

Fintech: Transformando nuestra forma de ahorrar e invertir

Marcial Nava Ponce / Amanda Augustine

Diario Expansión (España)

El progreso vertiginoso de las tecnologías de la información ha permitido el desarrollo de nuevos modelos de intermediación financiera basados en el uso de software especializado. Al conjunto de tecnologías de la información aplicadas a los servicios financieros se le conoce comúnmente como fintech, acrónimo de la frase anglosajona financial technology. Estas tecnologías son desarrolladas principalmente por empresas de reciente creación (start-ups) que compiten directa o indirectamente con la banca convencional. Las empresas fintech gozan de gran popularidad entre los adultos jóvenes quienes son más proclives a asimilar la nueva oferta digital. En Estados Unidos, los adultos jóvenes o Millennials representan el 26% de la población total, unos 75 millones de individuos con edades entre los 18 y 35 años.

Uno de los aspectos más sobresalientes de fintech es el desarrollo de productos y servicios que facilitan el ahorro y la inversión. En este ámbito existen tres grupos de compañías:

El primer grupo está conformado por empresas cuyo objetivo es ayudar al usuario a tener un mejor control sobre sus finanzas personales y cumplir con objetivos de ahorro. Estas empresas se caracterizan por el desarrollo de software que permite identificar y categorizar patrones de gasto, proponer estrategias de ahorro y canalizar los recursos a cuentas gestionadas por las mismas compañías. Otras empresas tienen como objetivo ayudar al usuario a suavizar su consumo durante el año, consolidando sus ingresos en una cuenta y pagándole una cantidad fija cada mes. Con ello, los usuarios que cuentan con trabajos temporales y/o reciben sueldos por hora o dependen de propinas, quedan protegidos frente a la volatilidad de sus ingresos.

En el segundo grupo se encuentran las compañías que gestionan carteras de inversión. Estas compañías han desarrollado algoritmos capaces de evaluar el perfil de riesgo del inversor y ofrecer alternativas de inversión adecuadas a sus necesidades. Su modelo de negocio está basado en la automatización, la simplicidad, y la ausencia de espacios físicos, lo que les permite cobrar comisiones por debajo del promedio de las instituciones financieras convencionales. Algunas de estas compañías no requieren de un monto mínimo para invertir.

El tercer grupo está conformado por empresas que ofrecen servicios de asesoría financiera de manera gratuita a través de sus páginas de internet. Por una cuota fija, los usuarios de estos sitios también pueden obtener los servicios de un asesor financiero en persona. Estas compañías no gestionan activos ni custodian ahorros. Su modelo de negocio se basa principalmente en promover servicios financieros de terceros, frecuentemente bancos y aseguradoras que pagan por colocar sus productos al alcance de los usuarios.

¿Qué implicaciones tiene la aparición de estas empresas para la banca? Contrario a otras innovaciones financieras como peer-to-peer lending o crowdfunding, cuyos modelos de negocio fueron diseñados en contraposición a los servicios bancarios tradicionales, las nuevas compañías dedicadas a la asesoría financiera, el ahorro y la gestión de activos no representan necesariamente una amenaza. Por el contrario, los bancos pueden incorporar este tipo de servicios a su propia oferta digital ya sea a través de adquisiciones, asociaciones o bien mediante el desarrollo de este tipo de productos dentro de las propias instituciones. Lo anterior aumentaría la competitividad del sector frente a las nuevas empresas fintech.

Mediante la incorporación de estas innovaciones, los bancos podrían competir de manera más efectiva por el segmento de clientes jóvenes cuya bancarización es crucial para mantener una base de clientes estable

a lo largo del tiempo. Por otra parte, la adopción de este tipo de servicios permitiría a los bancos captar depósitos, colocar otros productos entre sus nuevos clientes e incrementar sus ingresos por comisiones necesarios en un entorno de bajas tasas de interés.

Cabe mencionar que el futuro de estas empresas no está exento de incertidumbre. Por ejemplo, en el caso de las gestoras de activos, no está clara su capacidad para resistir periodos de alta volatilidad o crisis financiera. ¿Cómo diseñar un algoritmo que responda de manera óptima a situaciones de pánico? Otro reto para las compañías fintech es su capacidad para retener a sus clientes jóvenes cuando éstos dejen de serlo y, en consecuencia, demanden servicios de mayor complejidad.

La digitalización de los servicios financieros es una tendencia irreversible. Los cambios para la banca pueden suceder gradual o rápidamente dependiendo de la línea de negocio, el grado de aceptación de las nuevas tecnologías, así como la complejidad del marco regulatorio. Sin embargo, la banca tiene que estar lista para responder de manera efectiva a las necesidades de clientes para quienes la tecnología es parte fundamental de sus actividades cotidianas.