

trendsetter

SOCIEDAD | INNOVACIÓN | SOSTENIBILIDAD | NEGOCIOS | ECONOMÍA NARANJA

AÑO 4 | Nro. 42

LPZ | CBBA | SC

FEB 2026



en esta edición ::

ESPECIAL PAPÁS EJECUTIVOS

COMBINANDO LA
PATERNIDAD CON LA
AGENDA EJECUTIVA

:: portada

CEO SMARTFASTPAY

LEONARDO MAZZO

"TODO ESTE IMPERIO EMPRESARIAL SE FUE AL TRASTE, Y ME ENFRENTÉ A MI PRIMERA BANCARROTA — UN DURO APRENDIZAJE DE QUE SER EMPRENDEDOR NO ES FÁCIL"

DE LA BANCARROTA A REVOLUCIONAR LOS PAGOS EN LATAM

Leonardo Mazzo

CEO SMARTFASTPAY

Todo comenzó entre cajas de zapatos. “Mi trayectoria en el mundo empresarial empieza temprano, cuando aún organizaba cajas de zapatos en el primer negocio de mi padre, quien trabajó muchos años en Volkswagen en Brasil”, recuerda Leonardo Mazzo. Nacido y criado en el sur de Brasil, Leo aprendió desde niño los rudimentos del comercio ayudando a su familia en una zapatería multimarca en Curitiba, Paraná.

Tras la muerte de su abuelo, la familia decidió vender todos sus negocios y regresar a su ciudad natal, Itajaí, en Santa Catarina, donde Leo reside actualmente. Allí, su padre no solo retomó el negocio del calzado, sino que abrió una tienda de revistas, libros y regalos. Con solo 16 años, Leo se encargó de gestionar este nuevo local. “Ahí comenzó mi vida como emprendedor”, afirma.

Tras cumplir el servicio militar obligatorio en la Marina brasileña a los 18 años, Leo regresó con más hambre de negocios. Probó suerte en la exportación de patas de pollo con proveedores chinos, incursionó en la intermediación de comercio exterior y se expandió al mundo de las franquicias alimentarias con DNA Natural, una tienda de alimentos saludables. Después vinieron una tienda de muebles personalizados y hasta una barbería.

Pero el imperio se derrumbó. “Todo este imperio empresarial se fue al traste, y me enfrenté a mi primera bancarrota — un duro aprendizaje de que ser emprendedor no es fácil”, confiesa con franqueza. “Años de trabajo y dedicación se redujeron a cero, y aún con deudas. Es muy difícil lidiar con todo esto: sufrimos inestabilidades políticas, problemas que no podemos controlar... un error contractual nos llevó por este camino”.

Siguieron meses de depresión y reflexión. Fue entonces cuando un amigo del mundo tecnológico le abrió los ojos a un universo que tenía delante sin verlo. “Nunca pensé que sería un ‘freak’ de la informática como lo soy hoy”, admite entre risas. “Pero entendí que el dinero lo conecta todo. Procesar pagos, conectar a las personas con sus deseos a través de la tecnología... esa era la clave”.

El problema era el punto de partida: estaba quebrado. Para colmo, Brasil no lo pone fácil al emprendedor, con su laberinto burocrático y fiscal. Así que Leo empezó de nuevo desde el lugar más humilde posible: un bar. O más bien, una “boutique”, como él describe cariñosamente a esa taberna donde pasaba de 7 de la mañana a 11 de la noche, todos los días, de lunes a lunes.

Y cada real que ganaba tras la barra lo invertía en contratar desarrolladores para crear una API que conectara con bancos y ofreciera servicios de pago a empresas internacionales. Todo era manual. Mientras servía cervezas, procesaba pagos él mismo a mano.

El punto de inflexión llegó con el lanzamiento de PIX en Brasil. “PIX no solo revolucionó la forma en que la gente realizaba los pagos, sino que llevó la tecnología a quienes ni siquiera tenían una cuenta bancaria”, explica. Las empresas internacionales comenzaron a buscar sus servicios. La empresa empezó a crecer.

Pero Leo entendió algo fundamental: para llegar a clientes grandes y sostenerse en el mercado, necesitaba salir de Brasil. Y no solo a otra ciudad, sino a otros países. “Es curioso cómo algunos europeos ven América Latina — piensan que todos los países

son iguales, pero es todo lo contrario”.

Así comenzó la expansión. El primer destino fue Colombia, donde vivió seis meses para empaparse de la cultura, las leyes y los métodos de pago locales. Esa experiencia le confirmó que para triunfar en la región necesitaba hacer lo mismo en cada país. El objetivo era ambicioso: convertirse en una referencia en pagos en toda Latinoamérica.

Consciente de que solo le llevaría demasiado tiempo, tomó una decisión estratégica: aliarse con un importante grupo canadiense con experiencia en pagos en Europa y Asia. Gracias a esta alianza, en 2024 SmartFastPay se expandió a cinco nuevos países.

Hoy, la empresa opera en ocho países de América Latina: Brasil, Chile, Perú, México, Ecuador, Bolivia, Colombia y Argentina, con miras a Centroamérica.

De todos ellos, Bolivia le llamó especialmente la atención. “Había una gran dificultad con los pagos allí, ya sea por falta de tecnología o porque otras empresas internacionales habían intentado y fracasado”. Leo vio una oportunidad estratégica. Invirtió en oficinas, personal y alianzas locales. “Nada en la empresa hoy se hace por casualidad, sino con estudio”, subraya.

Actualmente, con el apoyo de aliados estratégicos para cumplir con las normativas, SmartFastPay está en proceso de obtener la nueva licencia regulatoria en Bolivia. “Eso nos proporcionará aún más seguridad y profesionalidad, que es lo que queremos para el mercado boliviano y para la empresa”.

De servir cervezas mientras procesaba pagos a mano a liderar una fintech presente en casi una decena de países, la historia de Leonardo Mazzo es un testimonio de que, a veces, es necesario tocar fondo para encontrar el verdadero propósito. Y él lo tiene claro: conectar a América Latina a través de la tecnología, un pago a la vez.

1. Para quienes aún no conocen SmartFastPay, ¿cómo explicaría de forma sencilla qué soluciona y por qué es relevante hoy en día?

SmartFastPay es, en esencia, un procesador de pagos. Pero vamos a ponerlo en términos simples: piensa en todo lo que haces digitalmente que implica dinero —una compra en un e-commerce, una transacción en una plataforma de trading, una suscripción a un servicio—. Cada una de esas operaciones necesita un puente seguro, rápido y confiable que conecte al comprador con el vendedor. Nosotros somos ese puente.

Hacemos lo mismo que las máquinas de tarjetas, pero en el universo digital. Sin embargo, hay una diferencia clave: muchas grandes empresas internacionales quieren llegar a mercados como Bolivia, pero se topan con barreras tecnológicas, regulatorias y operativas que les impiden hacerlo solas. Nosotros resolvemos exactamente ese problema.

Conectamos ambos extremos —comprador y vendedor— de forma rápida, eficiente y, lo más importante, adaptada a la realidad local de cada país. No importa dónde estés, nosotros hacemos que el dinero llegue.

2. ¿Qué te motivó a crear SmartFastPay y qué necesidad del mercado viste que otros no veían?

SmartFastPay nació en un momento de reinención personal —y eso es parte fundamental de su esencia. Cuando lo pierdes todo y necesitas reconstruir desde cero, no eliges el camino fácil. Eliges el camino con más propósito.

A los 35 años, Leonardo Mazzo tiene una historia que parece sacada de un guion de película: ex-militar, dueño de una zapatería, franquiciado de alimentos, barbero y hasta emprendedor en el negocio de exportación de patas de pollo. Pero fue tocando fondo, tras una quiebra que lo sumió en una depresión, cuando encontró su verdadero propósito: conectar a América Latina a través de la tecnología de pagos. Hoy, como CEO de SmartFastPay, lidera la expansión de una de las fintech más prometedoras de la región. En esta edición, Trendsetter presenta su inspirador camino de resiliencia y visión.



En ese proceso, vi algo que pocos habían notado: el pago es el gran conector universal. Cada intercambio, cada transacción, cada relación comercial pasa inevitablemente por un medio de pago. Y ahí detecté una brecha enorme entre lo que las empresas necesitaban y lo que realmente estaba disponible, especialmente en América Latina.

Pero lo que más me motiva hasta hoy no es el proceso técnico en sí, sino lo que la tecnología de pagos puede desbloquear. Es una puerta de entrada. Cuando resuelves el problema de pagos de una empresa, te conviertes en parte de su ecosistema. Y a partir de ahí, surgen oportunidades para desarrollar nuevos productos, nuevas soluciones, nuevas colaboraciones.

SmartFastPay no es solo una herramienta financiera. Es una plataforma de conexión.

3. ¿Por qué decidió fijarse en Bolivia en esta etapa de expansión y qué oportunidades ve en el ecosistema financiero del país?

Bolivia ha estado fuera del radar durante mucho tiempo —y precisamente por eso se convirtió en un país estratégico para nosotros.

Muchas empresas llegaron, lo intentaron y fracasaron. La dificultad para conectar con los bancos locales y el rezago tecnológico en los métodos de pago crearon barreras que alejaron a los actores internacionales. Pero hoy, con plataformas como Yapé ganando terreno entre los consumidores bolivianos, estamos viendo un cambio real. Y cuando el consumidor adopta un método de pago digital, las empresas de todos los sectores crecen con él.

Vi este fenómeno de cerca en Brasil con el PIX. El número de transacciones se disparó, la banca popular se multiplicó y mercados enteros se abrieron. El PIX no solo cambió la forma en que la gente paga, sino que llevó tecnología a quienes nunca antes habían tenido acceso. Y ese mismo movimiento está comenzando ahora en Bolivia.

Por eso estamos invirtiendo de verdad: oficinas propias, un equipo corporativo local, alianzas estratégicas con proveedores bolivianos y el desarrollo de un producto de pagos exclusivo para el mercado boliviano. Nada de lo que hacemos aquí es casualidad. Contamos con el asesoramiento estratégico de PPO y estamos en proceso de solicitar la nueva licencia regulatoria del país, que nos dará aún más seguridad y credibilidad para operar.

Y te diré algo con convicción: Bolivia va a crecer muchísimo en los próximos 5 años. En todos mis viajes por el mundo, cada vez más marcas internacionales me preguntan por el país —por el tipo de cambio, por cómo funciona el mercado local, por las oportunidades. Siento que me he convertido en un embajador de Bolivia ante el mundo. Y eso me llena de orgullo.

4. Como emprendedor fintech, ¿qué cree que debe cambiar en América Latina para que la innovación financiera realmente despegue?

La respuesta empieza con una palabra: desconocimiento.

Las fintech llegaron para facilitar la vida de las personas y las empresas —con menores costos, mayor valor agregado y un enorme potencial para escalar negocios de todos los tamaños. Pero los reguladores y las autoridades, en muchos casos, simplemente no estaban preparados para esto. Y lo que no se entiende, se teme.

Por eso, cada vez que entramos en un nuevo país —ya sea para solicitar una licencia o para reunirnos con el regulador— no me presento solo como un emprendedor en busca de aprobación. Me presento como un socio que quiere compartir conocimiento. Llevo todo el bagaje internacional de SmartFastPay, muestro lo que hemos construido en 8 países, presento datos, casos concretos, resultados.

Necesitamos mantener conversaciones directas, honestas y abiertas con los tomadores de decisiones en el ámbito regulatorio. La innovación y la regulación no son enemigas: deben ir de la mano. Cuando esto ocurre, todo el ecosistema gana: el consumidor, la empresa, el gobierno y el país.

América Latina tiene una energía única. Tiene creatividad, resiliencia y un mercado enorme y aún desatendido. Solo necesitamos derribar las barreras del desconocimiento —y eso se logra con diálogo, transparencia y resultados concretos.



trendtalks
29 DE MAYO DE 2026
SANTA CRUZ

QUINTAESENCIA
BY TRENDSETTER
1 Y 2 DE AGOSTO DE 2026
LA PAZ



¡Celebramos 3 años!

CON EVENTOS QUE CONTRIBUYEN AL DESARROLLO DE BOLIVIA



trendZen
NOVIEMBRE DE 2026
SANTA CRUZ Y LA PAZ

