

Dinero

¿Cómo funcionan los neobancos?

Una nueva generación de bancos que no tienen sucursales físicas está tomando fuerza en el sector financiero.



Los bancos sin sucursales ni filas ya existen. Son los [neobancos](#), **una nueva generación de entidades financieras que en su totalidad son digitales.**

Esa banca digital ha entrado con fuerza en la región. En el país, Nequi de [Bancolombia](#) realizó en el último año 213.000 transacciones gratuitas, 13.000 pagos en línea y 27.000 metas de ahorro. De acuerdo con el Observatorio [eCommerce](#) Colombia, Bankaool de México se valoró por \$133 millones; mientras que en Brasil, Nubank, Guiabolso y Credits reportaron inversiones que superan los US\$150 millones.

De acuerdo con Daniel Aguilar, vicepresidente para Latinoamérica de Latinia, un fabricante de software especializado, **soluciones como estas permiten llegar a miles de personas no bancarizadas**, cuyas tasas en América Latina son altas.

En 2017, la Banca de Oportunidades reveló que el 73,5% de la población adulta en Colombia contaba con una cuenta de ahorros, lo que suponía un crecimiento de acceso del 26% en los últimos cinco años. Para Aguilar, los neobancos contribuirán a que esas cifras sigan creciendo.

Los neobancos nacieron en Inglaterra y [Alemania](#), pero su expansión en [Europa](#) se acelera debido al mercado único que representa la Unión Europea en cuanto a asuntos regulatorios en sus 27 países miembros, así como los bajos costos de estructura y su capacidad para escalar de la mano de la tecnología.

Proyectos como Starling N26, Monzo y Revolut ya alcanzan unos 3 millones de clientes, **una cifra representativa si se compara con lo livianas de sus estructuras operativas**.

“El Reino Unido ha sido un terreno prolífico para el nacimiento de los neobancos gracias a una regulación avanzada y amable, que ha favorecido su desarrollo con ciertas facilidades, aumentando así la oferta de servicios a los clientes finales”, explica Aguilar.

Según BBVA Research, lo novedoso de los neobancos es su enfoque en ofrecer una mejor experiencia, más cercana a los clientes, a través de móvil y otros canales no presenciales, y su énfasis en la transparencia y reducción de las comisiones. Con este foco “esperan conseguir una mayor fidelización de los clientes, así como la obtención de datos y retroalimentación que les permitan mejorar sus servicios adaptándolos a las necesidades de los usuarios”.

El portafolio de productos de estas compañías **se basa en cuentas corrientes y de ahorro, tarjetas de débito y prepago, servicios básicos como los envíos de dinero entre particulares, combinados con distintas herramientas de gestión de las finanzas** (ayuda en planes de ahorro, gestión de gastos e ingresos a través de alertas y mensajes, entre otros).

En paralelo, estas entidades tienen como aspiración satisfacer las necesidades financieras básicas de esa parte de la población que no necesita productos sofisticados, utilizando básicamente canales digitales o únicamente el móvil. Esas características van orientadas a los clientes

de las nuevas generaciones, que están dispuestos a acceder a una entidad financiera sin presencia física.

Con esto coincide el ejecutivo de Latinia, precisando que al ser móviles por naturaleza esto ya les hace encajar en el target millennial.

“Proponen una gran transparencia en el precio de productos y servicios, la visión que más valoran los millennials, simplicidad y transparencia. Son bancos muy quirúrgicos, tanto en target como en servicios, basados en modelos "data-driven". Depositarios de licencias para operar directamente o en muchos casos a través de acuerdos con bancos tradicionales, que se encargan de cubrirles las espaldas en temas regulatorios y de cumplimiento normativo y de supervisión, caso de los mencionados. Algunos empiezan sin licencia apoyándose en los bancos tradicionales, actuando como canal de distribución de sus productos, ambicionando una escala de pleno licenciamiento a medio plazo, según vean pueden musclar su base de clientes y operar de forma independiente”, señala Aguilar.

La entrada al mercado de las [fintech](#) (empresas tecnológicas que ofrecen servicios financieros) supone la entrada de nuevos jugadores que entran a competir con las entidades financieras tradicionales. Según Aguilar, **esto les exige modernizarse y dejar de ver a estos nuevos jugadores como una amenaza y más como unos grandes aliados.**

“Algo en lo que considero netamente superior la propuesta de los neobancos es en que se están apoyando muy bien en las fintechs, incorporándolas a su oferta, enriqueciéndola a través de la creación de un portafolio de servicios más amplio cubriendo más y más necesidades de nicho. Diferenciaría los neobancos que son propiedad (o participados) por parte de los bancos titulares, tipo Nequi por Bancolombia, Atom de BBVA o imaginBank por Caixabank, para los cuales es un excelente canal de distribución de sus servicios”, indica Aguilar.

El vicepresidente de Latinia, también expresa que tanto los nuevos como los tradicionales “arañan cuota de mercado”, pero posiblemente, y a pesar del músculo financiero que disponen, muchos desafíos van a acabar orillando en el mercado si no consiguen un volumen suficiente de clientes con los que hacer correr su negocio, los van a convertir en adquisiciones naturales de la industria tradicional.