

¿Cuál es el futuro de la banca tradicional?

Cómo las Fintechs están cambiando el mercado hoy y cómo seguirán impactando.

Índice

Introducción.....	1
La Evolución de las FinTechs.	1
Panorámica en Latinoamérica.....	1
Los Retos para el Crecimiento	2
El Momento de la Verdad	3
El Potencial de APIs, Big Data y Analytics	4
La Colaboración entre los Players	5
Conclusión	6
Avanzando	6

Introducción

El comportamiento del consumidor ha cambiado y las compañías necesitan adaptarse a esa realidad del mundo digital. En el sector financiero, los bancos tradicionales mantienen todavía un control significativo sobre sus clientes. Sin embargo, las empresas no tradicionales (Fintechs), nacidas al abrigo de Internet, están ganando terreno. La Transformación Digital ha traído cambios en muchas esferas.

De acuerdo con un estudio de BID (Banco Interamericano de Desarrollo), las Fintechs en Latinoamérica ganan espacios principalmente en 3 segmentos: Pagos y Remesas, Préstamos, y Gestión de Finanzas Empresariales. Estos 3 bloques ya suman 57,7% de todos los emprendimientos de Fintechs en la región. El tamaño de estos tres segmentos se explica en gran medida por la masificación de los dispositivos móviles en la región, las altas tasas de población desatendida y/o excluida del sistema financiero formal, así como limitaciones o ineficiencias en la oferta por parte de los actores financieros tradicionales.

Sin embargo, el principal elemento diferenciador de las Fintechs es que están sabiendo aportar soluciones a áreas de la cadena de valor de la gestión financiera, entregando valor al cliente final y personalizando la oferta. Esta nueva competencia está forzando a la banca tradicional a mejorar sus experiencias front-end. Una mejora clave para aumentar la fidelización y satisfacción de sus clientes actuales, evitando así que busquen otras alternativas.

La Evolución de las FinTechs

Panorámica en Latinoamérica

En los últimos 5 años, la presencia de Fintechs en el continente ha crecido. Impulsado por la transformación digital, esos players encuentran espacio para innovar en un segmento considerado muy tradicional. Según el Trend Watch de LAVCA (2017), el sector Fintech representa el 25% de las inversiones de capital de riesgo en tecnologías de la información (IT) en la región. Mientras tanto, el informe de CB Insights Fintech Trends to Watch en 2018 apuntó que la región superó a otros mercados como África y Australia en el número de acuerdos de Fintechs cerrados.

Así, América Latina se posiciona como una importante región para el segmento, con emprendimientos de pagos y remesas, préstamos, gestión de finanzas empresariales, financiamiento colectivo, seguros, banca digital, y muchos otros. La región destaca justo por su diversidad de servicios. Sin embargo, los 2

segmentos predominantes son pagos y remesas, y préstamos. Eso puede ser observado en el gráfico abajo, que demuestra la distribución de los segmentos en América Latina:

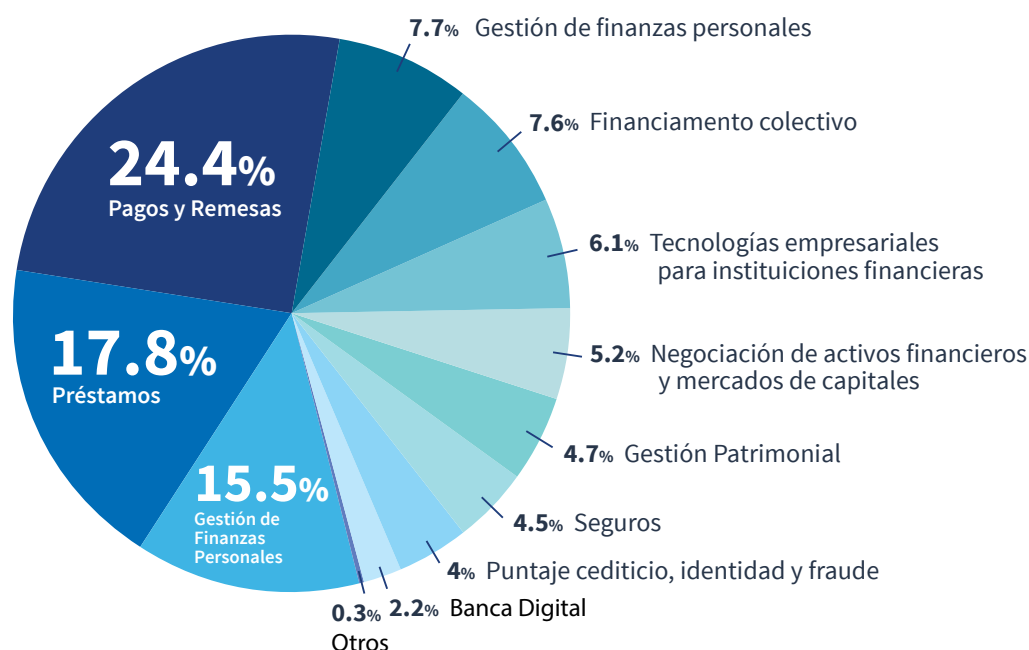


Figura 1: Distribución de las empresas entre los segmentos

Los Retos para el Crecimiento

A pesar de que algunos países de la región están en distintos estados de desarrollo en el mercado financiero, muchos de los retos que las Fintechs enfrentan son similares. Según la encuesta de BID, los principales retos para lograr un desarrollo sostenible se concentran en 4 aspectos:

1. **Claridad regulatoria:** De forma general, todavía no hay regulaciones específicas y canales específicos para el sector Fintech.
2. **Falta de acceso a mercados de capitales:** Todavía no hay muchas iniciativas de capital de riesgo o fondos de financiamiento. Así que los emprendimientos dependen de inversiones milagrosas.
3. **Trámite y requisitos:** Uno de los principales retos de las Fintechs es la apertura de cuentas bancarias. Eso se da porque todavía existen muchas trabas para esos emprendimientos.
4. **Talento:** Las Fintechs necesitan de profesionales con capacidades muy específicas. Por eso, tienen mucha dificultad en establecer equipos iniciales y competir con el mercado más tradicional.

Así, muchos de los retos están asociados al nivel de madurez que tiene la región. A medida en que el proceso de consolidación del ecosistema acelera, esos retos tienden a cambiar. Las regulaciones comenzarán a surgir, los talentos irán aparecer y los entreses serán distintos.

El Momento de la Verdad

Este nuevo escenario donde surgen las FinTechs está forzando a la banca tradicional a mejorar sus experiencias front-end. Una mejora clave para aumentar la fidelización y satisfacción de sus clientes actuales, evitando así que busquen otras alternativas.

El campo de batalla está en lo que se ha denominado los **Momentos de la Verdad** (Moments of Truth). Momentos clave en los que los clientes interactúan, a través de su canal preferencial, con su proveedor de servicios financieros. Es en este momento cuando se forma una opinión particular sobre sus productos o servicios: aumentar el límite de una transacción, pedir créditos online, gestión de notificaciones en tiempo real, etc.

Los Momentos de la Verdad comienzan a ser predominantemente online. Por ello, la tecnología adquiere día a día más importancia. Los nuevos clientes son cada vez más exigentes y demandan cada día productos y servicios más sofisticados. **¿Qué es necesario que te permita la tecnología?**

- **Extraer la información corporativa existente** de sistemas informáticos obsoletos, o hacer que hablen entre ellos, todo ello con un único objetivo: poner al cliente en el centro y ofrecerle un mejor servicio.
- **Innovar rápidamente** lanzando nuevos productos y servicios al mercado de forma eficiente, creando nuevo valor sobre modelos de negocio actuales.
- **Presentar la información corporativa al mercado** de forma eficiente por los distintos canales web o móvil, con una experiencia Omnicanal.
- **Personalizar los contenidos y servicios** en función del tipo de usuario que accede.



La transformación digital en las compañías pasó de ser una opción a una necesidad. Así, tanto la banca tradicional como las Fintechs tienen que ser disruptivas en sus negocios.

El Potencial de APIs, Big Data y Analytics

Cuando analizamos las principales tecnologías sobre las que se basan los productos y/o servicios, destacan tres tecnologías principales:

21%

Móviles y Aplicaciones

19%

Big Data y Analítica

17%

Interfaces de Programación de Aplicaciones (APIs) y Plataformas Abiertas

Fuente: Estudio BID

Las aplicaciones móviles ocupan un papel importante porque los consumidores quieren la posibilidad de realizar operaciones financieras a través de sus celulares. Además, este tipo de tecnología tiene que estar conectada con una estrategia omnicanal. Omnicanalidad significa proporcionar al cliente una experiencia perfecta a lo largo de los diferentes canales: en la sucursal, a través del móvil, desde el PC, o por cualquier otro medio. En la actualidad, para atraer y retener a sus clientes, los bancos han de ser capaces de combinar experiencias omnicanal con las mejores prácticas en cuanto la experiencia de usuario. Esta experiencia, además, no sólo debe estar disponible desde cualquier punto de contacto, sino que debe ser continua y no fragmentada.

Sin embargo, la utilización de Big Data permite a las empresas complementar la experiencia omnicanal, sirviendo como un recurso para entregar experiencias más personalizadas. Es importante que las empresas de servicios financieros conozcan bien los datos de sus clientes y tengan la capacidad de agregar informaciones que vienen de distintos canales. Así, las compañías que dominan las herramientas de Big Data y consiguen agregar a los datos, pueden identificar quién tiene más probabilidad de comprar y quién abandona la jornada de compra. Con eso, ganan insights de valor sobre la jornada de compra del cliente y pueden dirigir sus esfuerzos a quién tiene más chance de traer retorno financiero.

El Big Data ha proporcionado una evolución en la Analítica de Datos. Así, estamos hablando de la utilización de un volumen gigante de datos que pueden ser procesados y analizados para generar decisiones más asertivas. Así, los que dominan esa esfera pueden innovar con un servicio extremadamente personalizado. Algunas aplicaciones que pueden ser hechas combinando Big Data y Analítica son:



Cuenta Inteligente



Productos Financieros Personalizados



Prevención del fraude

Figura 2

Toda la sincronización de datos también está conectada con el modelo de banca abierta (o open banking, en inglés). Ese concepto propone que los datos bancarios no pertenecen a la banca, sino a cada cliente, y ellos pueden elegir si quieren compartir esos datos con otras instituciones financieras o agentes autorizados. Ese proceso es hecho por medio de interfaces de programación de aplicaciones (APIs) y abre espacio para mejoras a productos y servicios. Con eso, se puede sincronizar la información que tiene un banco sobre sus clientes con aplicaciones de gastos, por ejemplo. Así, las organizaciones que adoptan este modelo tienen más informaciones para crear experiencias todavía más personalizadas a sus clientes.

Según el BID, ese modelo de banca abierta crea 3 principales beneficios:

1. Mejor experiencia del cliente
2. Nuevos modelos de ingresos para los titulares
3. Modelos de negocios sostenibles para atender mercados desatendidos

La Colaboración entre los Players

Analizando los principales players, tenemos de un lado la banca tradicional que detiene el gran market share, y de otro, las Fintechs, responsables por impulsar la transformación digital y la innovación en el sector financiero. La tendencia del desarrollo de APIs puede ayudar a la banca tradicional a ser competitiva en un entorno completamente digital. Además de adquirir la habilidad de desarrollar nuevos productos y servicios de forma ágil, la banca tradicional deberá promover la colaboración con terceras partes para crear un marketplace de valor para el cliente final, siendo esto la clave para mejorar la fidelidad del consumidor a largo plazo. Según el estudio hecho público por Capgemini y Efma, el 91% de los bancos y el 75% de las Fintech esperan trabajar de forma conjunta. Parece que la necesidad de transformarse de unos, y la capacidad de innovación de los otros, hacen que ambos mundos están destinados a entenderse.

O sea, para aprovechar los beneficios de las APIs y banca abierta se hace necesaria la colaboración entre Fintechs y La Banca. En Europa, las reglas de acceso fueran definidas por la directriz PSD2. La medida trae consigo cambios muy relevantes en el sector financiero al tener que dar acceso a terceros a la información de los clientes de las entidades bancarias. Ya en América Latina, México fue el primer país en publicar una medida para el sector. La Ley Fintech de 2018, requiere a todo proveedor de servicios financieros abrir el acceso a datos de sus clientes a terceros. En Brasil, el Banco Central ha divulgado un documento con las directrices para la regulación del Open Bank en el país, que debe ser realizada hasta 2020.

Conclusión

Así, se observa que la transformación digital en América Latina ya llegó a los servicios financieros. Actualmente, las Fintechs impulsan la innovación del segmento y proporcionan cambios significativos en los servicios y productos del mercado. A eso, súmalo el concepto de banca abierta, que aunque no esté regulado en todos los países, ya visualizamos un movimiento que indica que la regulación ocurrirá en los próximos años. Dentro de este escenario, surge una pregunta importante: ¿Cuál es el futuro de la banca tradicional?

En definitiva, la banca tradicional tiene dos opciones, o resistirse al cambio o liderarlo. Los últimos movimientos indican que su intención es la de liderarlo, y vemos una banca tradicional cada vez más abierta a la innovación y a la colaboración con terceros actores, evolucionando día a día hacia el modelo Open Banking.

Avanzando

Aprenda como Liferay habilita a las entidades financieras para satisfacer las demandas actuales de los clientes. Obtenga más información sobre cómo la plataforma de experiencias digitales de Liferay puede ayudarle a crear experiencias excepcionales, consistentes en todos sus canales.

Obtenga una demostración: liferay.com/es/request-a-demo



Liferay desarrolla software que ayuda a las organizaciones a crear experiencias digitales en la web, el móvil y en todo tipo de dispositivos conectados. Nuestra plataforma es open source, lo que hace posible una mayor fiabilidad, innovación y seguridad. Nuestra empresa intenta dejar una impronta positiva en el mundo, a través del negocio y de la tecnología. Cientos de organizaciones del sector financiero, salud, gobierno, asegurador, retail, industria, y otros múltiples mercados utilizan Liferay. Visítenos en liferay.com

© 2019 Liferay, Inc. Todos los derechos reservados.