MoneyGram, una de las principales redes de envío y recepción de dinero, anunció que la firma de pagos basada en blockchain, Ripple, ha completado su compromiso original con una inversión final de 20 millones de dólares.

En un comunicado de prensa del 25 de noviembre, MoneyGram anunció que Ripple Labs Inc. realizó una inversión final de 20 millones de dólares en MoneyGram, como parte del compromiso original de inversión de 50 millones de dólares de Ripple.

En junio pasado, ambas compañías pactaron una asociación estratégica de 2 años para colaborar en pagos transfronterizos y liquidaciones de divisas con activos digitales. Como parte del acuerdo, MoneyGram podría extraer hasta 50 millones de dólares de Ripple a cambio de capital.

Según los informes, MoneyGram utilizará el producto de liquidez xRapid de Ripple para permitir que el dinero se envíe en una moneda y se liquide instantáneamente en la moneda de destino. Al utilizar el token XRP de Ripple para estas transferencias, xRapid supuestamente puede liquidar dichas transacciones más rápido que con monedas fiduciarias u otros activos digitales importantes.

> *«El mes pasado, anunciamos que MoneyGram comenzó a utilizan On-Demand Liquidty para pagos a Filipinas, y estamos entusiasmados de respaldar la expansión de MoneyGram en Europa y Australia. Los activos digitales y la tecnología blockchain tienen el potencial de tener un tremendo impacto en el cruce de pagos transfronterizos: MoneyGram y Ripple son un ejemplo de eso. En junio, anunciamos esta asociación, y es alentador ver que el rápido crecimiento y los beneficios cobran vida»,* dijo Brad Gralinghouse, CEO de Ripple.

Por otro lado, a inicios de noviembre, Garlinghouse afirmó que hasta ahora existen demasiadas criptomonedas, y pronosticó que solo el 1% del total se quedará y que este pequeño número de proyectos criptográficos cambiará el juego y crecerá significativamente en las próximas décadas, resolviendo problemas reales para clientes reales.

Insinuó que muy pocos realmente podrán satisfacer las necesidades de los clientes, argumentando que la gran mayoría de ellos *«probablemente van a cero».*

> *«Cada vez hay un nuevo mercado, hay muchas personas que se topan con ese mercado y tratan de demostrar que pueden resolver un problema, pueden satisfacer las necesidades de los clientes»*.