

# Onboarding Digital de Clientes en el Mercado de Capitales



CÁMARA  
DE AGENTES  
DE BOLSA





Las opiniones vertidas por **Andrés Mosin** en el presente seminario son estrictamente **personales** y **no** comprometen a los organizadores.



Estudio Mosin

# Que es el Onboarding digital?

---

Hablamos de **onboarding** digital para referirnos al proceso de identificación **no presencial** que permite a los nuevos Clientes darse de alta de una manera totalmente digital. Aplicado al mercado de capitales, evita, además, los desplazamientos y tener que cumplimentar tediosos formularios en papel.

En el 2026 se estima que habrá más **100.000 millones** de dispositivos conectados por lo que parece obvio que es necesario seguir explorando el entorno digital. Facilitar a los clientes un acceso virtual les permitirá aproximarse a las nuevas generaciones, esas que no conciben ya otra forma de relación o contratación que no sea digital. Por lo tanto, además de simplificar los procesos, con la consiguiente reducción de costos que eso implica- y del resto de ventajas que en sí mismo conlleva el Onboarding Digital, El Mercado transita ya en modelos en los que el cliente es una parte esencial y activa del negocio. La tecnología, también.

**“TODOS GANAN, AÚN MÁS LOS CLIENTES”**



Estudio Mosin

# Onboarding: Tipos de Soluciones

---

## Sistemas de Gestión bursátil

- Soluciones ad-hoc de los SGB

## Third Party

- Software especializado

## In house

- Procedimientos o desarrollos propios del Agente



# Algunas Ventajas..

---

- 📌 **Velocidad:** Los Clientes hoy en día demandan una experiencia digital lo más rápida y robusta posible y la quieren ahora: disfrutar de un proceso de registro rápido, sencillo, intuitivo y que ofrezca la mayor calidad.
- 📌 **Mejora la experiencia del cliente:** La identificación digital en tiempo real permite al Cliente potencial abrir una cuenta con poco esfuerzo y pocos requerimientos, ello se traduce en un mayor índice de satisfacción del cliente.
- 📌 **Aproximación de las nuevas generaciones a los Agentes:** Los más jóvenes no conocen otra forma de darse de alta en un servicio si no es de manera 100% digital y, en cuestión de minutos, ya que están habituados a trabajar con otros servicios donde impera la inmediatez y la sencillez.
- 📌 **Contexto:** En el contexto del COVID-19, en algunos casos, no queda más alternativa que realizar un onboarding digital.
- 📌 **Reducción de costos y adaptación:** No solo supone una simplificación en la operatoria diaria, sino que agiliza la adaptación frente a cualquier cambio normativo en curso. La reducción de costes que aportan los procesos de onboarding digital es significativa, tanto en recursos materiales como humanos.
- 📌 **Automatización:** Luego de automatizar el registro de un nuevo cliente, permitiendo que este se haga de manera desasistida, los siguientes pasos serían automatizar la captura de documentos de identidad, el autocomplementado de formularios, la captura del selfie para hacer el matching facial, etc.
- 📌 **Verificación de información suministrada en línea** (listados terroristas, DB PEP, SOs, etc)
- 📌 **Simultaneidad:** de ser necesario, múltiples personas pueden estar trabajando al mismo tiempo con la información del Cliente
- 📌 **Información complementaria:** identificación de la conexión (IP), localización geográfica, identificación del equipo, cookies, etc
- 📌 **Digitalización**
- 📌 **Conservación de la Documentación**



Estudio Mosin

# UIF: Marco Normativo

## (RES UIF N° 21/2018)

---

### ARTÍCULO 26.- Aceptación e identificación de Clientes no presenciales.

La aceptación de Clientes no presenciales estará sometida a la identificación por **medios electrónicos sustitutivos de la presencia física**, conforme las especificaciones establecidas en el presente artículo.

a) La identificación de Clientes personas humanas conforme lo dispuesto en el artículo 23, se podrá realizar por medios electrónicos sustitutivos de la presencia física con uso de **técnicas biométricas rigurosas o métodos tecnológicos alternativos** de igual rigurosidad, almacenables y no manipulables, con arreglo a las siguientes especificaciones:

1. Podrá utilizarse cualquier procedimiento que incluya la exhibición en original del documento de identificación del Cliente como, por ejemplo, el **procedimiento de identificación no presencial mediante videoconferencia**.
2. El Sujeto Obligado deberá realizar el análisis de riesgo del procedimiento de identificación no presencial a implementar, el cual deberá ser gestionado por personal capacitado específicamente en su utilización. Dicha capacitación deberá quedar acreditada de conformidad con lo dispuesto en el artículo 18.
3. El proceso de identificación no presencial deberá ser almacenado con constancia de fecha y hora, conservandose de conformidad con lo dispuesto en el artículo 17.
4. El informe del revisor externo independiente al que refiere el inciso a) del artículo 19, deberá pronunciarse expresamente sobre la adecuación y eficacia operativa del procedimiento de identificación no presencial implementado.
5. Será responsabilidad del Sujeto Obligado implementar los requerimientos técnicos que aseguren la autenticidad, vigencia e integridad de los documentos de identificación utilizados y la correspondencia del titular del documento con el Cliente objeto de identificación, así como también la confidencialidad e inalterabilidad de la información obtenida en el proceso de identificación.
6. Los procedimientos específicos de identificación no presencial que cada Sujeto Obligado implemente de conformidad con el presente artículo **no requerirá de autorización particular por parte de la UIF**, sin perjuicio de que se pueda proceder a su control en ejercicio de las potestades de supervisión.



Estudio Mosin

# CNV: Marco Normativo

## (TEXTO ORDENADO NORMAS CNV)

### CONVENIO DE APERTURA DE CUENTA, REQUISITOS Y CONTENIDO MÍNIMO.

- 1) Datos completos, C.U.I.T, C.U.I.L, C.D.I o C.I.E, domicilio postal y correo electrónico vinculante para toda notificación,
- 2) Descripción de las obligaciones del Agente.
- 3) Descripción de los derechos del cliente.
- 4) Indicación de las normas aplicables a la relación entre las partes, junto a una breve descripción de la normativa y procedimientos aplicables ante eventuales reclamos por parte del cliente. Deberán indicarse los sitios web donde el cliente puede acceder a la información y normativa relativa a su actividad como Agente.
- 5) Indicar el alcance de su actuación y detalle de las acciones a realizar por el Agente que requieran previa autorización por parte del cliente.
- 6) Descripción de cada uno de los costos (generales y/o excepcionales) a cargo del cliente involucrado en las distintas operaciones, incluyendo aclaración en cada caso respecto si se trata de datos anuales, si son de carácter fijo y/o variable, y la fecha de vigencia indicando dónde puede el cliente adquirir datos actualizados de estos conceptos.
- 7) Descripción de los riesgos de mercado inherentes.
- 8) Deberán informar a sus clientes claramente si las operaciones cuentan o no, con garantía del Mercado o de la Cámara Compensadora en su caso.
- 9) Respecto de la forma de vinculación con el cliente se deberá indicar si el agente operará mediante instrucciones específicas y/o ejercerá administración discrecional total o discrecional parcial de la cartera de la inversión, conforme lo autorice el cliente.
- 10) Deberá solicitarle indicaciones expresas respecto del tratamiento de los saldos líquidos disponibles al final del día, y en su caso número de cuenta a donde realizar las transferencias de los saldos líquidos y de las acreencias depositadas en su subcuenta comitente abierta en el Agente de Depósito Colectivo, de corresponder
- 11) Explicación pormenorizada de los riesgos asumidos por el cliente ante el incumplimiento del Agente.
- 12) Establecimiento de pautas de cierre de cuentas. Procedimiento de cierre de cuenta por parte del cliente y del Agente.
- 13) Se deberá precisar si el cliente tiene convenio firmado con un AAGI y en tal caso deberá constar la identificación del mismo.
- 14) Detalle de la periodicidad y forma en que se comunicará al cliente las características distintivas de cada inversión u operación realizada en su nombre. Asimismo, deberá indicarse el o los medios de comunicación acordado/s con el cliente para la remisión o puesta a disposición del estado de cuenta elaborado por el Agente conteniendo –como mínimo– información sobre cada transacción u operación realizada.
- 15) Leyenda en forma destacada que establezca que no se asegura rendimientos de ningún tipo ni cuantía y que las inversiones de los clientes están sujetas a las fluctuaciones de precios del mercado.
- 16) Detalle de los medios o modalidades de captación de órdenes a ser utilizados por el cliente para impartir órdenes de operaciones al agente.
- 17) Los convenios deben ser legibles y redactados en lenguaje fácilmente entendible, evitando la utilización de palabras o términos que den lugar a confusión de su contenido.
- 18) Los Agentes deben entregar el convenio a los clientes por los medios habilitados a estos efectos.
- 19) Los Agentes deben incorporar en el legajo del cliente una copia del convenio de apertura de cuenta conjuntamente con la restante información del mismo, debidamente conservada y quedando a disposición de la Comisión cuando así lo requiera.
- 20) Asimismo, los Agentes deberán incorporar copia de toda modificación del convenio con el cliente.

+++ CLÁUSULAS COMERCIALES ,DDJJ PEP ,FATCA ,OCDE ,Test del inversor, Constancia de inscripción SO, autorización gral, etc



Estudio Mosin

# Digitalización

---

*“Los sujetos obligados contemplados en las Resoluciones UIF N° 30-E/2017, N° **21/2018** y N° 28/2018, deberán establecer un cronograma de digitalización de los legajos de Clientes preexistentes, teniendo en consideración el riesgo que estos presenten. **Dicho cronograma deberá encontrarse disponible en caso de ser requerido en el marco de una supervisión.***

*El plazo máximo de las tareas de digitalización de los mencionados legajos **no podrá exceder** el tiempo establecido en cada resolución para su **actualización**, en función del riesgo asignado por el sujeto obligado.” ARTÍCULO 6°. Resolución 156/2018*

*“La información y documentación de los Clientes deberá mantenerse actualizada con una periodicidad proporcional al nivel de riesgo, conforme a los plazos previstos en el presente artículo.*

*En ningún caso se podrá dejar de actualizar los legajos de Clientes por un período mayor a los CINCO (5) años. Para aquellos Clientes a los que se hubiera asignado un nivel de Riesgo Alto, la periodicidad de actualización de legajos no podrá ser superior a UN (1) año, y para aquellos de Riesgo Medio, a los DOS (2) años.” ARTÍCULO 30°. Resolución 21/2018*



Estudio Mosin



# Conservación de la documentación

---

**TEXTO ORDENADO CNV ARTICULO 9 CAP VII DISPOSICIONES COMUNES AN, ALYC, AAGI, AP Y ACVN**

*“En la prestación de los servicios, el Agente deberá conservar los registros contables, **registros de identidad de los clientes**, archivos, comunicaciones con clientes y cualquier comprobante que permita reconstruir el servicio que preste o las operaciones que realice por cuenta de clientes, por el plazo mínimo de **CINCO (5) años**. El Agente deberá implementar las medidas y acciones necesarias tendientes a proteger la documentación para evitar su destrucción, extravío, uso indebido, y la divulgación de información confidencial. En caso de decidir tercerizar la guarda de la documentación, bajo su responsabilidad, deberán informarlo previamente a la Comisión.”*



Estudio Mosin

# Conservación de la documentación

---

**RES 21/2018 ARTÍCULO 17.-**

**Conservación de la documentación.**

*“Cada Sujeto Obligado deberá cumplir con las siguientes reglas de conservación de documentación:*

*a) Conservarán los documentos acreditativos de las operaciones realizadas por sus Clientes durante un plazo no inferior a **DIEZ (10) años**, contados desde la fecha de la operación. El archivo de tales documentos deberá estar protegido contra accesos no autorizados y deberá ser suficiente para permitir la reconstrucción de la transacción.*

*b) Conservarán la documentación de los Clientes y Propietarios/Beneficiarios Finales, recabada a través de los procesos de Debida Diligencia, por un plazo no inferior a **DIEZ (10) años**, contados desde la fecha de desvinculación del Cliente.*

*c) Conservarán los documentos obtenidos para la realización de análisis, y toda otra documentación obtenida y/o generada en la aplicación de las medidas de Debida Diligencia, durante **DIEZ (10) años**, contados desde la fecha de desvinculación del Cliente.*

***Todos los documentos mencionados en el presente artículo, deberán ser conservados en medios magnéticos, electrónicos u otra tecnología similar, protegidos especialmente contra accesos no autorizados.”***

**10 AÑOS**



**Estudio Mosin**

# Firma Digital

---

## ¿Qué es?

La firma digital es una solución tecnológica que permite añadir a documentos digitales y mensajes de correo electrónico una huella o marca única, a través de ciertas operaciones matemáticas.

La firma digital permite al receptor del mensaje o documento:

- Identificar al firmante de forma fehaciente (Autenticación)
- Asegurar que el contenido no pudo ser modificado luego de la firma sin dejar evidencia de la alteración (Integridad)
- Tener garantías de que la firma se realizó bajo el control absoluto del firmante (Exclusividad)
- Demostrar el origen de la firma y la integridad del mensaje ante terceros, de modo que el firmante no pueda negar o repudiar su existencia o autoría (No Repudio) Conforme la Ley 25.506, la firma digital cumple las mismas exigencias que la firma manuscrita de los documentos en papel, ya que posee las mismas características técnicas de seguridad que una firma en papel, e incluso mayores.

## ¿Para qué sirve?

Facilita el reemplazo de documentación en papel por su equivalente en formato digital. Ahorra costos, simplifica procedimientos y brinda seguridad en el intercambio de información. Se utiliza principalmente para firmar documentos PDF y correos electrónicos, pero también permite firmar documentos de texto, plantillas, imágenes y virtualmente cualquier tipo de documento. Su tecnología está incorporada en transacciones electrónicas, formularios web y navegación en páginas seguras.

## ¿Cómo funciona?

La tecnología de firma digital se sostiene de dos pilares: un método que hace imposible la alteración de la firma y una infraestructura que permite certificar la identidad del firmante



Estudio Mosin

# Firma Electrónica

---

## Equilibrio de la seguridad con una mejor experiencia del cliente

### Diferencias entre Firma Electrónica y Firma Digital

La ley define a la firma electrónica como “**al conjunto de datos electrónicos integrados, ligados o asociados de manera lógica a otros datos electrónicos, utilizado por el signatario como su medio de identificación, que carezca de alguno de los requisitos legales para ser considerada firma digital**”. Entonces, para poder ser considerada firma electrónica, el procedimiento debe al menos poseer las propiedades de Autenticación e Integridad, y por ende No Repudio. La diferencia entre una Firma Digital y una Firma Electrónica es que la primera se realiza con un Certificado Válido.

Los ejemplos más comunes de firma electrónica son:

- Las firmas realizadas con certificados que no fueron emitidos por un Certificador Licenciado, incluyendo certificados emitidos por autoridad certificante extranjera (salvo las que cumplan los requisitos del art. 16 ley 25.506), certificados emitidos por un ente nacional, privado o público sin licencia, certificados generados por el propio firmante mediante alguna aplicación informática.
- La firma realizada con certificado válido (emitido por un Certificador Licenciado) pero expirado o revocado antes de firmar.
- Las firmas de documentos generados mediante las plataformas de Trámites a Distancia (TAD) y GDE, salvo los casos en que al firmar se haya utilizado un Token o Firma Remota. Conforme la ley, la firma electrónica tiene valor legal, **pero no tiene el mismo valor de prueba que la firma digital**. Si alguien niega o desconoce una firma digital, esa persona tiene que probar que la firma es falsa. En cambio, si alguien niega o desconoce una firma electrónica, es la otra parte quién debe que probar que la firma es auténtica. Si la Firma Digital es comparable a la Firma Certificada en papel, la Firma Electrónica lo es a la Firma Simple. Cuando una norma u organismo exija firma digital, no es suficiente la firma electrónica.

**“TODAS LAS FIRMAS DIGITALES SON ELECTRÓNICAS, PERO NO TODAS LAS FIRMAS ELECTRÓNICAS SON DIGITALES”**



Estudio Mosin

# Tipos de Validación de Identidad

---

01

Automática

- Biometría
- Foto Documentación
- Prueba de vida
- Video selfie
- API RENAPER

02

Manual

- Videoconferencia
- Múltiples Documentos
- Servicios Registrados a nombre del Cliente
- Redes Sociales
- Documentación Digital



03

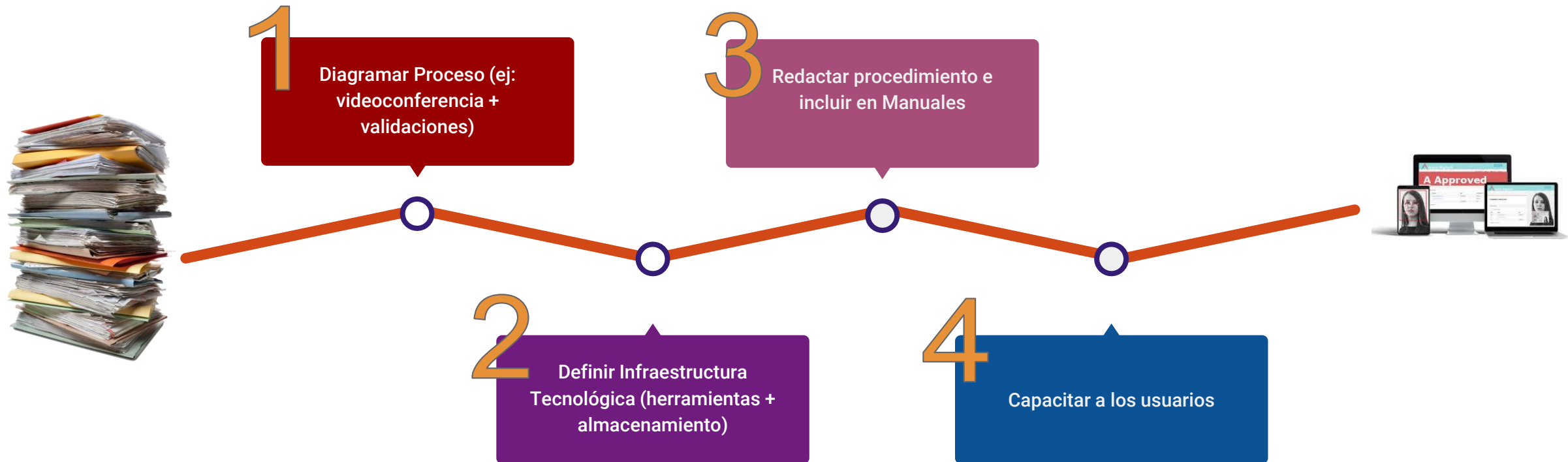
Híbrida

- Combinación de validaciones Automática y Manual



Estudio Mosin

# Cómo diseñar una Solución de ObD?



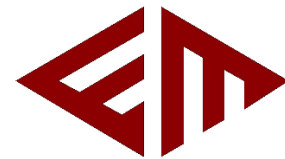
# En resumen, lo Importante..

---

- Capacitar al personal
- Conservar evidencia del proceso de onboarding de cada Cliente
- Organizar la información digital
- Realizar Backups periódicos en múltiples medios
- Incluir los métodos utilizados en los Manuales de PLA/FT y Procedimientos
- Realizar el análisis de riesgo del procedimiento de identificación e incluir en la Autoevaluación
- Que el responsable de cumplimiento regulatorio y control interno lo incluya en sus informes
- Dar tratamiento en el programa de trabajo del Oficial de Cumplimiento
- Si tienen comité de PLA/FT constituido que analice el procedimiento
- Cerciorarse que el REI evalúe el/los procedimientos



**MUCHAS GRACIAS!**



**Estudio Mosin**



[andres.mosin@estudiomosin.com.ar](mailto:andres.mosin@estudiomosin.com.ar)



[www.estudiomosin.com.ar](http://www.estudiomosin.com.ar)