

Fintech: ¿Freno de mano o turbo para la banca colombiana?

Santiago Atehortúa Tuberquia

satehor2@eafit.edu.co

Resumen

El mundo está teniendo una transformación digital ya que las nuevas generaciones son cada vez más exigentes con los productos y servicios adquiridos. Esta transformación no ha sido ajena a la banca pues una nueva industria que aplica la tecnología para mejorar las actividades financieras, llamada *fintech*, está revolucionando la manera de realizarlas y de interactuar con las entidades bancarias (Schueffel, 2016).

Las fintech tal vez representen una amenaza para la banca tradicional, pues han sabido aprovechar las brechas que tienen los bancos en sus servicios, han acudido a los segmentos de clientes que el sector financiero ha rechazado por su alto riesgo o baja rentabilidad y han entendido a los nuevos nativos digitales; además, con su estructura de bajo costo e innovación ganan cada día más usuarios. Pero estas también se han convertido en una gran oportunidad para muchos bancos, pues resultaron ser un complemento perfecto de conocimiento y eficiencia para la robusta operación bancaria.

Palabras clave

Fintech, startup, blockchain, bancarización, banca digital, innovación, challengers.

Abstract

The world is experiencing a digital transformation, new generations are increasingly demanding with the products and services acquired. This transformation has not been alien to banking, because Fintech is the new industry that applies technology to improve financial activities and is revolutionizing the way of making financial transactions and interacting with banks (Schueffel, 2016).

The Fintech may represent a threat to traditional banks because they have been able to take advantage of the gaps of traditional banks in their services. They have served customer segments that the financial sector has rejected to avoid risk or low profitability. They have understood the generations of the digital era and with its structure of low cost and innovation every day more users prefer it. They have become a great opportunity for many banks, they are to be the perfect complement between knowledge, innovation and efficiency for the big banking operation

Key words

Fintech, startup, blockchain, banking, digital banking, innovation, challengers.

1. Introducción

Desde la creación de las tarjetas de crédito, en la década de los cincuenta, las finanzas y la tecnología han estado muy relacionadas; los nuevos desarrollos e innovaciones le han permitido a la banca expandirse y cubrir nuevos segmentos de clientes. Los bancos, al ofrecer una gran cantidad de productos y servicios, han descuidado las necesidades puntuales de algunos de los clientes. Las *fintech*, que significa la tecnología aplicada a las finanzas, son *startups* que han solucionado esas brechas que el sector financiero ha dejado a través del tiempo.

El auge de las *fintech* se da porque el mundo está cada vez más digitalizado, tecnológico, rápido, exigente e hiperconectado; miles de ellas han surgido en diferentes partes del mundo para llevar soluciones innovadoras, pero, ¿qué está haciendo la banca tradicional?, ¿se quedará de brazos cruzados o competirá directamente con las *startups*? Otros interrogantes interesantes se encuentran al analizar las siguientes ideas: ¿cómo se pueden complementar ambas industrias?, ¿esta alianza beneficiará más a los bancos comerciales o a las *fintech*? Las cifras reveladas en este trabajo muestran un estado del arte general de las *fintech*, su crecimiento exponencial en los últimos años y el potencial mercado que les falta por conquistar; así mismo, revelan los beneficios que pueden resultar de las sinergias entre bancos y *fintech* para ser más eficientes y competitivos en una sociedad cada vez más exigente y globalizada.

Colombia, a pesar de ser un país bancariamente en desarrollo, ha tenido muy buena acogida de las *fintech*; ambas industrias están llegando cada vez a más clientes y segmentos. ¿Están entonces los bancos amenazados?, o ¿estas *fintech* desaparecerán en el mediano plazo?; ¿se harán más fuertes o serán absorbidas por la banca tradicional?

Este trabajo tiene como objetivo evaluar y hacer un diagnóstico de cómo las *fintech* son una amenaza o una oportunidad para la banca tradicional en Colombia y el mundo, mediante ejemplos de éxito en algunos países, comparación de estructura de costos y contextualización de diferentes iniciativas ejecutadas por los bancos en respuesta a esta revolución digital.

2. Marco teórico

Este trabajo parte del curso de verano “El futuro de la banca digital”, realizado por la Universidad EAFIT en el mes de junio de 2018. El marco teórico es común para los trabajos de grado de los estudiantes Santiago Atehortúa Tuberquia y John Alejandro Márquez Naranjo, quienes a partir del mismo desarrollaron diferentes tesinas orientadas de la siguiente manera: una hacia la amenaza y oportunidad de la banca tradicional, por parte de las fintech, y la otra a realizar un prototipo de comparación de tasas de captación y colocación de diferentes bancos denominado IComp.

Este marco es común porque en el trabajo de investigación se realiza un estado del arte y una contextualización general de la relación creciente que hay entre las finanzas y la tecnología, y a partir de ahí los dos trabajos de investigación se llevaron a cabo de manera independiente.

3. Fintech

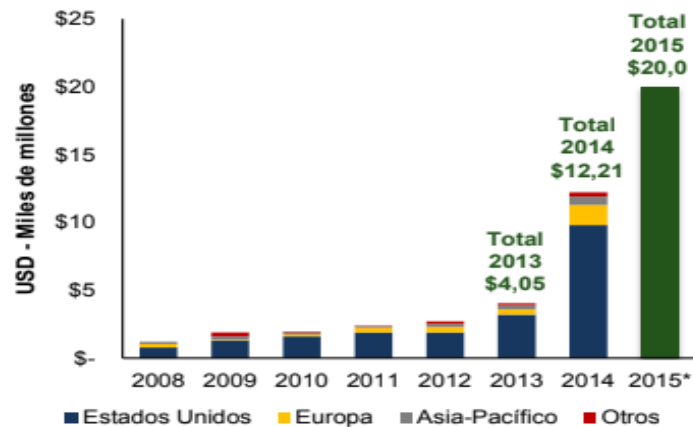
De acuerdo con Dapp (2014), “Fintech, acrónimo formado por las palabras Finanzas y Tecnología, es la digitalización del sector financiero. Fintech se puede definir entonces como la integración entre las finanzas y la tecnología” (p. 3). También se describe como “una nueva industria que aplica la tecnología para mejorar las actividades financieras” (Schueffel, 2016, p. 32).

Las fintech son startups que han entrado al sector financiero para aprovechar las falencias que tiene la banca tradicional en los diferentes servicios que ofrece a sus clientes: créditos, pagos, asesoría financiera, mercado de capitales, entre otras.

El crecimiento de inversiones fintech en el mundo ha sido exponencial en los últimos años. Entre 2013 y 2014 el crecimiento fue de 201%. Pese a que Estados Unidos lidera el gusto por las fintech, Europa ha experimentado el mayor nivel de crecimiento, mientras Latinoamérica ha contribuido marginalmente. La inversión para finales de 2015 totalizó cerca de 20 mil millones de dólares, casi duplicando el registro de 2014, como se muestra en la figura 1. Solo Asia-Pacífico pasó de contar

con una inversión de alrededor de 880 millones de dólares a un poco más de 3 mil millones en 2015 (Berrío, Borja, García, García y Flores, 2016).

Figura 1. Inversión en fintech por región

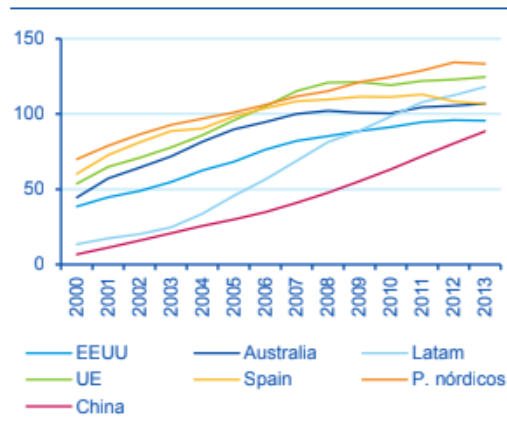


Fuente: Berrío, Borja, García, García y Flores (2016, p. 3).

Las inversiones en fintech han evidenciado un crecimiento considerable a lo largo del tiempo. Durante el año 2017 se invirtieron 31 mil millones de dólares; y un total de 122 mil millones de dólares durante los últimos tres años en esta industria (Balmaceda, 2018).

Hoy en día, la tecnología domina el mundo, las personas dependen cada vez más de los teléfonos inteligentes, del Big Data y las redes sociales, y buscan nuevas herramientas que simplifiquen y dinamicen su diario vivir.

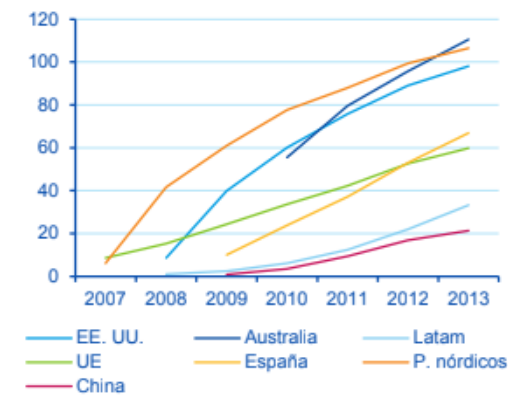
Figura 2. Suscripciones de telefonía móvil entre 2000 y 2013*



* Por cada cien habitantes.

Fuente: “Suscripciones a telefonía celular móvil (por cada cien personas)” (2018).

Figura 3. Suscripciones de banda ancha móvil



* Por cada cien habitantes.

Fuente: “Suscripciones a banda ancha móvil (por cada cien personas)” (2018).

En el año 2000, como lo muestra la figura 2, en países como China y Estados Unidos había menos de cincuenta suscripciones a telefonía móvil por cada cien habitantes; cifra que cambió en el año 2013 por casi cien suscripciones sobre los mismos cien habitantes. Latinoamérica también tuvo un crecimiento considerable al

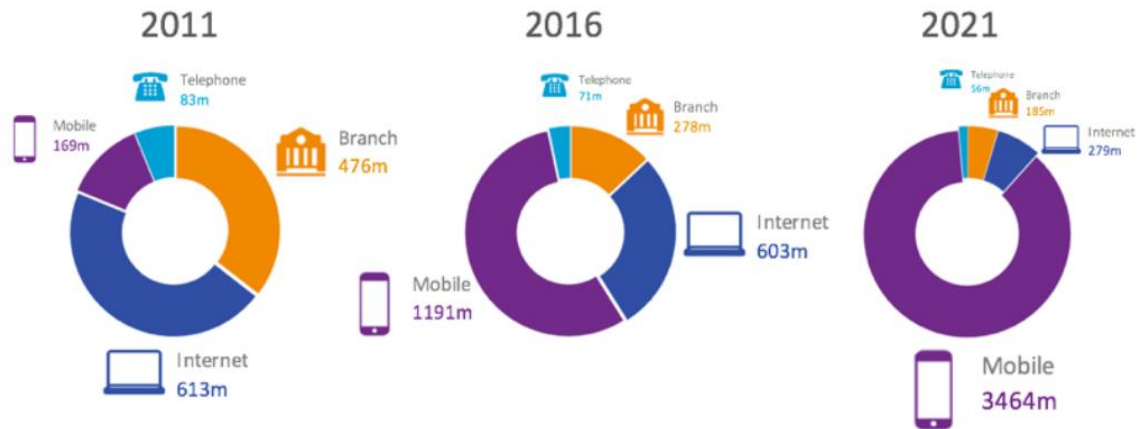
pasar de una relación de veinticinco suscripciones de telefonía móvil por cada cien personas, en el año 2000, a tener cien suscripciones en el año 2013, lo que demuestra que en la región hay una inscripción a telefonía móvil por cada persona.

En la actualidad, la mayoría de las personas cuentan con internet, lo que permite el fácil acceso a una fuente constante e infinita de información a solo un clic. Se puede ingresar a la web a través de diversas herramientas como computadoras, tabletas, celulares o cualquier otro tipo de dispositivo denominado *gadget*,¹ que cuente con una simple conexión Wifi.

En la actualidad, las personas son quienes construyen y moldean la tecnología dependiendo de sus necesidades. Es común observar aplicaciones que optimizan el control de gastos o recomiendan opciones de inversión o ahorro. Por esta razón, algunos bancos tradicionales han ido incorporando este tipo de tecnologías que facilitan las decisiones y simplifican el día a día, dentro de sus plataformas web o aplicaciones móviles. Esto genera, en ambas partes, un beneficio pues las personas ya no tienen la necesidad de hacer filas en sucursales bancarias físicas ya que cuentan con su información financiera actualizada y a su alcance; pueden acceder a nuevos servicios sin desplazamientos o exceso de documentación, comprar sin efectivo y, en algunas situaciones, hasta sin el plástico de la tarjeta. Para las entidades financieras, incluir cada vez más tecnología en sus productos y servicios se ha convertido en una estrategia no solo para la reducción de costos al ejecutar las transacciones y órdenes de los clientes, sino también una disminución importante de gastos de personal; además, permite atraer nuevos usuarios que buscan beneficiarse con estas tendencias.

¹ Cualquier artefacto electrónico que se use como herramienta o accesorio (“¿Qué son los gadget? ¿Para qué sirven?”, s. f.).

Figura 4. Evolución de operaciones bancarias



Fuente: Goodliffer (2016, p. 3).

En países como Reino Unido, en el año 2011, se transaba por oficinas bancarias 476 millones de dólares, lo que representaba el 35% de todas las interacciones; por su parte, en el teléfono móvil se transaban 169 millones de dólares, un poco más del 12%, cifra que cambia en el año 2016 donde el 56% de las transacciones se realizan por medio del teléfono móvil y en las oficinas tradicionales solo el 13%. La tendencia a usar los dispositivos tecnológicos para realizar movimientos financieros seguirá en crecimiento, pues para el año 2021 el 87% de las transacciones serán por medio del teléfono móvil, mientras que la participación de las oficinas tradicionales será de tan solo un 5%.

Algunos bancos han descuidado las necesidades del cliente y las exigencias del mercado. Estos fueron fundados en una era sin internet, sus productos fueron pensados en gran medida para ser atendidos desde oficinas y no de manera ágil, como ha ido ocurriendo con la tecnología; deben responder, además, a la rigurosa regulación que los vigila, con sus políticas de seguridad de la información y aversión al riesgo. Todo lo anterior ha dado paso entonces a las fintech, que han sabido aprovechar las brechas en los servicios financieros y en los costos para competir. Algunas de ellas se han enfocado en clientes que viven lejos de las grandes ciudades, donde la banca tradicional no tiene presencia.

El sector financiero no debe alarmarse con el surgimiento de las fintech; las entidades financieras deben aprovechar sus historiales de operaciones, el buen nombre logrado gracias a su trayectoria y su poderosa estructura, capacidad y confianza para reinventarse a su manera y con la ayuda de la tecnología financiera de las fintech. Lo que a veces se percibe como una amenaza puede que sea una gran oportunidad para crecer y fortalecer el sector financiero en general.

Las fintech, si bien no tienen regulaciones tan sofisticadas y drásticas, se rigen por unas normas de obligatorio cumplimiento que varían dependiendo de cada país. “Solo en Reino Unido hay un registro de sesenta *challengers*, todos enfocados en ofrecer experiencias diferentes a la banca tradicional” (Galindo y Mejía, 2018).

Figura 5. Saturación en el mercado



Fuente: Galindo y Mejía (2018).

Las fintech tienen muchos retos regulatorios y culturales; deben tener normas claras de actuación y construir más confianza, incluso en el segmento joven donde tienen mayor acogida.

Los bancos están reaccionando ante estos fenómenos y están creando subsidiarias digitales. En 2018, por ejemplo, Chase fue el primer banco, de los más grandes de Estados Unidos, en lanzar su alternativa 100% móvil.

Las fintech atienden usuarios y no clientes; buscan que estos tengan una experiencia increíble, con una propuesta de valor centrada en sus necesidades y basan sus tarifas en pilares de transparencia. Quieren ser recomendadas más que generar lealtad. Los datos en la era análoga eran costosos de almacenar, generar y gestionar; ahora se forman continuamente y permiten obtener información valiosa a un menor costo.

Fintech en América Latina

Las fintech se han desarrollado mejor en países como México, Brasil y Colombia; por tal motivo, existe una organización en cada uno de estos países centrada en mejorar los aspectos fundamentales del crecimiento de estas nuevas tecnologías. Por fuera de la región se encuentran también países como España y Portugal, incluidas en la Alianza Fintech Iberoamérica, que está integrada por:

las asociaciones de FinTech Centro América y Caribe, Colombia Fintech, Asociación Española de Fintech e InsurTech (AEFI), Fintech México, Fintech Panamá, la Asociación Fintech e InsurTech de Portugal (AFIP), FinTech Perú y la Cámara Uruguaya de Fintech [...] Los estatutos de la Alianza recogen sus principales objetivos, entre los cuales, se señala como prioritario promover un marco regulatorio adaptado al sector, con especial foco en la seguridad de los clientes finales o la creación de un Código de Buen Gobierno y Código ético, entre otros muchos (Miraut, Santana y Ester, 2018, p. 23).

Con base en la situación mundial, América Latina cuenta con deficiencias para la implementación de las nuevas tecnologías; esto se debe a que el crecimiento de las fintech va a estar ligado a la implementación de nuevas tecnologías, niveles de educación, inversión en D+I, regulación, entre otras.

De acuerdo con el Índice Mundial de Innovación 2015, en una muestra de 141 países solamente sobresalen tres economías latinoamericanas: Chile (42), Costa Rica (51) y México (57). Colombia se ubica cerca al promedio latinoamericano, en el lugar 67 de este ranking (Berrío et al., 2016, p. 6).

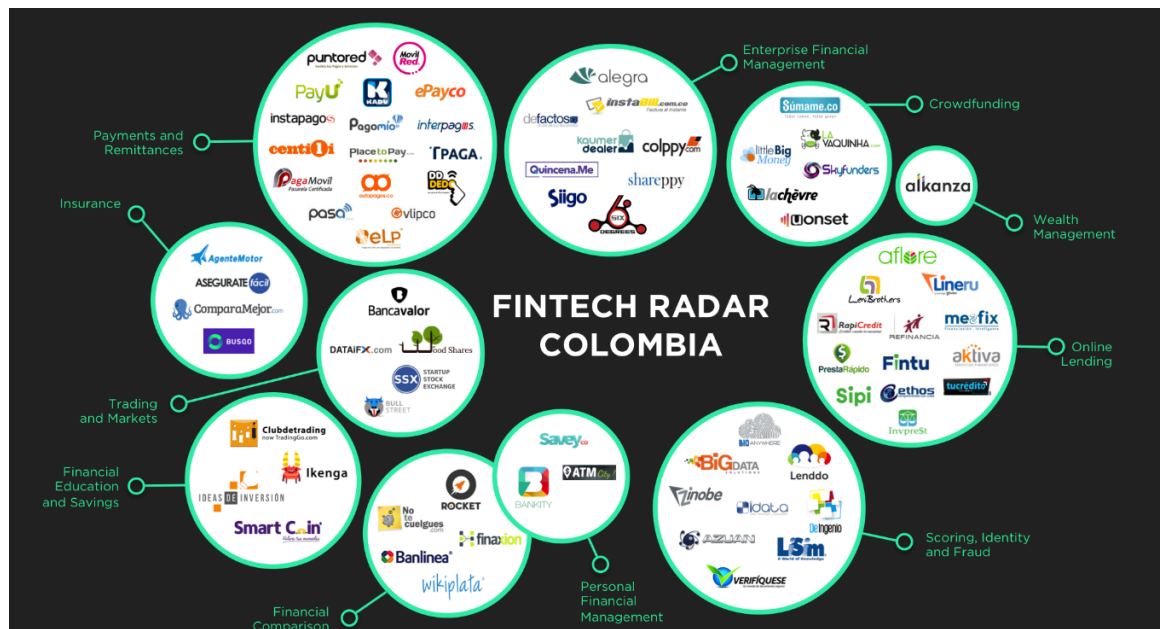
“En Latinoamérica, cerca de la mitad de la población mayor de quince años se encuentra sin bancarizar, lo que se traduce en una oportunidad para que las Fintech reduzcan esta brecha” (Berrío et al., 2016, pp. 4-5). Este tipo de oportunidades son las que potencializan a las nuevas tecnologías, ya que encuentran una necesidad en un número considerable de personas con difícil acceso a la banca tradicional, cambian el modelo clásico, lo reestructuran y lo ofrecen al mercado para suplir las necesidades que los bancos no priorizan o dejan de lado por no asumir riesgos. De esta manera, las fintech que logran captar a grandes grupos socioeconómicos se convierten en las principales amenazas para la banca tradicional. Para el año 2020 la industria financiera puede ver sus ganancias comprometidas considerablemente en Latinoamérica; por ejemplo, están en riesgo entre 7.000 y 13.000 millones de dólares (Buitrago y Romero, 2017). Este riesgo se debe contrarrestar con una oportuna regulación al respecto de las nuevas tecnologías, ya que la región es susceptible a temas de lavado de activos. Sin embargo, la regulación debe permitir la inclusión masiva de las personas sin arriesgar los controles; esto se puede hacer a través de normas más laxas, pero con sistematización de procesos y controles. Si por el contrario las normas se hacen más estrictas, se perdería la naturaleza de las fintech, que es la reducción de costos por medio de la simplificación de los procesos.

Fintech en Colombia

En Colombia, las fintech han crecido de forma significativa, hasta el punto en que hoy se cuenta con múltiples entidades distribuidas en los diversos mercados financieros. Los más conocidos son las pasarelas de pago, en las cuales se encuentran empresas como PayU, PlacetoPay y MoviiRed. También hay constituidas fintech de microcréditos o préstamos de particulares como Aflore y Mesfix, y de uno de los grandes disruptores del mercado financiero, el *crowdfunding*, sector en el que encontramos a empresas como La Vaquinha. Adicional a todo esto existe la ya mencionada asociación Colombia Fintech, creada en 2016, que cuenta con más de ochenta empresas fintech aliadas y que le apuntan a construir un

ecosistema dinámico para el desarrollo de los negocios fintech en Colombia (“Las 6 ‘startups’ de la industria Fintech que más crecieron en el 2018”, 2019).

Figura 6. Fintech en Colombia



Fuente: Fintech Radar Colombia (2016).

Pero, ¿por qué se da un auge de las fintech en Colombia? Básicamente, porque existen condiciones culturales y sociales que hacen expandir el mundo de las fintech en el territorio. Estas empresas se dan como una respuesta a las necesidades de los *millennials* y *knowmads*. Millennials son las personas que nacieron después del año 1982, caracterizadas por estar fascinadas por las nuevas tecnologías y por tener la cultura de estar bien, ser educadas e inteligentes (Oblinger, 2003).

Por otra parte, se define como knowmads a las personas con nuevo perfil de profesional que ha de ser principalmente innovador, imaginativo, creativo, capaz de trabajar en colaboración con casi cualquier persona, en cualquier momento y lugar.

Un knowmad es valorado por su conocimiento personal, lo que proporciona una ventaja competitiva con respecto a otros trabajadores menos adaptados al entorno. Además, es autodidacta, aprovechando el potencial del conocimiento proveniente de internet y de las nuevas tecnologías, principalmente digitales (Jiménez, 2015).

Estos grupos sociales están habituados al manejo de la tecnología por medio de los teléfonos móviles. (Berrío et al., 2016).

La sociedad y las nuevas generaciones, con difícil acceso a canales de crédito tradicionales, de personas naturales o jurídicas, hacen que las fintech de microcréditos o *lending* sean fundamentales en el desarrollo de las pymes, para combatir la informalidad de los créditos “gota a gota”. La cultura también ha cambiado en los últimos años, especialmente en la forma en la cual las personas realizan los pagos de sus compras de bienes y servicios. A comienzos del nuevo siglo existían tan solo 180 botones de pago; al llegar al 2010 había algo más de 1.100 botones de pago. Para 2014 ya existían más de cinco mil accesos para pagos electrónicos. Este aumento exponencial se da también gracias al acceso, cada vez más generalizado, de redes de comunicación móviles y fijas.

En un mundo cada vez más conectado, las nuevas tecnologías están jugando un papel fundamental en el desarrollo de las plataformas fintech. El *blockchain* es un término que hace referencia a un registro criptográfico y descentralizado de datos, que contiene un historial de transacciones en un formato digital y compartido dentro de una red pública o privada. En términos generales, significa que la validación de una transacción y su almacenamiento ya no los realiza una institución intermediaria, certificada y perfectamente identificada por los usuarios, sino una comunidad de conocidos, desconocidos y organizaciones articuladas por medio de un software alrededor de una base de datos compartida en la nube (Buitrago y Romero, 2017).

Figura 7. Ventajas del blockchain

SIMPLIFICACIÓN OPERACIONAL	Blockchain reduce / elimina esfuerzos manuales requeridos para llevar a cabo la reconciliación y la resolución de disputas.
INCREMENTA LA EFICIENCIA REGULATORIA	Blockchain permite el monitoreo en tiempo real de la actividad financiera entre reguladores y entidades reguladas.
REDUCE EL RIESGO DE CONTRAPARTE	Blockchain cuestiona la necesidad de confiar en contrapartes para que cumplan sus obligaciones, puesto que en Blockchain los acuerdos son codificados y ejecutados en un entorno compartido e inmutable.
REDUCE LOS TIEMPOS DE LIQUIDACIÓN Y DE COMPENSACIÓN	Blockchain desintermedia terceros que soportan la verificación / validación de las transacciones y acelera la liquidación de operaciones.
MEJORA LA LIQUIDEZ Y EL FLUJO DE CAPITAL	Blockchain reduce el capital inmovilizado y provee transparencia en la obtención de liquidez.
MINIMIZA EL FRAUDE	Blockchain permite establecer la proveniencia de los activos y el historial completo de transacciones, todo dentro de una única fuente verdadera de información.]

Fuente: Buitrago y Romero (2017, p. 8).

Lo expuesto en la figura 7 son los principales beneficios del blockchain, una herramienta de aceleración de las transacciones que permite realizar envíos más ágiles de órdenes de pago, minimizando los costos de transferencia e intermediarios que validan la información y reduciendo el fraude que pueda presentarse en las operaciones.

A pesar de tener avances de tecnología, la regulación de las nuevas herramientas sigue estando un poco en el olvido. Muchas de las compañías fintech que operan hoy en Colombia realizaron un gran esfuerzo jurídico para cumplir con la normatividad actual. Ya que aún no se regula de forma adecuada el proceso, nos llevan ya la delantera otros países, como Perú, con el proyecto de ley 3083 de 2017,

con el cual quieren regular las Plataformas de Financiamiento Participativo (PFP); mientras que en Colombia lo más significativo en materia regulatoria, hasta ahora, ha sido el decreto 2654 de 2014, que otorga facultades a los entes financieros para flexibilizar el acceso a créditos de bajo monto (Vodanovic Legal, 2018).

A continuación, se analizará cómo la sociedad se ha transformado y ha cambiado su manera de consumir y de intervenir con la banca; se abordarán ejemplos de estrategias utilizadas por los bancos para competirle a las fintech y cómo estas han ayudado a la banca a desarrollar productos. Se expondrán algunos ejemplos de lanzamientos digitales de los bancos colombianos y se responderá la siguiente pregunta: ¿son las fintech una amenaza o una oportunidad para la banca colombiana?

4. Contenido

Transformación digital del mundo

No solo la banca se está transformando, sino que la sociedad en general es cada vez más tecnológica. Países como Estonia han decidido volcarse completamente hacia la tecnología y le han apostado a convertirse en una sociedad digital. En este país europeo las personas realizan todos sus trámites de salud, impuestos, compra y venta de vehículos, y hasta reciben las calificaciones de la educación de sus hijos, mediante una plataforma en línea proporcionada por el gobierno. Solo algunos trámites como el matrimonio, el divorcio y los negocios inmobiliarios requieren de la presencia física. La virtualización de estos procesos no solo sirve para tener mayor comodidad y para ahorrar tiempo, sino que se han inventado una ciudadanía virtual gracias a la cual cualquier persona del mundo puede hacer empresa en dicho territorio. Esto ha generado un gran desarrollo empresarial y financiero, pues todas las transacciones se hacen virtualmente y desde cualquier parte del mundo. La banca estonia no se ha quedado atrás, por lo que admite la creación de una cuenta bancaria en pocos minutos, pues las transacciones son digitales casi al 100%.

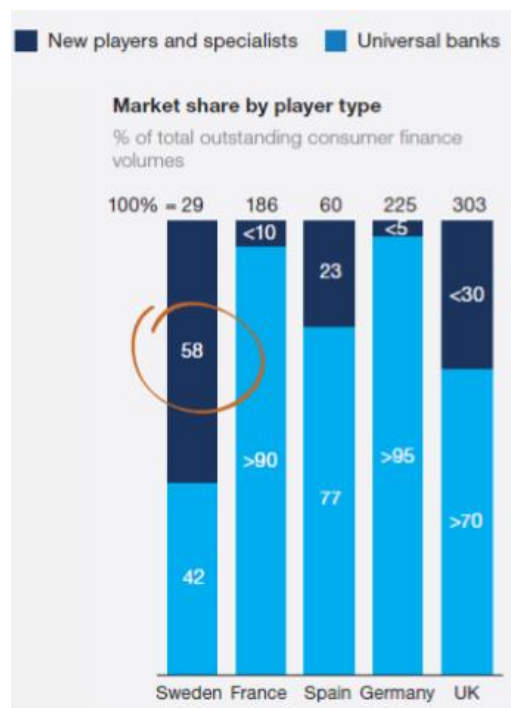
Amenazas para la banca

De acuerdo con McKinsey&Company:

Desconocer el impacto de la evolución tecnológica, la transformación en las preferencias de los clientes y la existencia de nuevos y grandes competidores es como no reconocer el cambio en industrias como el turismo (Airbnb), el comercio (Amazon) y el entretenimiento (Netflix/Spotify) (“Banks in the changing world of financial intermediation”, 2018, p. 4).

Las fintech, poco a poco, han ganado terreno en la economía global. En países como Suecia, el porcentaje de participación de los nuevos jugadores, *challenger banks*, representa el 60% del negocio de crédito de consumo. Los europeos optan, cada vez más, por acudir a estas entidades y no a los bancos tradicionales.

Figura 8. Evolución nuevos jugadores vs. bancos universales



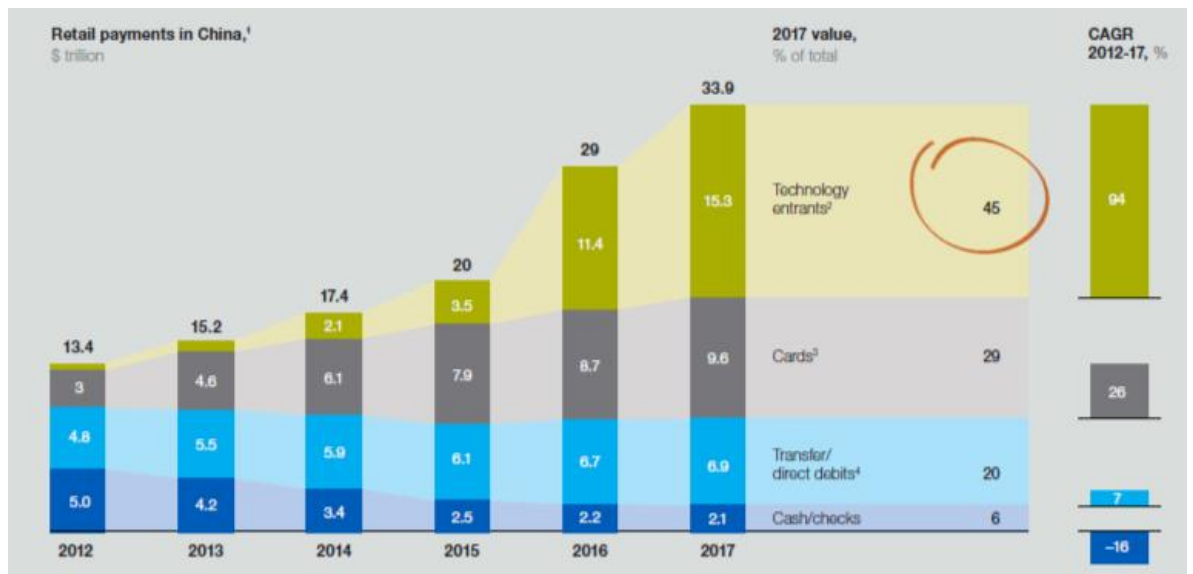
Fuente: McKinsey&Company (2018).

En Reino Unido, los nuevos jugadores que incluyen las fintech ya ganaron un 30% de la participación de los bancos tradicionales. Algunas fintech como Revolut,

N26 y Monzo han conseguido captar hasta siete mil nuevos clientes al día en Europa. Aunque estos números aún no son comparativos con la banca muestran como estas startups son todo un desafío (Vega, 2016).

Al respecto, China no es una excepción. De acuerdo con las cifras del 2017, el 45% de los pagos en el país asiático se hicieron mediante las Big Tech, definidas como las grandes tecnológicas que están prestando servicios financieros. En el caso de China, WeChat, más conocido como el WhatsApp chino, y Alipay son las más importantes. Estas son reconocidas por realizar micro préstamos personales: en tan solo diez minutos se puede obtener el primer crédito, y en tan solo 0,3 segundos un eventual próximo crédito (Galindo y Mejía, 2018).

Figura 9. Porcentaje de participación de las Big Tech en pagos en China



Fuente: Bancolombia (2018).

En Estados Unidos los grandes bancos han tenido que hacer alianzas estratégicas entre ellos para facilitar pagos punto a punto (P2P). De este modo, esperan competir con esquemas como los de Venmo, de PayPal.

Las fintech han tenido éxito pues han sabido aprovechar la innovación tecnológica para desarrollar productos de una manera más rápida y customizada a las necesidades de los clientes. Estas, a diferencia de muchos bancos tradicionales,

se han especializado en un producto o servicio específico. Esto hace que le den una mejor propuesta de valor al cliente. La mayoría de los clientes atendidos por las fintech fueron excluidos por la banca tradicional por su baja rentabilidad o alto riesgo. Unido a esto, la crisis financiera del 2008 ha hecho que la gente pierda confianza en los bancos tradicionales y opte por adquirir nuevas formas de bancarización.

Las fintech también se han acomodado culturalmente a los nuevos clientes exigentes y nativos digitales. El 71% de los millennials prefiere ir al dentista que al banco. Parece que por insufrible que sea someterse a una limpieza dental es más agradable que escuchar la oferta de productos de su entidad financiera. Esta es una de las conclusiones de una encuesta realizada a diez mil jóvenes estadounidenses con edades entre 16 y 34 años. De ellos, el 33% afirma que no necesita un banco para nada (Vega, 2016).

La mayoría de las fintech encuestadas por la firma PricewaterhouseCoopers, en el año 2018, ve a la banca más como un colaborador que como un competidor; es decir, como un aliado que les puede aportar “marca de confianza, recursos, capacidad de inversión y la base de clientes que necesitan para prosperar” (Cabrera, 2018, p. 9). En la encuesta se reveló también que la verdadera amenaza para los bancos occidentales son las llamadas GAFAS (Google, Amazon, Facebook, Apple) y, para el caso de Asia, los BAT (Baidu, Alibaba y Tencent). Estas empresas ya tienen toda la infraestructura, los clientes, la confianza y el capital para desembolsar créditos y claramente dejar por fuera del mercado a muchos bancos (Cabrera, 2018).

Banca digital más rentable

The Development Bank of Singapore fue catalogado como el mejor banco digital del mundo en el año 2018. Al respecto, su CEO Piyush Gupta ha manifestado lo siguiente:

En comparación con un usuario de banco que visita una sucursal tradicional, un cliente digital trae el doble de los ingresos, mantiene mayores saldos de préstamos y depósitos, cuesta 57 % menos de adquirir, realiza 16 veces más transacciones autodirigidas y ofrece un retorno del 27 % sobre el capital en

comparación con el 19 % para clientes tradicionales (“Banks in the changing world of financial intermediation”, 2018, p. 4).

Desde la crisis financiera del 2008, la rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) de las entidades bancarias se ha mantenido estable, esto es, entre el 8% y el 9%, pero los crecimientos han tendido al 2% en los últimos cinco años. Debido a esto, los inversionistas tienen gran incertidumbre acerca del futuro de los bancos y si estos seguirán teniendo el mismo liderazgo y protagonismo (“Banks in the changing world of financial intermediation”, 2018).

Esta incertidumbre, acerca del futuro de los bancos tradicionales, obliga a considerar las ventajas de las fintech, pues tienen menos costos de operación que los bancos tradicionales, entre otros puntos a favor, lo que da lugar a una disminución de costos para los usuarios. En países como España estas diferencias marcan la preferencia que han ganado las fintech ante los bancos.

Figura 10. Comparación costos fintech vs. bancos en España

		Fintech	Bancos
Productos de financiación	Hipotecas	×	Coste (medio): Euribor+0,9%
	Préstamos al consumo	Coste: Grandes diferencias según perfil de riesgo del contratante, cantidad solicitada y plazo de devolución: desde 2.000% TAE hasta 7% TAE o incluso a tipo cero	Coste: 7,85% TAE medio
Productos de ahorro o inversión	Depósitos	×	Rendimiento: Poca oferta con tipos mínimos (0,10% TAE a 12 meses), las mejores condiciones se ofrecen en depósitos online (0,40% TAE)
	Fondos de inversión	Coste: 0,82% comisión media	Coste: 3% comisión media
	Cuentas	Poca oferta nacional Coste: 0€	Coste: 46€ comisión media Remuneración: 0,84% TAE media
	Transferencias	Coste: 0€	Coste: 0,3% con un mínimo de 3,4€
	Tarjetas	Poca oferta nacional Coste: 0€	Coste: 21€ (Cuota de mantenimiento media tarjeta de crédito)

Fuente: KPMG (2018).

Las transferencias con las fintech tienen un costo de 0 euros, mientras que los bancos cobran un mínimo de 0,3 euros. Un cliente puede obtener un préstamo de

consumo a un costo de 2% a 7%, mientras en un banco este mismo crédito le costaría en promedio 7,85%. Para los fondos de inversión todas las entidades tradicionales cobran, además de las comisiones de gestión, comisiones por distribuir el fondo, que están alrededor del 1%. Por el contrario, las fintech cuentan en su mayoría con robo-advisors,² que no cobra las comisiones de distribución y reduce las comisiones de gestión hasta en un 85% con respecto a la banca. Así, la comisión media de la banca es 3% y el de las fintech un 0,82%.

Estos pequeños diferenciales de tasas hacen que muchos clientes decidan adquirir y transar su dinero por medio de las fintech. Otros productos, como las tarjetas de crédito, tienen todo el potencial para desarrollarse por medio de las fintech, pues hoy los bancos tienen toda la oferta; el costo de mantenimiento de este producto es de 21 euros, aproximadamente (KPMG, 2018).

Para los propósitos de este ejercicio se tomarán como ejemplo dos fintech: Metro Bank y Virgin Money Fintech. Metro Bank fue el primer banco “minorista”, en 150 años, en obtener tal licencia en Reino Unido; en septiembre de 2017 reportó 1,1 millones de cuentas, lo que representa un crecimiento del 33% respecto a 2016. Por su parte, Virgin Money Fintech, creada por Richard Branson, reportó 3,3 millones de clientes al cierre de 2017 (Mejía, 2018).

Ahora bien, al comparar los estados financieros de ambas fintech, entre 2016 y 2017, con los de los bancos tradicionales Barclays y Lloyds, se obtienen los siguientes resultados:

² Servicios de gestión financiera en línea, en los cuales la elaboración y manejo de la cartera de inversión del cliente se hace de forma automática.

Tabla 1.

Indicadores financieros fintech vs. bancos

Indicators	Metro Bank		Virgins		Barclays		Lloyds	
	2017	2016	2017	2016	2017	2016	2017	2016
% Net Interest Income	82,0 %	79,05 %	89,3 %	88,4 %	46,1 %	48,0 %	66,5 %	65,3 %
% Non Interest Income	18,0%	20,9%	10,7%	11,6%	53,9%	52,0%	33,5%	34,7%
Cost-to-income ratio	90,8%	106,4 %	52,3%	57,2%	83,4%	85,3%	67,2%	72,1%
Burden Ratio	-1,3%	-1,7%	-0,7%	-0,8%	-0,6%	-0,6%	-0,8%	-0,8%
Net Interest Margin	2,5%	2,6%	1,6%	1,6%	2,5%	2,4%	7,6%	7,6%
Profit Margin	3,7%	-8,6%	28,8%	23,9%	6,1%	10,2%	19,1%	14,4%
Asset Utilization	1,8%	1,9%	1,6%	1,7%	1,9%	1,8%	2,3%	2,1%
Equity Multiplier	14,.92 %	12,50 %	22,5%	20,99 %	17,17 %	17,00 %	16,53 %	16,75 %
ROE	1,0%	-2,1%	10,5%	8,4%	2,0%	3,1%	7,2%	5,2%
ROA	0,1%	-0,2%	0,5%	0,4%	0,1%	0,2%	0,4%	0,3%
Credit Risk	59,4 %	59,0%	90,3%	94,1%	35,4%	35,9%	20,1%	18,5%
Capital Risk	6,7%	8,0%	4,4%	4,8%	5,8%	5,9%	6,1%	6,0%

Fuente: elaboración propia.

Las fintech y los bancos tradicionales tienen diferentes formas de generar sus ingresos: la primera y principal es por la captación y colocación, y la segunda es por comisiones e intermediaciones en la prestación de los servicios bancarios. Para entrar a competir con los bancos tradicionales las fintech realizaron minimización de costos en comisiones. Por esta razón, el Non Interest Incomes³ es muy bajo con relación a los bancos tradicionales, para los cuales este rubro representa cerca del 44% de su ingreso y para las fintech solo es un 14%.

Con relación a los indicadores de Net Interest Margin⁴ son muy similares entre ambas modalidades de banca. Esto se debe a que las fintech optimizan al máximo sus generadores de intereses fidelizando a los clientes, creando alianzas estratégicas con otros proveedores y generando otros valores agregados para aumentar su rentabilidad.

Para el indicador de Cost-to-income, el cual relaciona el margen de costos con respecto al ingreso, Metro Bank ha tenido una eficiencia significativa del 91%, versus el 83% y 67% de Barclays y Lloyds, respectivamente. Esto demuestra el gran margen de costos que manejan los bancos tradicionales: asesores, grandes oficinas físicas, papelería excesiva, entre otros.

Las rentabilidades sobre el activo ROA y rentabilidad sobre el patrimonio ROE siguen siendo mejores para los bancos tradicionales. Sin embargo, las fintech tienen un aumento marginal cada año.

Analizando el Equity Multiplier, que se obtiene de dividir el total de activos sobre el total del Equity, se encuentra que los activos que tienen las fintech son propios de la operación prestada a los usuarios, por lo que no se corre el riesgo de que se desvaloricen inversiones en otros activos o caigan con el mercado. De esta forma, las fintech tienen menos riesgos ante las crisis del mercado.

³ Porcentaje de ingresos diferentes a los intereses.

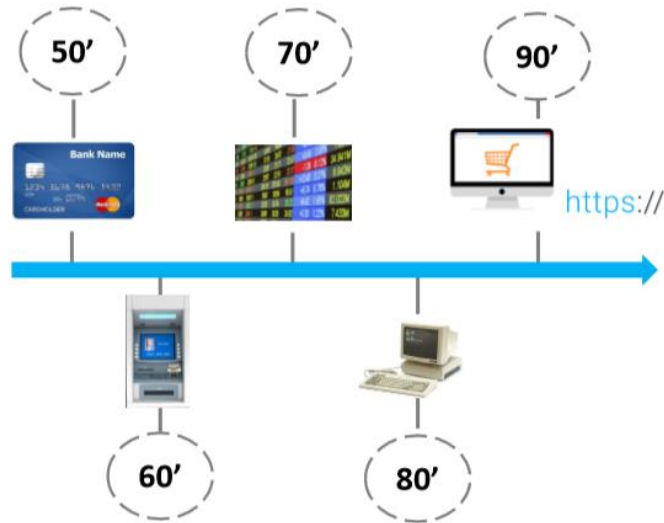
⁴ Se refiere al margen de interés neto.

Ambos tipos de banca están expuestos de forma directa al riesgo de capital y al de crédito. Sin embargo, para las fintech la exposición es menor, ya que su participación en el mercado se da con montos menores y su captación es de muchos clientes, pero con rubros bajos; lo mismo pasa con la colocación. Por el contrario, los bancos tradicionales, por su *core* de negocio, captan mucho más capital, lo que implica que ponen montos superiores enfocados en sectores empresariales, los cuales tienen mayores exposiciones al riesgo de crédito, mercado y capital. Eso no es tan claro para las fintech, cuyo nicho de participación son las personas, que están expuestas principalmente al riesgo de crédito.

Camino de la adaptación de la tecnología a la banca

La relación de la banca con la tecnología es cada vez más estrecha y directa; pero, ¿cómo llegamos hasta aquí? El camino hacia la tecnología financiera comienza en la década de los cincuenta, con el desarrollo de las tarjetas de crédito que permiten que las personas hagan compras sin efectivo. Además de eso, permiten realizar avances y obtener recursos de una manera apalancada con los bancos. Una década después, los cajeros electrónicos revolucionarían la forma de interactuar de las entidades bancarias con la sociedad, pues hasta ese entonces las personas recibían el dinero únicamente en las oficinas físicas de los bancos. Esto hizo además que las grandes compañías optaran por pagar a los empleados por medio del banco y no directamente, lo que significaba ahorro de tiempo y operatividad, y a su vez le entregaba nuevos usuarios a los bancos.

Figura 11. Historia de la tecnología financiera



Fuente: Galindo y Mejía (2018).

En 1970, durante la Guerra Fría, Estados Unidos creó una red exclusivamente militar para tener acceso a la información desde cualquier punto del país. Esta red le abrió paso a lo que se conoce hoy como internet. Una década más tarde, la creación de los ordenadores personales, junto con el ya inventado internet, hizo que la gente estuviera más conectada entre sí y ayudó al desarrollo empresarial y financiero. Al poder compartir información más fácilmente, y poderla ver en tiempo real, se automatizaron muchas tareas y se empezaron a realizar transacciones financieras electrónicas (Millán, 1999).

Posteriormente, en los noventa, la gente empieza a realizar compras por internet. Desde ese entonces el comercio electrónico se ha convertido en una de las formas preferidas de los usuarios a la hora de adquirir bienes y servicios. Ahora bien, ¿cómo hacer para comprar y transar estos bienes y servicios de una manera más fácil, segura y rápida? Las fintech y el desarrollo de la digitalización bancaria han respondido estas preguntas.

Oportunidades de la banca

Se está viviendo la época de los consumidores hiperconectados. Según Cisco, para 2020 existirán 1,4 dispositivos per cápita en Latinoamérica. Además de eso, hay un cambio generacional importante: las personas son nativas digitales, lo que da como resultado nuevas dinámicas de consumo: personalización y empoderamiento. Las personas quieren sus productos y servicios a la medida y desean conocerlos y explorarlos a fondo (Evans, 2011). Además:

- El tiempo es una prioridad: la gente no quiere ir a hacer una fila al banco para realizar un pago, o no está dispuesta a esperar mucho tiempo para un estudio de crédito. Las personas también quieren productos sostenibles con el medio ambiente.
- Compradores de experiencia: antes de ir a un hotel, las personas cuentan con información que les permite observar la calificación y comentarios en las diferentes plataformas tecnológicas de hotelería y turismo. Paulatinamente, se ha vuelto tendencia que las personas busquen que los objetos y los servicios brinden una experiencia agradable. Además de eso, los datos e información de las personas y negocios están disponibles y son usados a la hora de vender o escoger un producto o servicio. Se observa también un cambio generacional: el 85% de los consumidores entre 18 y 24 años confiaría su información financiera a terceros, mientras solo el 48% de las personas entre 55 y 64 años lo haría (Bancolombia, 2018).

¿Cómo se ha acomodado la banca a esta nueva dinámica de consumo? Las entidades financieras cuentan ahora con un caudal mayor de información acerca de sus usuarios. Las personas interactúan con dispositivos conectados a la red (IoT) cerca de 4.800 veces al día, o cada 18 segundos, y de este intercambio constante el 25% de la data se generará en tiempo real (Evans, 2011). Almacenar 1 Gb de información en la nube es 1.000% menor hoy de lo que era en 2010. En la actualidad, aproximadamente el 40% de la data generada es almacenada, el 1% de los datos logran ser usados en la toma de decisiones. Todos estos datos dan como

resultado una oportunidad enorme para el desarrollo de la banca digital con análisis de datos (Bancolombia, 2018).

Aunque estas nuevas tecnologías han puesto en apuros a los bancos y, de una u otra forma, los han obligado a innovar y a entrar en la era tecnológica, en el año 2018 las fintech y los bancos fueron más amigos que enemigos. Así lo relata un informe de cobertura mundial de PriceWaterHouseCooper, que revela que el 45% de las entidades financieras tradicionales ya tiene acuerdos con fintech, mientras que un 82% adelanta que aumentaría estas alianzas en los próximos años. Algunas ventajas de estas alianzas son: “La banca tradicional gana con las startups en agilidad y tiempos de respuesta. Su *time-to-market* es mucho más bajo. Igual ocurre con la integración, uso y puesta a disposición de nuevas tecnologías como blockchain, chatbots o inteligencia artificial” (Cabrera, 2018, p. 9). En un estudio del año 2017, la firma de consultoría y transformación digital Capgemini ya había revelado que el 75% de las fintech quiere colaborar con bancos, el 86% de los bancos considera que va a sufrir si no se adapta a la colaboración con las fintech y, a su vez, el 42% siente que estas disminuyen sus costos de operación (Cabrera, 2018).

Al respecto, los bancos comerciales están haciendo la tarea y embarcaron estrategias de digitalización e innovación. En el año 2018, el BBVA realiza la primera transacción de comercio exterior basada en blockchain y, a través de la firma de capital riesgo Propel Venture Partners, gestiona recursos para la inversión de fintech por el valor de 250 millones de dólares. Así, inyectó casi 100 millones de euros en Atom, con sede en el Reino Unido. Asimismo, el Banco Santander lanza la aplicación de pagos internacionales gracias a la fintech Ripple. Del mismo modo, Amazon se asocia con Bank of America para su programa de préstamos Amazon Lending. El banco español Sadabell invierte en la startup Biometric Vox para controlar los accesos y proteger las transacciones virtuales. Otros bancos como Scotiabank invertirán 1.300 millones de dólares hasta 2020 en su estrategia de fábricas digitales. En definitiva, el 80% de los CEO de bancos en Estados Unidos aumentarán la inversión en transformación digital a 2020 (KPMG, 2018).

Cifras fintech en Colombia

En diciembre de 2016 se crea la Asociación de Fintech en Colombia, con el fin de establecer un ecosistema dinámico de talento, capital y adopción para el desarrollo de negocios fintech en el país. Esta asociación cuenta con el respaldo del gobierno nacional y de entidades del sector financiero. A 2019 tiene noventa empresas afiliadas (“Las 6 ‘startups’ de la industria Fintech que más crecieron en el 2018”, 2019).

Según cifras de Finnovista, para el año 2016, en Colombia, había setenta y siete fintech. Para el año 2019, según cifras de Colombia Fintech, hay 220 registradas. En solo tres años esta industria ha crecido un 186%. Colombia es hoy el tercer país de Latinoamérica con mayor participación, después de Brasil, que tuvo 188 fintech en los últimos 18 meses, y México, donde nacieron 125 fintech en el último año.

Financieramente, las fintech en Colombia están siendo muy rentables y han tenido gran acogida por parte de los usuarios. Aflore, por ejemplo, a cierre de 2018, ha otorgado más de 30 mil millones de pesos en préstamos y cuenta con más de 12.000 clientes en Bogotá y Medellín. Los créditos de Aflore son ofrecidos a través de un canal innovador, a saber: una comunidad de “Consejeros Financieros Informales”, quienes ofrecen créditos a sus amigos y familiares usando una aplicación llamada Mi Aflore App. Así, en pocos minutos, los consejeros pueden enviar las solicitudes de crédito, hacer el seguimiento de estas, monitorear los pagos y recibir sus comisiones a medida que los créditos que refieren son pagados (“Las 6 ‘startups’ de la industria Fintech que más crecieron en el 2018”, 2019).

En la actualidad hay más de 200 fintech en Colombia y más de 15.000 en el mundo. Esta proliferación exigiría una regulación muy clara, pero lo cierto es que hay una brecha normativa. Apenas en mayo de 2018 la Superfinanciera de Colombia lanza para el desarrollo de fintech unas primeras normas en lo que se conoce como Sandbox. Esta es una de las palabras más escuchadas en el universo fintech; se refiere a un mecanismo para responder a la necesidad de impulsar una regulación que corra pareja al acelerado ritmo de la innovación. Esta brecha

regulatoria se tendrá que ir cerrando debido al gran número de clientes de las startups financieras (“Las 6 ‘startups’ de la industria Fintech que más crecieron en el 2018”, 2019).

¿Qué han hecho los bancos tradicionales en Colombia? Casos de éxito

Ante este crecimiento de fintech los bancos tradicionales han volcado sus estrategias a desarrollos digitales. El Banco de Bogotá, por ejemplo, invertirá 100 millones de dólares en su laboratorio digital a 2022; este buscará abrir una cuenta de ahorros en tan solo cinco minutos, cuando por la vía tradicional, en una sucursal, puede tardar hasta cuarenta y cinco minutos. Las tarjetas débito de las cuentas de ahorro, abiertas por vía electrónica, se entregarán a domicilio en no más de cinco días, en cualquier lugar del país:

Es la primera cuenta 100% digital real, una cuenta que brinda los mismos beneficios de las cuentas que se abren en las sucursales. Con esta apuesta digital, el Banco de Bogotá espera, para 2020, tener ventas digitales superiores a 20% y convertirse en el banco número uno en experiencia de este tipo (González, 2017).

En junio de 2018, el banco Davivienda lanzó su cuenta de ahorros y crédito móvil, con autenticación dactilar, que vincula a los clientes en menos de cinco minutos desde su celular. Este nuevo servicio llega a complementar la oferta digital de la entidad junto con el CDAT virtual y la adquisición de seguros en línea, entre otros (García, 2018).

Bancolombia, el 20 de octubre de 2017, lanzó las manillas de pago sin contacto que, a través de tecnología Near Field Communication (NFC) promueven la rapidez en transacciones simples, la disminución en el tiempo de la fila en el comercio y el mejoramiento de aspectos como la seguridad, pues la tarjeta nunca sale de las manos del cliente. Con esta se pueden hacer compras de hasta cincuenta mil pesos sin necesidad de la clave. En la actualidad, 27.200 clientes cuentan ya con su manilla de pago sin contacto (Bancolombia, 2017).

En 2017 fue creado el primer neobanco colombiano llamado Nequi. Una plataforma 100% digital que pretende que los usuarios puedan hacer pagos en línea y en datáfonos, enviar giros, hacer ahorros automáticos, recargar el celular y, eventualmente, hacer retiros en cajeros automáticos del país a cero costos. A noviembre de 2017, Nequi reportó lo siguiente: 213.000 giros, 13.000 pagos en línea, 162.000 recargas a celular y 28.000 metas de ahorro (“Primer neobanco colombiano pretende revolucionar el sistema bancario”, 2017).

Los “asesores robóticos” también han jugado un papel importante en el desarrollo de la banca digital. En el año 2017 Colpatria lanza al mercado Niko, un robot programado para brindar asesoría en las oficinas. Banco Falabella hace lo propio con Sofía, un robot encargado de gestionar solicitudes frecuentes de clientes. En esa misma línea, Valores Bancolombia desarrolló InvestBot, un robot con inteligencia artificial que gestiona las inversiones de los clientes según el perfil de riesgo y condiciones del mercado (“InvestBot, el robot de Bancolombia que gestionará inversiones”, 2017).

En el 2019 Bancolombia sorprende nuevamente con una innovación digital: crea un *sticker*. Este tiene la facilidad de adherirse al teléfono celular y realizar pagos de una manera más fácil. Al igual que las manillas sin contacto se podrán hacer pagos de hasta cincuenta mil pesos sin ingresar la clave. Estos pagos sin contacto han sido muy bien recibidos por los clientes. Durante 2018, los clientes de Bancolombia realizaron más de 17 millones de pagos haciendo uso de medios sin contacto (“Sticker Bancolombia llega para reemplazar los pagos en efectivo”, 2019).

Oportunidades en Colombia

La carrera de la banca colombiana por atraer un mayor número de clientes hacia el mundo digital, para ganar en eficiencia, bajar costos y reducir el efectivo, no cesa. Aplicaciones para hacer pagos desde cualquier equipo electrónico, mecanismos para obtener créditos al instante y herramientas que hacen más seguras las compras por internet son apenas una pequeña muestra de la artillería con la que se busca romper la resistencia de millones de clientes que aún se niegan

a usar la tecnología y prefieren soportar largas filas en las sucursales físicas, incluso para averiguar el saldo de sus cuentas (García, 2018).

El periódico *El Tiempo*, en julio de 2018, realizó una consulta a las entidades bancarias más representativas del sistema, lo cual reveló que Bancolombia es el líder en clientes digitales, con 3,5 millones de usuarios. Le sigue Davivienda, que cuenta con 2,6 millones de clientes. El Banco de Bogotá es tercero, con casi 1,1 millones y, por último, el BBVA cuenta con un millón de clientes.

En esta consulta se evidenció que, a pesar de todos los desarrollos y trabajos que han realizado los bancos para tener una transformación digital, en Colombia aún no se ha dado la gran revolución digital de la banca. Esto se debe a que la gente todavía tiene un grado de desconfianza de las aplicaciones y desarrollos tecnológicos.

Según María Jimena Durán, directora de la vicepresidencia de Banca de Empresas del Banco de Bogotá:

La mayoría aún prefiere ir a una sucursal física a realizar operaciones que hoy se pueden hacer por medios electrónicos. La gente todavía le tiene algún grado de desconfianza a las aplicaciones por temas de seguridad, por eso hay que seguir en la tarea de educación y acercamiento de esas personas con productos que generen confianza (García, 2018).

Juan Carlos Arcila, presidente del Congreso Latinoamericano de Banca Digital, Innovación y Tecnología, señala que la migración de los clientes de la banca al mundo digital se viene dando con un crecimiento importante. El Observatorio E-Commerce muestra que las transacciones digitales en el país crecieron en los últimos dos años por encima del 30%, y que el monto de las transacciones ha aumentado un 25%. A su vez, las transferencias electrónicas crecieron, en promedio, un 10% (García, 2018).

Aunque no hay la suficiente confianza para realizar transacciones por medios digitales en Colombia, las cifras reveladas por los diferentes bancos muestran que hay un gran potencial de crecimiento y que, cada vez, ganan un poco más de confianza. Esto se traduce en que los clientes realizan más transacciones a través

del celular, sucursales virtuales y aplicaciones móviles. Por ejemplo, en el banco Davivienda el 96% de las transacciones se pueden realizar desde los canales digitales; en bancos como BBVA y el banco AV Villas más del 80% de las transacciones financieras se puede llevar a cabo a través del celular. Esto incluye desde pagar servicios públicos hasta abrir un CDT y contratar fondos de inversión. En Bancolombia, señalan que, del promedio de clientes digitales activos con que cuentan, el 53,3% tiene una preferencia por la App Personas, el 15% son usuarios exclusivos de la Sucursal Virtual Personas y el 33,3% utiliza ambos canales (García, 2018).

Cifras reveladas por Bancolombia muestran que, en 2018, se realizaron 2.570 millones de transacciones digitales, 34% más que en 2017.

Figura 12. Soluciones digitales que ofrecen los bancos en línea



Fuente: Bolaños (2019).

Colombia tiene muchas oportunidades, financieramente hablando, aunque el nivel de bancarización en Colombia sigue siendo bajo. Para julio de 2018, ocho de cada diez colombianos contaba con, al menos, un producto financiero en el país, y cerca de quince millones de personas contaban con un producto vigente de crédito,

lo que deja a Colombia con un nivel medio de profundización financiera, esto es, el volumen de cartera frente al Producto Interno Bruto (PIB) es del 44% (García, 2018).

Las grandes oportunidades se dan en las áreas rurales y en los clientes de estratos bajos, donde la estructura bancaria o el nivel de riesgo no los alcanza a cubrir. Las fintech, por su esquema de bajo costo, podrían ser un gran complemento para los bancos, beneficiando, en general, el desarrollo del país (Ballesteros, 2018).

5. Conclusiones

La combinación de experiencia, buen nombre, confianza y buena liquidez que tienen los bancos con la innovación, la analítica de datos, el entendimiento de los clientes, la eficiencia operativa y la especialidad en un servicio o producto específico, aportado por las fintech, resulta ser una gran alianza y complemento para el desarrollo financiero de los países. Por tanto, las fintech representan más que una amenaza una oportunidad para los bancos.

Aunque Colombia es el tercer país en la región con mayor desarrollo de fintech, existen todavía muchas brechas regulatorias para el correcto funcionamiento de estas. Los diferentes entes regulatorios deberán poner las reglas claras para fomentar esta industria que permite a la sociedad colombiana, de cierta forma, la bancarización y el acceso a servicios financieros. De este modo, podría tener lugar una verdadera transformación digital y un crecimiento sostenible de la economía del país.

Los bancos colombianos han puesto en marcha estrategias de digitalización. Dichas estrategias buscan competir ante una industria fintech en crecimiento y procuran llevar soluciones innovadoras a los clientes. Al respecto, las startups son opciones evaluadas por los grandes directivos bancarios del país para ejecutar y cumplir los mencionados objetivos.

Los costos operativos de las fintech son muy bajos, comparados con lo oneroso que puede ser sostener las complejas estructuras bancarias. De allí parte una de sus ventajas competitivas. Esta eficiencia operativa se transfiere, finalmente, a los usuarios y hace que las fintech puedan ofrecer servicios más accesibles para

el público en general. Las fintech también se han enfocado en esos usuarios que la banca tradicional olvidó por su ubicación geográfica o castigó por su comportamiento crediticio. Por eso representan una gran oportunidad para la bancarización y el acceso a los servicios financieros de los colombianos.

Se está viviendo la era digital, la época en la que las personas quieren realizar todas sus compras por internet y por medio de aplicaciones. Un gran porcentaje de la sociedad ya no está dispuesta a hacer grandes filas para ser atendido o a esperar meses para que le aprueben un crédito. De ahí que el sector financiero deba innovar y acomodarse a estas nuevas tendencias y a los cada vez más exigentes nativos digitales. Para esto, las fintech son un gran aliado porque pueden analizar datos, conocer las verdaderas necesidades de las personas y ofrecer soluciones más efectivas y personalizadas a los clientes. Si los bancos aprovechan esto, unido con su buen nombre y el músculo financiero y operativo que tienen, se puede pensar que, en Colombia, se puede dar una verdadera revolución financiera-digital.

Los bancos colombianos descubrieron que las alianzas con las fintech permiten potencializar muchos de sus servicios. En los últimos años, muchos de estos bancos se han unido con diferentes fintech con el objetivo de hacer más eficientes sus procesos, o con el propósito de adquirir nuevos clientes. Para poner un ejemplo claro y sencillo, el 22 de marzo del presente año el grupo Bancolombia y la fintech Vlipco cerraron un acuerdo comercial para que personas y pequeños negocios puedan vender a través de WhatsApp, Instagram y Facebook con solo enviar un link a sus compradores (DataiFX, 2019). Las fintech parecen ser, entonces, una respuesta a muchos interrogantes y falencias que los bancos tienen en la actualidad.

Según la Sala de Prensa de Bancolombia, durante el 2019 Colombia espera alcanzar 26.073 millones de dólares en comercio electrónico. Este, a su vez, tiene a su disposición 25,7 millones de teléfonos inteligentes y 31 millones de personas con acceso a internet (“Sticker Bancolombia llega para reemplazar los pagos en efectivo”, 2019). Sin lugar a duda, la oportunidad para el sector financiero está dada; es cuestión de que los bancos sepan aprovechar y realicen alianzas estratégicas

que los ayuden a profundizar el mercado y ofrecer las soluciones que los clientes requieren.

6. Referencias

- Ballesteros, A. (2018). La bancarización en Colombia aún está en pañales. *El Colombiano*. Recuperado de <https://m.elcolombiano.com/la-bancarizacion-en-colombia-aun-esta-en-panales-CC8271756>
- Balmaceda, N. (2018). Desafíos jurídicos de la “FinTechgración” en Chile [ponencia]. 17.º Congreso de Derecho Financiero. Bogotá, Colombia.
- Bancolombia (2018). *Transformación de la banca y su impacto en la gestión de riesgos* [curso]. Bancolombia, Medellín, Colombia.
- Banks in the changing world of financial intermediation (2018). *McKinsey&Company*. Recuperado de <https://www.mckinsey.com/industries/financial-services/our-insights/banks-in-the-changing-world-of-financial-intermediation>
- Berrío, J. C., Borja, W., García, L., García, A. y Flores, L. (2016). Oportunidades y retos de la industria fintech para la inclusión financiera. *Semana Economica*, 1-11. Recuperado de <https://www.asobancaria.com/wp-content/uploads/2016/02/Semana-Economica.pdf>
- Bolaños, L. F. (2019). Estos son los bancos que lideran el sector por tener la mayor oferta digital en el país. *La República*. Recuperado de <https://www.larepublica.co/finanzas/bancolombia-bbva-y-scotiabank-colpatria-son-los-de-mayor-oferta-digital-en-el-pais-2817642>
- Buitrago, F. y Romero, C. (2017). *Blockchain. Construyendo la digitalización financiera bloque a bloque*. Bogotá: Puntoaparte.
- Cabrera, J. (2018). Fintech: ¿aliadas o rivales de la banca tradicional? Recuperado de <https://hablemosdeempresas.com/grandes-empresas/FinTech-y-la-banca-tradicional/>

- Dapp, T. F. (2014). *FinTech - The digital (r)evolution in the financial*. Fráncfort del Meno: Lars Slomka.
- Data iFX (2019). Bancolombia habilitará nueva plataforma de pagos que involucra redes sociales. Recuperado de <https://www.dataifx.com/type-content-subcategory/pfbcolom>
- Evans, D. (2011). *Internet de las cosas. Cómo la próxima evolución de Internet lo cambia todo*. Recuperado de https://www.cisco.com/c/dam/global/es_mx/solutions/executive/assets/pdf/internet-of-things-iot-ibsg.pdf
- Fintech Radar Colombia (2016). *Finnovista*. Recuperado de <https://www.finnovista.com/FinTech-radar-colombia/>
- Galindo, L. y Mejía, J. (2018). *El futuro de la banca digital. Tipos de bancos digitales*. [curso de verano]. Universidad EAFIT, Medellín, Colombia.
- García, C. A. (2018). Son unos 11 millones los que prefieren hoy la banca digital en el país. *El Tiempo*. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/economia/sector-financiero/crece-numero-de-clientes-digitales-de-la-banca-colombiana-245188>
- González, C. E. (2017). En los próximos años, el Banco de Bogotá invertirá US\$100 millones en Lab Digital. *La República*. Recuperado de <https://www.larepublica.co/finanzas/en-los-proximos-cinco-anos-el-banco-de-bogota-invertira-us100-millones-en-lab-digital-2548547>
- Goodliffer, I. (2016, p. 3). FinTech: The consumer perspective and how it will affect physical distribution [presentación]. Retail Banking Innovation Conference. Londres, Inglaterra.

- InvestBot, el robot de Bancolombia que gestionará inversiones (2017). *Portafolio*. Recuperado de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/bancolombia-lanza-robot-que-gestiona-inversiones-507061>
- Jiménez, A. (2015). *Knowmads: los trabajadores del futuro*. Recuperado de <https://www.eleconomista.es/blogs/empresamientos/?p=548>
- KPMG (2018). *Comparativa de la oferta de la banca vs. Fintech*. Madrid: KPMG Asesores SL.
- Las 6 'startups' de la industria FinTech que más crecieron en el 2018 (2019). *Colombia Fintech*. Recuperado de <https://www.colombiaFinTech.co/novedades/las-6-startups-de-la-industria-FinTech-que-mas-crecieron-en-en-el-2018>
- McKinsey&Company (2018). *The developments of the retail banking ecosystem and evolution of fintechs-a global perspective*. Budapest: McKinsey Panorama. Recuperado de <https://www.mnb.hu/letoltes/mnb-fintech-conference-presentation-mckinsey-czimer-balazs.pdf>
- Millán, J. A. (1999). Una breve historia de la Internet. *Novática: Revista de la Asociación de Técnicos de Informática*, (131), 130-131.
- Miraut, L., Santana, E. M. y Ester, A. T. (2018). *Los nuevos desafíos del derecho iberoamericano*. Las Palmas de Gran Canaria: La Casa del Abogado.
- Oblinger, D. (2003). Boomers, Gen-Xers, and Millennials: Understanding the "New Student". Recuperado de [https://www.naspa.org/images/uploads/main/OblingerD_2003\)_Boomers_gen-Xers_and_millennials_Understanding_the_new_students.pdf](https://www.naspa.org/images/uploads/main/OblingerD_2003)_Boomers_gen-Xers_and_millennials_Understanding_the_new_students.pdf)
- Primer neobanco colombiano pretende revolucionar el sistema bancario (2017). *Dinero*. Recuperado de <https://www.dinero.com/inversionistas/articulo/nequi-primer-neobanco-en-colombia-revoluciona-sistema-bancario/252432>

- PWC (2017). *FinTech 2017- Avalancha de alianzas entre las entidades financieras tradicionales y las compañías FinTech*. Madrid: PwC España - Entorno digital.
- ¿Qué son los gadget? ¿Para qué sirven? (s. f.). Tecnología & Informática. Recuperado de <https://tecnologia-informatica.com/que-son-gadget/>
- Schueffel, P. (2016). Taming the beast: A scientific definition of FinTech. En P. Schueffel, *Taming the beast: A scientific definition of FinTech* (pág. 32). Friburgo: Journal Of Innovation Management.
- Sticker Bancolombia llega para reemplazar los pagos en efectivo (2019). *Grupo Bancolombia*. Recuperado de <https://www.grupobancolombia.com/wps/portal/acerca-de/sala-prensa/noticias/productos-servicios/sticker-bancolombia>
- Suscripciones a telefonía celular móvil (por cada 100 personas) (2018). *Banco Mundial*. Recuperado de <https://datos.bancomundial.org/indicador/IT.CEL.SETS.P2?view=chart>
- Vega, C. (2016). La explosión del fintech: por qué se empieza a dudar que vayann a existir bancos en diez años. Recuperado de <https://www.xataka.com/aplicaciones/la-explosion-del-em-FinTech-em-por-que-se-empieza-a-dudar-que-vayan-a-existir-bancos-en-diez-anos>
- Vodanovic, L. (2018). El panorama de la industria fintech en Perú. Hacia un nuevo ecosistema. Recuperado de https://vodanovic.pe/informe_vodanovic_2018/