inteligencia artificial y Big Data, Digitalización y regulación*. Michael Page. <https://www.michaelpage.es/advice/tendencias-de-mercado/nuevas-tendencias-en-el-sector-financiero-blockchain-Fintech>

De Mendoza - Memo, N. (6 de noviembre de 2024). *El número de empresas Fintech creció un 11,7% en 2024*. Memo. <https://www.memo.com.ar/economia/crecio-un-11-7-la-cantidad-de-empresas-Fintech/>

*Vista de Nuevos usos del territorio, intermediación financiera y convergencia tecnológica en Argentina*. Geograficando. (s.f.). <https://www.geograficando.fahce.unlp.edu.ar/article/view/geoe126/17518>

PricewaterhouseCoopers. (s. f.). *Sala de prensa*. PwC. <https://www.pwc.com.ar/es/prensa/la-influencia-Fintech-renueva-industria-financiera-en-argentina.html>

PricewaterhouseCoopers. (s.f). 2da Edición Banking & Fintech. PwC. <https://www.pwc.com.ar/es/publicaciones/assets/fintech-y-bancos.pdf>

Rodríguez, S. (19 de junio de 2019). *5 cambios que han aportado las 'Fintech' a la experiencia del cliente bancario*. Big Data Magazine. <https://bigdatamagazine.es/5-cambios-que-han-aportado-las-Fintech-a-la-experiencia-del-cliente-bancario>

Nosis, E. (23 de mayo de 2023). *La importancia de tener datos en la gestión de riesgo*. Nosis Blog. Nosis Blog. [https://blog.nosis.com/gestion-riesgo-crediticio-bureau/?utm\\_source=Linkedin&utm\\_medium=Social&utm\\_campaign=lk-julio-2023&utm\\_term=lk-julio-2023-nota-gestion-riesgo-articulo&utm\\_content=enlace](https://blog.nosis.com/gestion-riesgo-crediticio-bureau/?utm_source=Linkedin&utm_medium=Social&utm_campaign=lk-julio-2023&utm_term=lk-julio-2023-nota-gestion-riesgo-articulo&utm_content=enlace)

Matias Alfredo Gutierrez Girault (2007). *Modelos de Credit Scoring- Qué, Cómo, Cuándo y Por qué*. Publicaciones bcra.gob.ar [Archivo PDF]. <https://www.bcra.gob.ar/Pdfs/Publicaciones/CreditScoring.pdf>

Investigaciones Económicas, Banco Central de la República Argentina. Matias Alfredo Gutierrez Girault (2008). *Anatomía de los modelos de credit scoring*. <https://bcra.gob.ar/Institucional/DescargaPDF/DownloadPDF.aspx?Id=1238>

Equifax. (19 de julio de 2023). *¿Qué es un score crediticio?* <https://www.soluciones.equifax.com.ar/finanzas-sin-vueltas/-/insight/article/-que-es-un-score-crediticio/>

X, N. (24 de junio de 2024). *¿Qué es el historial crediticio?* <https://blog.naranjax.com/quienes-necesitan-el-scoring-crediticio-en-argentina/>

Banco Central de la República Argentina BCRA. Central de Deudores. *¿Qué significa cada situación en la Central de Deudores, considerando solo la mora?* <https://www.bcra.gob.ar/BCRAyVos/Preg-Frec-Qu%C3%A9-significa-cada-situaci%C3%B3n-en-la-Central-de-deudores-considerando-s%C3%B3lo-la-mora.asp>

*¿Qué es la inclusión financiera?* (25 de agosto de 2021). Argentina.gob.ar. <https://www.argentina.gob.ar/economia/inclusion-financiera/que-es-la-inclusion-financiera>

Caribe, C. E. P. A. L. y. E. (s. f.). *Preguntas frecuentes*. Comisión Económica Para América Latina y el Caribe. <https://www.cepal.org/es/inclusion-financiera-pymes/preguntas-frecuentes#:~:text=Seg%C3%BAn%20las%20definiciones%20m%C3%A1s%20recientes,di mensionen%20acceso%2C%20uso%20y%20calidad.>

Grupo Banco Mundial (29 de marzo de 2022). *Inclusión financiera*. <https://www.bancomundial.org/es/topic/financialeconomicinclusion/overview>

Ministerio de Economía Argentina (2023). *Curso de referentes en Inclusión Financiera- Programa RIF* [Archivo PDF]. [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/programa\\_rif\\_agosto2023.docx.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/programa_rif_agosto2023.docx.pdf)

Ministerio de Economía Argentina (2020-2023). *Estrategia Nacional de Inclusión Financiera* [Archivo PDF]. [https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/enif\\_2020-23\\_vf\\_011220\\_con\\_prologo\\_1\\_0.pdf](https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/enif_2020-23_vf_011220_con_prologo_1_0.pdf)

Banco Central de la República Argentina (2024). *Informe de Inclusión Financiera- Primer semestre 2024*. <https://www.bcra.gob.ar/PublicacionesEstadisticas/informe-inclusion-financiera-012024.asp>

Cámara Argentina Fintech. (s. f.). *Informe de Crédito Fintech, 2do trimestre 2024*. <https://camarafintech.org/informe-de-credito-fintech-2do-trimestre-2024/>

Banco Central de la República Argentina (2021). *Informe de Inclusión Financiera, segundo semestre 2021*. <https://www.bcra.gob.ar/PublicacionesEstadisticas/informe-inclusion-financiera-022021.asp>

Banco Central de la República Argentina (2024). *Indicadores de la Inclusión Financiera*. <https://www.bcra.gob.ar/PublicacionesEstadisticas/Indicadores-inclusion-financiera.asp>

Banco Central de la República Argentina, blog ideas de peso (27 de agosto de 2018). *Las Fintech y la oferta de créditos online: una aproximación a sus aspectos jurídicos*. <https://www.bcra.gob.ar/Noticias/Ideas-de-peso-Exportaciones-Fintech-creditos.asp>

TecnoFIN (2023). *Informe Sectorial para inversores Internacionales* [Archivo PDF]. [https://www.inversionycomercio.ar/pdf/sectores/tecno/AAICI\\_TecnoFIN.pdf](https://www.inversionycomercio.ar/pdf/sectores/tecno/AAICI_TecnoFIN.pdf)

Cámara Argentina Fintech. (10 de octubre de 2023). *Los argentinos confían cada vez más en las empresas Fintech para proteger sus ingresos*. <https://camarafintech.org/los-argentinos-confian-cada-vez-mas-en-las-empresas-Fintech-para-proteger-sus-ingresos/>

Valverde, D. (17 de agosto de 2023). *Ecosistema FinTech de Argentina 2023 en la plataforma Finnovating*. Finnovating. <https://finnovating.com/news/Fintech-argentina-2023/>

Finnosummit. (2 de diciembre de 2024). *El ecosistema Fintech de Argentina crece un 11,7% y ya suma 383 startups locales - Finnosummit*. <https://www.finnosummit.com/radar/finnovista-Fintech-radar-argentina-2024/>

Huala, M. (21 de agosto de 2023). *Ecosistema Fintech a pleno: 10 claves de un sistema en punto de inflexión*. ECC. <https://www.cronista.com/columnistas/ecosistema-Fintech-a-pleno-10-claves-de-un-sistema-en-punto-de-inflexion/>

Worldpay (2024). *The global payments report 2024, novena edición* [Archivo PDF] [https://offers.worldpayglobal.com/rs/850-JOA-856/images/The%20Global%20Payments%20Report%202024\\_ES.pdf?\\_gl=1\\*1aem6jd\\*\\_gcl\\_au\\*MTg1MzUzNTM4MC4xNzMyMjQ4NjEx\\*\\_ga\\*MTQzMjc4MTQzNy4xNzMyMjQ4NjEz\\*\\_ga\\_9HB8S1WFYN\\*MTczMjl0ODYxMi4xLjEuMTczMjl0ODcyNy45LjAuMTEwOTUxMDUxMg](https://offers.worldpayglobal.com/rs/850-JOA-856/images/The%20Global%20Payments%20Report%202024_ES.pdf?_gl=1*1aem6jd*_gcl_au*MTg1MzUzNTM4MC4xNzMyMjQ4NjEx*_ga*MTQzMjc4MTQzNy4xNzMyMjQ4NjEz*_ga_9HB8S1WFYN*MTczMjl0ODYxMi4xLjEuMTczMjl0ODcyNy45LjAuMTEwOTUxMDUxMg)

TecnoFIN (2023). *Informe Sectorial para Inversores Internacionales* [Archivo PDF]. [https://www.inversionycomercio.org.ar/pdf/sectores/tecno/AAICI\\_TecnoFIN.pdf](https://www.inversionycomercio.org.ar/pdf/sectores/tecno/AAICI_TecnoFIN.pdf)

*Encuesta de Empleo de Fintech 2023*. (20 de marzo de 2024). Cámara Argentina Fintech. [Archivo PDF]. <https://camaraFintech.org/encuesta-de-empleo-Fintech-2023/>

*Informe de Crédito Fintech, 1er trimestre 2024*. (1 de agosto de 2024). Cámara Argentina Fintech. <https://camarafintech.org/segundo-informe-de-credito-Fintech/>

Banco Interamericano de Desarrollo BID-Finnovista (2020). *Innovaciones que no sabías que eran de América Latina y el Caribe* [Archivo PDF]. <https://finnovista.com/wp-content/uploads/2020/03/BID-Fintech-America-Latina-ES-1.pdf>

*Crece la inclusión financiera con el acceso cada vez más masivo a cuentas, créditos e inversiones digitales*. (s. f.). Mercado Libre. <https://www.mercadolibre.com.ar/institucional/comunicamos/noticias/indice-de-avance-de-inclusion-financiera-2022>

Coelsa (2024). *Indicador Coelsa edición último cuatrimestre 2024* [Archivo PDF]. [https://www.coelsa.com.ar/assets/img/indicador\\_ultimo\\_cuatrimestre\\_2024.pdf](https://www.coelsa.com.ar/assets/img/indicador_ultimo_cuatrimestre_2024.pdf)

Ignacio E. Caraballo (s.f.). *Fintech: Desafíos para la regulación y la educación financiera* [Archivo PDF]. <https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/10904/2/Fintech-desafios-regulacion-educacion.pdf>

Ces, P. (5 de agosto de 2024). *La inclusión financiera impulsada por Fintechs: el desafío es cada vez más grande*. iProfesional. <https://www.iprofesional.com/tecnologia/410938-la-inclusion-financiera-impulsada-por-Fintech-el-desafio-es-cada-vez-mas-grande>

Vallejos, S. (24 de octubre de 2024). *Ecosistema Fintech: expectativas de crecimiento para 2025 y los desafíos para lograrlo*. Forbes Argentina. <https://www.forbesargentina.com/summit/ecosistema-Fintech-expectativas-crecimiento-2025-desafios-lograrlo-n61510>

Rodriguez, V (16 de octubre 2024). *El panorama Fintech en Argentina y Latinoamérica: retos, oportunidades y el futuro del sector*. Infobae. <https://www.infobae.com/opinion/2024/10/16/el-panorama-Fintech-en-argentina-y-latinoamerica-retos-oportunidades-y-el-futuro-del-sector/>

Vega, S., & Vega, S. (28 de mayo de 2024). *Inclusión financiera 2024: los retos para las fintech*. Frecuencia Money. <https://noticias.mobilemoneylatam.com/inclusion-financiera-2024-retos-para-Fintech/>

*¿Qué es el scoring?* (23 de marzo de 2023). Nosis Blog. [https://blog.nosis.com/que-es-el-scoring/?utm\\_source=Linkedin&utm\\_medium=Social&utm\\_campaign=lk-marzo-2023&utm\\_id=&utm\\_term=nosis-blog&utm\\_content=texto-scoring](https://blog.nosis.com/que-es-el-scoring/?utm_source=Linkedin&utm_medium=Social&utm_campaign=lk-marzo-2023&utm_id=&utm_term=nosis-blog&utm_content=texto-scoring)

SEON Technologies (2021). *Una guía sobre el score crediticio alternativo* [Archivo PDF]. [https://seon.io/wp-content/uploads/2021/11/Guide\\_to\\_Credit\\_Scoring\\_with\\_Alternative\\_Data\\_ES\\_v3-1.pdf](https://seon.io/wp-content/uploads/2021/11/Guide_to_Credit_Scoring_with_Alternative_Data_ES_v3-1.pdf)

Tornero, L. (8 de junio de 2020). *Findo: un motor de scoring alternativo*. *Forbes Argentina*. <https://www.forbesargentina.com/negocios/findo-motor-scoring-alternativo-n3050>

iProUP. (29 de junio de 2020). *Como te ve, te trata: cómo usa Mercado Libre su propio «Veraz digital» para saber si te puede prestar plata*. iProUP. <https://www.iproup.com/finanzas/14776-mercado-libre-mercado-pago-como-fijan-tasa-y-credito>

Banco Central de la Argentina BCRA (2022). *Proveedores no financieros de credito- Última comunicación incorporada al: “A 7540”*. <https://www.bcra.gob.ar/pdfs/texord/t-apnf.pdf>

*Informe de Proveedores No financieros de Crédito – 1er semestre*. (19 de febrero de 2024). *Cámara Argentina Fintech*. 2023. <https://camarafintech.org/informe-de-proveedores-no-financieros-de-credito-1er-semestre-2023/>

Periodista. (28 de septiembre de 2023). *Go Cuotas: Transformando tarjetas de débito en oportunidades de compra*. Insider Latam. <https://insiderlatam.com/go-cuotas-transformando-tarjetas-de-debito-en-oportunidades-de-compra/>

Canal Economix. (14 de julio de 2021). *GO la empresa que permite pagar en 3 cuotas sin interés con tu tarjeta de débito- Programa 2297* [Archivo de Vídeo]. <https://www.youtube.com/watch?v=NuEPWqBIO8Q>

Pedotti, A. C. (3 de mayo de 2022). *Score alternativo: qué miran las Fintech antes de prestarle a alguien por primera vez*. *Clarín*. [https://www.clarin.com/economia/score-alternativo-miran-Fintech-prestarle-alguien-primera-vez\\_0\\_BWVa87dDTY.html](https://www.clarin.com/economia/score-alternativo-miran-Fintech-prestarle-alguien-primera-vez_0_BWVa87dDTY.html)

Punto a Punto. (27 de junio de 2022). *Con un scoring alternativo Naranja X sumó a 27 mil personas al sistema financiero*. <https://puntoapunto.com.ar/con-un-scoring-alternativo-naranja-x-sumo-a-27-mil-personas-al-sistema-financiero/>

Santaella, J. E., & Santaella, J. E. (30 de agosto de 2022). *¿Qué es la generación Z, quiénes la conforman y por qué se diferencian?* *Economía3*. <https://economia3.com/generacion-z-que-es/>

Capelli, L. (s.f). *Conociendo a la Generación Z, su perfil profesional y como consumidor*. Softland Argentina. <https://softland.com.ar/noticias-erp-conociendo-la-generacion-z/>

Domínguez, R. (s.f.). *Generación Z: Todo lo que necesitas saber de ellos*. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/generacion-z/>

Bank Of America (13 de septiembre de 2022.). *El 73% de la generación Z dice que la situación económica ha hecho que sea más difícil ahorrar y el 75% busca maneras de obtener ingresos*

adicionales. <https://newsroom.bankofamerica.com/content/newsroom/press-releases/2022/09/el-73--de-la-generacion-z-dice-que-la-situacion-economica-ha-hec.html>

Deloitte Argentina. (s.f). *La Gen Z y los millennials están cansados de ser resilientes, quieren apoyo y un cambio genuino.* <https://www2.deloitte.com/ar/es/pages/about-deloitte/articles/encuesta-millennial-y-genz-2022.html>

Blanco, D. (11 de abril de 2023). *¿Por qué los expertos en psicología y educación creen que la Generación Z viene a cambiarlo todo?* Infobae. <https://www.infobae.com/tendencias/2023/04/11/por-que-los-expertos-en-psicologia-y-educacion-creen-que-la-generacion-z-viene-a-cambiarlo-todo/>

Financiera, E. (16 de mayo de 2028). *Generación Z, ¿quiénes son y cómo utilizan el dinero?* BBVA NOTICIAS. <https://www.bbva.com/es/generacion-z-quienes-utilizan-dinero/>

*Radiografía de la Generación Z: ¿Vienen a cambiarlo todo?* (17 de abril de 2023). Total Medios. <https://www.totalmedios.com/nota/52302/radiografia-de-la-generacion-z-vienen-a-cambiarlo-todo->

Adecco Argentina. *Adecco Argentina presenta una radiografía de los jóvenes argentinos en el mercado laboral.* (13 de diciembre de 2021). Adecco Argentina, blog. <https://www.adecco.com.ar/blog/adecco-argentina-presenta-una-radiografia-de-los-jovenes-argentinos-en-el-mercado-laboral/>

Inversiones, C. (22 de enero de 2024). *La Generación Z en el Mundo Laboral. Critería Argentina.* <https://criteria.com.ar/pension-benefits/la-generacion-z-en-el-mundo-laboral/>

Tank, A. (21 de agosto de 2024). *La generación Z exige más en el ámbito laboral y así cambiaron su cultura para que prosperen.* Infobae. <https://www.infobae.com/fortune/2024/08/21/la-generacion-z-exige-mas-en-el-ambito-laboral-y-asi-cambiaron-su-cultura-para-que-prosperen/>

Celichini, D. (4 de junio de 2023). *Cómo viven los más jóvenes la primera gran crisis inflacionaria que les toca enfrentar: “Las cosas básicas parecen un lujo”.* LA NACION. <https://www.lanacion.com.ar/sociedad/como-viven-los-mas-jovenes-la-primera-gran-crisis-inflacionaria-que-les-toca-enfrentar-las-cosas-nid04062023/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2024). *Incidencia de la pobreza y la indigencia en 31 conglomerados urbanos-Primer semestre 2024.* Informes técnicos / Vol. 8, N° 220. [https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eph\\_pobreza\\_09\\_241C2355AD3A.pdf](https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/eph_pobreza_09_241C2355AD3A.pdf)

Ministerio de Economía. (2024) *Empleo Joven Registrado en Argentina* [Reporte POWER BI] <https://app.powerbi.com/view?r=eyJrIjoiODhiMTU0ZTU0ZWtOWMwOS00Mzc0LWlwMWMtNzA5MTdmNjFjMmRlIiwidCI6ImNiODg0ZGI1LTU0ODU0tNGY5Yi05MzhILTNINjlxZjlyMjU3YiIsImMiOjR9>

Instituto Nacional de Estadística y Censos (2024). *Mercado de Trabajo. Tasas e indicadores socioeconómicos (EPH). Tercer trimestre 2024. Informes técnicos / Vol. 8, n° 288* [https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/mercado\\_trabajo\\_eph\\_3trim241364F3C2B4.pdf](https://www.indec.gov.ar/uploads/informesdeprensa/mercado_trabajo_eph_3trim241364F3C2B4.pdf)

Open2Banking. (11 de octubre de 2023). *Los Medios de Pago Digitales: Preferidos por la Generación Z en América Latina*. [https://www.linkedin.com/pulse/los-medios-de-pago-digitales-preferidos-por-la-generaci%C3%B3n/?trk=article-ssr-frontend-pulse\\_more-articles\\_related-content-card&originalSubdomain=es](https://www.linkedin.com/pulse/los-medios-de-pago-digitales-preferidos-por-la-generaci%C3%B3n/?trk=article-ssr-frontend-pulse_more-articles_related-content-card&originalSubdomain=es)

Grisolía, J. (21 de noviembre de 2023). *Centennials: ¿qué valoran al elegir un servicio financiero?* EY Argentina. [https://www.ey.com/es\\_ar/financial-services/centennials-que-valoran-al-elegir-un-servicio-financiero](https://www.ey.com/es_ar/financial-services/centennials-que-valoran-al-elegir-un-servicio-financiero)

Statista. (17 de septiembre de 2024). *Argentina: número de usuarios de móviles inteligentes 2015-2026*. <https://es.statista.com/estadisticas/598527/numero-de-usuarios-de-moviles-en-argentina/#:~:text=En%202021%2C%20se%20estim%C3%B3%20que,Argentina%20supere%20los%2040%20millones.>

INDEC, Instituto Nacional de Estadística y Censos de la REPÚBLICA ARGENTINA. (s. f.). *INDEC: Instituto Nacional de Estadística y Censos de la República Argentina*. <https://www.indec.gov.ar/indec/web/Nivel4-Tema-4-26-153>

Equifax (2022). *Radiografía de la Generación Z en Argentina* [Archivo PDF]. [https://assets.equifax.com/marketing/argentina/assets/generacion\\_z.pdf](https://assets.equifax.com/marketing/argentina/assets/generacion_z.pdf)

Forbes Digital (27 de enero de 2023). *Un estudio demuestra cómo el crédito de las Fintech ayuda a los jóvenes argentinos a pagar sus obligaciones*. *Forbes Argentina*. <https://www.forbesargentina.com/lifestyle/un-estudio-demuestra-como-credito-Fintech-ayuda-jovenes-argentinos-pagar-sus-obligaciones-n28648>

Financiera, E. (16 de mayo de 2028). *Generación Z, ¿quiénes son y cómo utilizan el dinero?* *BBVA NOTICIAS*. <https://www.bbva.com/es/generacion-z-quienes-utilizan-dinero/>

Banco Central de la República Argentina (2023). *Informe de Inclusión Financiera. Segundo semestre de 2023. Publicaciones Estadísticas*. [bcra.gov.ar](https://www.bcra.gov.ar). <https://www.bcra.gov.ar/PublicacionesEstadisticas/informe-inclusion-financiera-022023.asp>

Banco Central de la República Argentina BCRA. *Cuenta de ahorro para menores de 18 años*. <https://www.bcra.gov.ar/BCRAyVos/Aprendiendo-a-ahorrar-cuentas-ahorro-menores-18.asp>

*Caja de ahorro para adolescentes*. (24 de abril de 2023). [Argentina.gov.ar](https://www.argentina.gov.ar). <https://www.argentina.gov.ar/economia/inclusion-financiera/caja-de-ahorro-para-adolescentes>

Clarín.(20 de enero de 2025). *Todo lo que debes saber sobre las tarjetas de crédito para adolescentes.* [https://www.clarin.com/informacion-general/debes-saber-tarjetas-credito-adolescentes\\_0\\_HuErygN4mJ.html?srsItid=AfmBOoq5EFwTIt27x\\_PWL1cWOHHLJsE2fFPTLr12Jm17NCOVHY1i5o8M](https://www.clarin.com/informacion-general/debes-saber-tarjetas-credito-adolescentes_0_HuErygN4mJ.html?srsItid=AfmBOoq5EFwTIt27x_PWL1cWOHHLJsE2fFPTLr12Jm17NCOVHY1i5o8M)

Comisión Nacional de Valores (16 de octubre de 2024). *Los jóvenes podrán operar en el mercado de capitales a partir de los 13 años.* <https://www.argentina.gob.ar/noticias/los-jovenes-podran-operar-en-el-mercado-de-capitales-partir-de-los-13-anos>

Mercado Pago. (s. f.). *Menores.* <https://www.mercadopago.com.ar/c/menores>

IOL invertironline.(s. f.) *Abrí tu Primera Cuenta de Inversión en simples pasos y potenciá tus ahorros.* <https://www.invertironline.com/cuenta-menores>

Ualá (s.f). *Mayores de 13 años pueden abrir su Caja de Ahorro en la app de Ualá.* <https://www.uala.com.ar/prensa/caja-de-ahorro-menores-13>

Argentina.gob.ar. (8 de noviembre de 2022). *Informe Global Findex: los datos sobre Argentina.* <https://www.argentina.gob.ar/economia/inclusion-financiera/informe-global-findex-los-datos-sobre-argentina>

Ualá, B., & Ualá, B. (19 de febrero de 2022). Presentamos Aula Ualá, nuestro compromiso con la educación financiera. *El Blog de Ualá . Finanzas, pero fácil. Aprendé a manejar mejor tu plata.* <https://blog.uala.com.ar/educacion-financiera/aula-uala/>

*Aula Ualá - Educación financiera.* (s. f.). Ualá. <https://www.uala.com.ar/aula-uala>

Secretaría de Coordinación de Producción (8 de abril de 2022). *Desarrollo Productivo firmó un convenio con Ualá para promover la inclusión financiera de pequeñas empresa.* . Argentina.gob.ar <https://www.argentina.gob.ar/noticias/desarrollo-productivo-firmo-un-convenio-con-uala-para-promover-la-inclusion-financiera-de>

*Caso de Éxito: Ualá unifica sus canales de comunicación y brinda una atención más rápida y personalizada a sus clientes.* (s. f.). Salesforce. <https://www.salesforce.com/mx/customer-success-stories/uala/>

# ANEXOS

## Anexo I

Encuesta realizada a jóvenes entre 14 a 29 años, disponible para todo el país.

### ¿Cómo aprovechás al máximo tus billeteras virtuales? Contanos!

¡Tu voz importa! 🗣️💰

¿Sos parte de la Generación Z? Queremos saber cómo manejas tu plata, qué sabés sobre ahorro e inversión, y cómo usás las nuevas herramientas digitales para alcanzar tus metas financieras. 📱💳

Tu experiencia nos ayudará a entender mejor cómo las *Billeteras Virtuales* están transformando la forma en que los jóvenes se relacionan con el dinero. ¡No te preocupes si no sabés mucho de finanzas! Esta encuesta es para conocer tus hábitos, necesidades y opiniones, sin importar tu nivel de conocimiento.

Somos estudiantes de la Universidad Nacional de Cuyo de la Lic. en Administración, el completar esta encuesta colaboras con nuestro trabajo de investigación.

Muchas gracias!!!

\* Indica que la pregunta es obligatoria

1. ¿En qué rango de edad te encontrás? \*

Marca solo un óvalo.

- 14 - 17 años  
 18 - 24 años  
 25 - 29 años

2. ¿Cuál es tu situación laboral actual?. Podés elegir más de una opción \*

Selecciona todos los que correspondan.

- Estudiante  
 Trabajo formalmente  
 Trabajo informalmente  
 Ninguna de las anteriores

3. ¿Qué nivel de ingresos mensuales tenés? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Menos de \$ 100.000
- Entre \$ 100.000 y \$ 500.000
- Entre \$ 500.000 y \$ 1.000.000
- Más de \$1.000.000

4. ¿Cuál es tu género? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Femenino
- Masculino
- Otro

5. ¿En qué provincia de Argentina vivís? \*

Dropdown

*Marca solo un óvalo.*

- CABA
- Buenos Aires
- Catamarca
- Chaco
- Chubut
- Córdoba
- Corrientes
- Entre Ríos
- Formosa
- Jujuy
- La Pampa
- La Rioja
- Mendoza
- Misiones
- Neuquén
- Río Negro
- Salta
- San Juan
- San Luis
- Santa Cruz
- Santa Fe
- Santiago del Estero
- Tierra del Fuego
- Tucumán

6. ¿Tenés una cuenta bancaria o usás alguna billetera digital? \*

Marca solo un óvalo.

- Sí, ambas
- Sólo cuenta bancaria
- Sólo billetera digital
- Ninguna

7. ¿ Con qué frecuencia usas estas billeteras digitales? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
<b>Mercado Pago</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Ualá</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Naranja X</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Cuenta DNI</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Prex</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Ohana</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8. ¿Cuántas billeteras digitales usas en tu día a día? \*

*Marca solo un óvalo.*

- 1
- 2
- 3
- Más de 3
- Ninguna

9. ¿Consideras que las billeteras digitales facilitan el acceso a servicios que antes no usabas, como pagos, transferencias o ahorros? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No
- Tal vez

10. ¿Qué servicios de las billeteras virtuales has usado? \*

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Pago de servicios
- Recargas (transporte, celular, etc)
- Cuenta Remunerada
- Compra de dólar mep
- Inversiones
- Seguros
- Ninguno

11. ¿ Con qué frecuencias usas las siguientes formas de pago? \*

Marca solo un óvalo por fila.

	Siempre	Casi siempre	A veces	Casi nunca	Nunca
<b>Tarjeta de débito</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Tarjeta de crédito</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Código QR</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Transferencias</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Efectivo</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

12. ¿Tenés el hábito de ahorrar regularmente? \*

Marca solo un óvalo.

- Siempre
- Casi siempre
- A veces
- Casi nunca
- Nunca

13. ¿Qué herramientas de inversión has utilizado? \*

Selecciona todos los que correspondan.

- Cuentas remuneradas
- Plazo fijo
- Criptomonedas
- Fondos Comunes de inversión
- Bonos / acciones / CEDEARS
- Ninguno
- Otro: \_\_\_\_\_

14. ¿Has solicitado alguna vez un préstamo o tarjeta de crédito en una billetera digital? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sólo préstamo
- Sólo tarjeta de crédito
- Ambos
- Ninguno

15. ¿ Tienes o has tenido alguna vez tarjeta de crédito o préstamo de alguna billetera digital ? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sólo préstamo
- Sólo tarjeta de crédito
- Ambos
- Ninguno

16. ¿Te han rechazado alguna solicitud de tarjeta de crédito o préstamo? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No

17. ¿Conocés sobre las ventajas y costos de usar una tarjeta de crédito ? \*

*Marca solo un óvalo.*

- No lo conozco  
 Conozco un poco  
 Conozco parcialmente  
 Sí los conozco  
 Conozco perfectamente

18. ¿Conocés sobre las condiciones de pago de un préstamo, como intereses, plazo, cuota, etc, ? \*

*Marca solo un óvalo.*

- No los conozco  
 Conozco un poco  
 Conozco parcialmente  
 Sí los conozco  
 Conozco perfectamente

19. ¿Considerás que las billeteras virtuales están diseñadas según las necesidades de los jóvenes? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sí  
 No  
 Tal vez

20. ¿Ha vivido alguna de estas experiencias usando una billetera virtual? \*

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Fraude
- Estafas
- Bloqueo de cuenta
- Consumos desconocidos
- Ninguno
- Otro: \_\_\_\_\_

21. ¿Qué priorizas al elegir una billetera digital? \*

*Selecciona todos los que correspondan.*

- Fácil acceso
- Facilidad de uso
- Seguridad
- Promociones o descuentos
- TNA de Rendimientos
- Ninguno
- Otro: \_\_\_\_\_

22. ¿Las promociones y descuentos en las billeteras virtuales influyen en tus decisiones de compra? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No
- Tal vez

23. ¿Creés que las billeteras virtuales han hecho más fácil para los jóvenes acceder a productos como tarjetas, préstamos o cuentas con beneficios? \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sí  
 No  
 Tal vez

24. ¿Sentís que estas herramientas permiten que personas sin experiencia previa en bancos puedan acceder a productos financieros (tarjetas de crédito, préstamos, inversiones) \*

*Marca solo un óvalo.*

- Sí  
 No  
 Tal vez

25. ¿Sabés que significa el término FINTECH?

---

## Anexo II


Preguntas de la entrevista realizada a Mariano Tittarelli, CRO de Naranja X.

1. ¿Cuáles son los productos más demandados y cuales por la generación Z?
2. ¿Qué productos o servicios específicos ha desarrollado su empresa para satisfacer las necesidades financieras de la Generación Z?
3. ¿Qué recursos proporcionan a los clientes para que comprendan los beneficios y las responsabilidades asociadas con el producto financiero que solicitan
4. ¿Qué tendencias han observado en el comportamiento del uso del producto (Tarjetas/ préstamo) de la generación z respecto de las generaciones mayores?
5. ¿Qué tendencias han observado en el comportamiento de pago de resumen o cuotas de préstamos de la generación z respecto de las generaciones mayores?
6. ¿Cómo es el endeudamiento de la Gen Z, por ejemplo, plazos, tipo de productos, montos, destino de los fondos?
7. ¿Considera que hay un mayor riesgo crediticio (tasa de morosidad) y operacional (uso de la aplicación/ser víctima de estafa) de incluir a la Gen Z respecto de las generaciones mayores?
8. ¿Cómo está utilizando su empresa la tecnología para mejorar la inclusión financiera de la Generación Z?
9. ¿Puede compartir algunos hallazgos clave sobre el comportamiento financiero de la Generación Z basados en su experiencia?
10. ¿Cómo se están preparando para incluir financieramente a la generación Alpha?

## DECLARACIÓN JURADA RESOLUCIÓN 212/99 CD

El autor de este trabajo declara que fue elaborado sin utilizar ningún otro material que no haya dado a conocer en las referencias que nunca fue presentado para su evaluación en carreras universitarias y que no transgrede o afecta los derechos de terceros.

Mendoza, 31 de marzo de 2025

  
.....  
Firma y aclaración

29.872  
.....  
Número de registro

40.103.364  
.....  
DNI

  
.....  
Firma y aclaración

29.333  
.....  
Número de registro

95037972  
.....  
DNI