

Dinero

Bancos y emprendimientos fintech "ahora se ven como un complemento"

Varias instituciones financieras están dejando de ver a los emprendimientos fintech como competencia, mientras que les abren las puertas para que sean parte de sus procesos de transformación digital.



Como si se tratara de una 'keynote' (o conferencia) de esas que hacen las mayores compañías tecnológicas para dar a conocer sus novedades, los emprendedores chilenos Rafael Fuentes y Andrés Saavedra se subieron al escenario del Digital Bank en Bogotá **a mostrarle a inversionistas y banqueros su robot, que con el NIT de las empresas, averigua si estas deben impuestos.** En términos generales el robot de la startup Rocketbot es capaz de hacer tareas repetitivas.

La escena se repitió una y otra vez. Les siguieron los emprendedores de la startup española Tink, la panameña Money, la peruana Silben y las colombianas Finaktiva y Superlikers. Tienen en común que están consolidadas con clientes en varios países y quieren seguir creciendo.

Algún año anterior llegaron a ese escenario con su versión más básica y desde entonces han crecido a grandes pasos. Todas son compañías [fintech](#) que utilizan la tecnología para innovar en el sector financiero.

Aunque pueda **existir todavía una incertidumbre sobre si estos emprendimientos son competencia directa para la banca tradicional**, la balanza parece haberse inclinado hacia una posición en la que ambos lados de la barrera se complementan.

Para Jaime Espinosa, director de estrategia digital de BBVA en Colombia, la [transformación digital](#) de los bancos requiere de una conexión muy fuerte con el ecosistema y esa transformación solo se puede lograr con innovación. Por eso desde ese grupo financiero desarrollan la iniciativa 'Open Talent' que atrae a emprendimientos fintech.

Además, dice Espinosa, los bancos deben trabajar en lograr una excelente experiencia al cliente y una cultura interna.

“Nuestros líderes globales nos hacen un llamado a reimaginar el rol de la banca. Trabajar en conseguir una madurez digital de la categoría ‘Digital Masters’, que solo alcanzan esos [bancos](#) que tienen una gran visión digital e iniciativas digitales logrando valor para el negocio”, asegura Espinosa.

De acuerdo con Daniel Aguilar, vicepresidente de ventas de Latinea para Latinoamérica, hay varias características que se deben tener en cuenta para entender lo que está pasando en la banca. En particular, **le parece que no hay una transformación digital, si no una adaptación**, porque se está haciendo lo mismo de hace muchos años, pero con herramientas digitales. El reemplazo de ventanillas por pantallas, móviles o portátiles, con los mismos productos de siempre.

*“La transformación digital hacer algo nuevo, pero cuesta para un banco transformarse digitalmente. Es decir pongamos al cliente en el centro y empecemos a crear productos y servicios. Un milenial no quiere un crédito hipotecario. Es ubicar al cliente en el centro y empezar a crear”, le dijo Aguilar a **Dinero**.*

Precisa que el móvil, con autorización del usuario, permite acercarse más al cliente. Donde está el cliente, que está haciendo en la aplicación, cuanto tiempo la usa y así se puede saber, por ejemplo, cuál es el lenguaje más apropiado para hablarle.

Sobre el papel de las fintech en ese proceso, Aguilar agregó que muchas veces se encuentra que *“es difícil para un banco con procesos muy rigurosos y regulaciones complicadas, salirse de esto para ser más flexibles. Es ahí donde las fintech vienen a apoyar, porque vienen con algo mucho más suave, que le permite al banco testear y en muchos casos ser exitosos”.*

Sergio Munro, gerente regional de Desarrollo de Negocios de Cisco, explica que **tiempo atrás las fintech se veían como competencia**, pero los **bancos** han madurado y las fintech han entendido esa evolución.

“Cada uno entendió que podía aportar en la medida en que se unieran a tener soluciones más sólidas y más rápidas. Las fintech se caracterizan por ser rápidas y no tener temor al riesgo, que es lo que no tienen los bancos. Los bancos tienen unas variables interesantes como sus marcas, que son muy fuertes en el mercado y frente a los clientes”, manifestó a **Dinero** Munro.

Munro considera que la conversación sobre transformación digital hay que aterrizarla, porque se está tratando desde muchos frentes y de forma aislada, lo que resulta en “muchos problemas”.

“Vemos algunos pilares importantes; **la infraestructura**, porque la transformación digital está basada en tecnología, si no tienen la infraestructura adecuada el resto de la estrategia no va a funcionar, hay instituciones que tienen infraestructura antigua, casi obsoleta necesitan una super ágil. También las estrategias ‘cloud’, migrar a la nube les ayuda a ser más ágiles en el negocio; toda la parte de ciberseguridad, debe ser un concepto holístico, que atiende la estrategia completa” afirmó Munro y agregó además “los procesos en el ‘core’ del banco, donde ellos manejan la información, una visión completa y en todos los canales; las personas, lo relacionado con los empleados y la cultura de la institución. La gran mayoría de los bancos todavía no la enfrenta porque hasta ahora han estado focalizados en el otro pilar que es la experiencia al cliente”.