



**Efecto de los Neobancos sobre los consumidores financieros y la banca tradicional en la
ciudad de Bogotá**

Elaborado por:

Blanca Emilce Pinilla Gómez– Especialización en Gerencia de Procesos y Calidad

Leidi Marcela Bustacara Lizarazo – Especialización en Gerencia de Procesos y Calidad

William A Saavedra Osorio – Especialización en Gerencia de Procesos y Calidad

Universidad Ean

Facultad de Ingeniería

Seminario de Investigación de Especialización

Mayo, 2022

Bogotá, D.C.

Resumen

Las nuevas tendencias del mercado en el sector financiero y el desarrollo de la tecnología provocaron la entrada de los Neobancos, siendo estos la nueva generación que ofrece servicios de intermediación bancaria de manera 100% digital. Este modelo de operación se encuentra apalancado por la transformación digital lo que le permite ser una alternativa bastante atractiva para el mercado. Su introducción ha dejado rezagada a la banca tradicional por lo que se busca comprender a través de esta investigación el impacto de los neobancos sobre los consumidores y sobre la banca tradicional, evaluar tendencias, razones de migración y principales preocupaciones tanto de usuarios como de la banca tradicional.

Palabras clave: Banca tradicional, consumidor, impacto, neobanco, tendencia.

Abstract

The new market trend in the financial field and the development of technology have caused the Neobanks' breakout, these are the new generation which offers services of banking intermediation 100% digital. This operation model is highly supported by the digital transformation, for that reason, it allows to be a very attractive alternative for the market. Its introduction has left behind to the traditional banking. Therefore, It is important to understand through this research the impact of the neobanks not only in the customers but also the traditional banking, evaluate trends, migration reasons and main concerns of users and traditional banking.

Key Words: Traditional Banking, Customer, Impact, Neobank, trend.

Tabla de contenido

1.	Problema de Investigación	5
2.	Objetivos.....	6
2.1.	Objetivo General	6
2.2.	Objetivos Específicos.....	6
3.	Justificación	6
4.	Marco Teórico.....	8
5.	Metodología.....	22
5.1.	Enfoque, alcance y diseño de la investigación.....	22
5.2.	Definición de Variables	24
5.3.	Población y Muestra.....	26
5.4.	Selección de métodos o instrumentos para recolección de información 26	
6.	Análisis y discusión de resultados	27
6.1.	Análisis descriptivo.....	27
6.2.	Discusión de resultados	34
7.	Conclusiones	36
8.	Recomendaciones.....	37
9.	Referencias	38
	Anexos	40

Lista de figuras

Figura 1.	Características del modelo de negocio del Neobanco.....	18
Figura 2.	Datos más relevantes de los principales Neobancos que operan en Colombia.....	20
Figura 3.	Genero de las personas encuestadas.....	32
Figura 4.	Edad de las personas encuestadas.....	32
Figura 5.	Estrato socioeconómico de las personas encuestadas.....	33
Figura 6.	Nivel educativo de las personas encuestadas.....	33
Figura 7.	Conocimiento del término Neobanco por parte de los encuestados.....	33
Figura 8.	Encuestados que tienen cuenta en un banco tradicional.....	34
Figura 9.	Disminución de transaccionalidad en bancos tradicionales como consecuencia de los Neobancos.....	35
Figura 10.	Intención de convertir la cuenta del Neobanco en la cuenta transaccional principal.....	35
Figura 11.	Disminución uso del efectivo y la posible relación con los Neobancos.....	37
Figura 12.	Percepción del desarrollo tecnológico en los bancos tradicionales.....	37
Figura 13.	Probabilidad de recomendar los Neobancos a otras personas.....	38

Lista de tablas

Tabla 1.	Definición conceptual y operacional de variables.....	25
Tabla 2.	Usos que las personas encuestas le dan a los Neobancos.....	34
Tabla 3.	Aspectos positivos y negativos de los Neobancos.....	36
Tabla 4.	Relación de las personas con los Neobancos y bancos tradicionales.....	38

1. Problema de Investigación

Dada la dinámica global a diferentes escalas, las organizaciones de diversos sectores enfrentan múltiples transformaciones debido a la volatilidad de los mercados y la entrada de otros elementos importantes como la tecnología; uno de los sectores de mayor participación e impacto a nivel mundial es el bancario; siendo este el sustento del crecimiento económico y el desarrollo de cualquier país. Como toda actividad económica, sufre cambios a razón de factores externos que pueden ser benéficos o representar una amenaza y es justo allí donde las empresas tienen que flexibilizar las estrategias con el fin de ser competitivo, sólido, confiable y sostenible. Una de las crisis más recientes y que sacudió fuertemente la economía fue la pandemia del coronavirus, que trajo para este caso puntual una serie de beneficios en el sector, así lo confirma el más reciente informe publicado de la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC), el sistema financiero registró un aumento en sus ganancias de 28,30%, pasando de \$21,73 billones, a \$27,88 billones con corte a julio. En este caso, los bancos tuvieron un crecimiento en sus utilidades de 45,21% a \$7,13 billones (Cajamarca, 2021). Como una posible consecuencia, se ha evidenciado una tendencia representada por una opción novedosa netamente digital cuyo funcionamiento se da en un ecosistema tecnológico que no necesita de sucursales físicas denominada neobanca. Estos neobancos han iniciado operaciones en el país, convirtiéndose en un emprendimiento atractivo para inversionistas, cuya alianza estratégica es la digitalización y otras tantas tecnologías que le han permitido evolucionar para responder a las nuevas preferencias y necesidades del mercado.

Esta transformación bancaria sugiere una propuesta de valor enfocada en ser ágil e hiper-personalizada, adopta nuevos conceptos y tecnologías de manera rápida para reaccionar a la demanda del mercado como la prestación de servicios para operar con criptoactivos hasta tarjetas de crédito y préstamos personales totalmente digitales (ASOBANCARIA, 2021).

Para comprender el fenómeno que ha ocurrido en el sector, es importante identificar cuáles son las principales causas, factores y elementos asociados a este cambio y su impacto

en la banca tradicional colombiana, de este modo se sustenta la expansión de esta nueva tendencia bancaria, así como las posibles conclusiones de lo podría venir para la banca tradicional colombiana.

Como resultado de lo anterior se ha planteado la siguiente pregunta: ¿Cuál ha sido el impacto de los neobancos en las preferencias de los consumidores financieros y en el comportamiento de la banca tradicional en la ciudad de Bogotá?

2. Objetivos

2.1. Objetivo General

Identificar el impacto de los Neobancos sobre los consumidores financieros y la banca tradicional en la ciudad de Bogotá, y así concluir si este modelo de negocio es realmente el preferido por las personas y puede ser una tendencia que se mantenga en el largo plazo.

2.2. Objetivos Específicos

- Entender cómo funciona y en que se basa el modelo de negocio de las entidades que ofrecen servicios de intermediación bancaria digital (neobancos).
- Determinar las razones por las cuales las personas en Bogotá podrían estar eligiendo a los Neobancos para satisfacer sus necesidades financieras.
- Especificar de qué manera afecta a la banca tradicional la llegada de los Neobancos.

3. Justificación

El desarrollo permanente de nuevas tecnologías y la incursión de las mismas dentro de las actividades que antes se consideraban a la “vanguardia” y desarrolladas, como lo son los servicios financieros, han obligado a que estos últimos transformen su estrategia de negocio de forma radical, puesto que la aparición de nuevos competidores, preferencias del cliente, productos sustitutos y cambios acelerados en el entorno, derivados de la adopción de nuevos

comportamientos de consumo asociados entre otras causas a la aparición del COVID-19, han fortalecido la aparición de entidades bancarias con infraestructuras 100% digitales, con amplias ventajas respecto a las tradicionales, donde se ve favorecida la misma entidad, desde el punto de vista económico al tener un costo de operación más bajo, y garantizan al cliente un mejor experiencia de servicio, dada la practicidad de acceso e interacción y cobertura desde cualquier lugar.

Plataformas como Nequi o Daviplata han pasado a ser parte de la cotidianidad de los Colombianos, su uso se ha masificado a lo largo del territorio nacional y sin duda se han convertido en una de las opciones preferidas al momento de hacer pagos electrónicos; y es que los bajos o ausentes costos, las transacciones en tiempo real y el hecho de tener el servicio siempre disponible en el dispositivo móvil, hace que incluso aquellos considerados como no bancarizados decidieran apostarle a la digitalización del dinero. Actualmente es común encontrar este tipo de plataformas disponibles como una opción de pago en establecimientos de comercio de zonas populares, pequeños negocios y/o emprendimientos que funcionan desde el internet y hasta en las nóminas formales e informales; lo cual supone un avance importante considerando que hasta hace un par de años el efectivo era el que primaba en este tipo de transacciones. En este sentido, sería relevante entender por qué inversionistas y los usuarios del sistema financiero se han decantado por los bancos digitales, y si esta predisposición pudiera significar una amenaza para los bancos tradicionales, que sin bien han incorporado la tecnología a sus servicios, aún se perciben rezagados en varios de los procesos.

Considerando los lineamientos institucionales de la universidad EAN, el estudio presentado se encuentra enmarcado dentro del campo de investigación Emprendimiento y Gerencia; Grupo de Investigación Gerencia en las Grandes, Pequeñas Medianas Empresas G3Pymes; y línea de investigación Finanzas y negocios internacionales.

4. Marco Teórico

Para iniciar es importante contextualizar el término de Neobanco y para ello se ha considerado relevante dirigirse al contenido de educación financiera publicado por un importante banco, BBVA (2022) donde se afirma:

Los neobancos constituyen una nueva generación de entidades financieras que ofrecen servicios de intermediación bancaria de manera 100% digital. Surgidos de la mano de la transformación digital en Reino Unido y Alemania, han tenido una rápida expansión en Europa y en los últimos años están introduciéndose también en América Latina. Los neobancos se han podido extender rápidamente gracias a sus bajos costos de estructura y su capacidad para crecer con ayuda de la tecnología. Brindan información actualizada y precisa en tiempo real, atienden vía 'online' y están entre los principales interesados en el desarrollo de la inteligencia artificial. Además, están dirigidos a ese nicho de mercado que no quiere ir a sucursales ni hacer filas, sino que prefiere realizar sus operaciones a través de una 'app' en su teléfono móvil, los denominados 'millennials'. El uso de la tecnología se traduce en ahorros de costos ya que tienen más funciones automatizadas y esto permite tener una plantilla reducida. Esta situación ha llevado a que la mayoría de estos nuevos bancos no tengan la necesidad de cobrar ningún tipo de comisiones, lo que genera un atractivo para sus clientes. (párr. 1)

La información anterior provee una visión general de lo que son este tipo de entidades, su filosofía y por qué se han convertido en una tendencia, y con base en ello es común encontrar que erradamente se pueda definir un Neobanco como una Fintech cuando en realidad se trata de conceptos independientes con un punto en común. En su portal de internet la Asociación Colombiana de Empresas de Tecnología e Innovación Financiera (2020) menciona: “la diferencia entre los conceptos de Neobanco y fintech radica en que: los Neobancos son entidades bancarias que usan la filosofía fintech (tecnología financiera). Pero las empresas fintech no son

entidades bancarias, solo son intermediarios entre el banco y los clientes” (párr. 3). Así las cosas, se entiende que debido a la naturaleza del negocio los Neobancos pueden encontrar barreras regulatorias que retrasen o inclusive que les impidan operar en los diferentes mercados, por lo que no basta con ser una fintech, también se requiere entender las complejas normas que varían de un país a otro, contar con experiencia en el sector y por qué no, crear alianzas estratégicas con expertos.

Hay bancos que actualmente enfocan sus esfuerzos en la transformación tecnológica, la cual se traduce en una experiencia de usuario mayoritariamente digital, esta tendencia puede dejarle al cliente una impresión equivocada de que su entidad está dando pasos para convertirse en un neobanco, por lo que es pertinente mencionar las características de un banco nativo digital, BBVA (2022) las resume de la siguiente manera:

- Todas las operaciones y transacciones se hacen 'online' y la apertura de productos es 100% digital sin necesidad de papeleo
- Bajos o nulos costos de mantenimiento. Los usuarios están prácticamente libres del pago de comisiones
- La ausencia de sucursales físicas les permite trasladar la eficiencia de costos al cliente en forma de tarifas y tasas de interés más bajas.
- Aplicaciones fáciles o intuitivas que operan a través de los móviles y que son el gancho para los nativos digitales
- Información financiera en tiempo real para los usuarios
- Ofrecen diferentes tipos de servicios: apertura de cuentas, tarjetas débito y crédito, transferencias internacionales y cambio de divisas, 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, etc.)

- El uso intensivo de tecnología les ayuda a operar de forma ágil y dinámica para identificar segmentos de población no atendidos o subatendidos por la banca tradicional, lo que les permite impactos positivos en inclusión financiera. (párr. 8)

Como toda idea innovadora los Neobancos surgen a partir de una necesidad o problema identificado, para el caso específico de la banca tradicional no es extraño escuchar de malas experiencias de los usuarios, y es ahí donde los Neobancos han encontrado la oportunidad de generar valor y solucionar una problemática a través de la tecnología, Bernal (2015) en su investigación afirma:

La percepción que tienen los colombianos de las entidades financieras es desfavorable. Las quejas por los servicios prestados son recurrentes, así como la inconformidad por las tarifas cobradas y las bajas tasas que dan por sus productos de inversión. Para estudiar el nivel de satisfacción de los consumidores financieros se deben tener varios aspectos que son determinantes al momento de recomendar o no una marca para el caso financiero los más relevantes son: productos, servicios, canales, facilidad para realizar las transacciones, agilidad en los procesos y en los tiempos de espera, pero especialmente el servicio ofrecido. (p.2)

A pesar de las percepciones de los clientes en las diferentes entidades financieras, la banca se ha esforzado por mejorar en muchos aspectos el servicio, involucrando productos y canales a disposición de los clientes, tales como aumento en el número de oficinas, aumento del número de cajeros automáticos, datafonos y corresponsales bancarios. Estas mejoras pretenden disminuir los tiempos de respuesta y facilitar el acceso a la banca, pero no es suficiente, el servicio que las personas transmiten es relevante a la hora de poder calificar muy positiva una experiencia en los clientes. Además, también se presenta una mayor oferta porque hay más personas bancarizadas. La mala imagen de los bancos no es un problema solamente de Colombia, si no de muchos países, la gente los ve mejor que en el mundo desarrollado y que en el resto de

América Latina. (...) aunque los costos de los servicios bancarios son una queja recurrente, cuando se pregunta a los clientes que se debería mejorar en los bancos, la mayoría de las respuestas dicen que ofrecer una buena atención al cliente, con personal amable y un servicio de calidad.

Estudiar el sector bancario colombiano, tiene una amplia posición ya que maneja un alto porcentaje de sensibilidad en cuanto a: promesa, servicio, atención y cumplimiento, factores fundamentales en la percepción de imagen y reputación de una marca. (p. 19)

De otro lado en una investigación relacionada con la posición dominante de las entidades financieras, Santacruz (2019) en una de sus conclusiones menciona:

Los inconvenientes que aquejan a los usuarios financieros son relativamente grandes y por el mal actuar de estas corporaciones, imponiéndose ante el cliente, se ha llevado a que varias personas, opten por mantenerse alejadas de estos servicios, precisamente, por el no debido y correspondiente comportamiento que deberían tener estas compañías. (p. 51)

Adicionalmente a las quejas y preocupaciones actuales de los usuarios de la banca tradicional vale la pena hacer una proyección de las tendencias de acuerdo con la percepción; un estudio concluyó y a través de la revista LatinPyme publicó que “hay una propensión del 67% a dejar la banca tradicional para operar bajo el modelo de un banco 100% digital, 25% de los encuestados manifestaron indecisión y tan solo el 8% mencionaron que no estaría dispuesto a dejar su entidad actual”. (LatinPyme, 2021)

Todo lo anterior deja al descubierto que a partir de esta inconformidad se generó un alto porcentaje de población no bancarizada y retos importantes para la banca tradicional que se desenvolvía en un mercado donde los usuarios incluso sentían poca confianza al hacer uso de los servicios y productos. Se considera importante remitirse a un artículo publicado por un diario

especializado en temas de información y noticias de economía y negocios, PORTAFOLIO (2008) donde se mostraba la situación de los bancos para la época:

Durante el primer semestre del año, los colombianos redujeron su nivel de satisfacción frente a los bancos, el cual es medido por un índice que va de 0 a 100 y que pasó de 77 al cierre del 2007 a 72 en junio pasado. Esta cifra la calculó la firma Costumer Value Index (CVI), que desde el 2006 usa una metodología ideada por la Universidad de Michigan (E.U.) para evaluar a los establecimientos de crédito y su relación con los clientes.

La caída en el indicador es explicada por varios factores como el crecimiento de la morosidad, que hace que la gente se sienta más incómoda con las entidades, el incremento de las tasas de interés, lo que da la sensación de tener que pagar más por lo mismo, y las tarifas de los servicios financieros, que por su recurrencia han creado la idea de que los bancos cobran por todo. Juan Pablo Granada, presidente de CVI, explica que en la menor satisfacción han influido prácticas como la compra de cartera o el ofrecimiento de nuevos productos, en las que se les hacen promesas a los futuros clientes y luego no se les cumple, por ejemplo, como que no van a cobrar cuota de manejo o que van a pagar una determinada tasa de interés, pero que en realidad no aplica sino para el primer año en que se tenga la tarjeta ni para todos los montos por los que se abra un instrumento de ahorro. (parr. 1 y 2)

La información anterior contextualiza la situación y los retos que ya se venían vislumbrando desde hace algunos años dentro del sector bancario relacionados con la imagen y la satisfacción de sus usuarios, lo cual ponía en evidencia que se requerían importantes cambios en sus estrategias, forma de operación, disponibilidad de sus servicios y valores agregados si se quería sobrevivir en un mercado donde el cliente puede escoger no tener relación con sus servicios y optar por el manejo de efectivo y acudir a fuentes de financiación no formales.

Con el objetivo de realizar una comparación de la evolución del nivel de satisfacción de los usuarios frente a los servicios de la banca tradicional, se toma un informe más reciente publicado por un diario económico Revista Semana (2020), donde se afirma:

La firma Consumer Index Value reveló su más reciente informe de satisfacción y cercanía emocional de los clientes con el sistema financiero para el 2019 en Colombia, donde se destaca una fuerte caída en la percepción que tienen los ciudadanos colombianos sobre la banca tradicional. (parr. 1)

Según el estudio, realizado en las principales cinco ciudades del país y con una muestra total de 3.315 entrevistas presenciales, se evidencian tres variables que explican el impacto y fuerte caída del índice ACSI de satisfacción y experiencia de los clientes financieros durante 2019.

El primero de ellos tiene que ver con los canales de atención digital. Granada explicó que más de 50% de los consumidores financieros hace operaciones a través de la web y especialmente con las aplicaciones móviles que con gran rapidez son adoptadas por los clientes. Sin embargo, aunque la experiencia del cliente en estos canales sigue siendo mejor calificada que la de los otros, todas las calificaciones bajan “ya que el apoyo que los clientes esperan no se está dando por ningún canal por ser más relacional que transaccional” (parr. 7)

En segundo lugar, está el valor percibido por los clientes. El experto asegura que la alta diferencia entre las tasas de crédito normales de las tarjetas de crédito y los créditos rotativos o de libre inversión con las ofertas para la compra de cartera, ha generado que los clientes busquen alternativas en diferentes entidades que brinden mejores condiciones para renegociar sus deudas. (parr. 10)

Y, finalmente, está la variable de quejas y reclamos. Según el análisis de Consumer Index Value, el menor apoyo de los bancos y la pérdida de valor percibido por los clientes no solo afectan la satisfacción, sino que generan un importante incremento en los niveles de

quejas y reclamos. También se ha visto una caída en el manejo de las quejas que tiene la peor calificación de los últimos 6 años (50 sobre 100). (parr. 12)

La investigación mencionada hasta este punto está relacionada con el nivel de insatisfacción de los consumidores financieros en Colombia, ahora bien, ¿Cómo esta problemática se conecta con los Neobancos? Resulta que las Fintech han encontrado una oportunidad en un servicio que presenta deficiencias y que podría mejorar significativamente a través de los diferentes desarrollos tecnológicos, la Cámara de comercio de Bogotá (2019) en un artículo sobre la población no bancarizada en Colombia y las fintech, afirma:

(...) las herramientas y recursos novedosos que proveen las empresas fintech permiten ampliar la prestación de servicios financieros a más colombianos en distintas zonas del país, propiciando que servicios de ahorro, crédito, pagos, seguros e inversión, por citar solo algunos, se presten de formas más eficientes y cercanas al consumidor, contribuyendo así a la inclusión financiera. Fintech es la prestación de algún servicio financiero que normalmente tiene alguna oferta deficitaria en la sociedad, bien sea porque no se ha logrado la cobertura necesaria o porque no se conoce el producto. El sistema financiero tradicional tiene muchas críticas, algunas relacionadas con el servicio, con los cobros o con la agilidad para hacer transacciones, estos problemas son los que esperan solucionar las empresas de tecnología financiera.

Las fintech buscan consolidarse entre la sociedad integrando a esas personas que no han tenido un acercamiento formal con las entidades financieras. Siendo una solución sin importar el lugar donde se encuentre el usuario, pues la tecnología es su gran herramienta de desarrollo. (parr. 3)

Si se indaga en datos recientes, puede encontrarse por ejemplo que en el primer trimestre de 2021 la población no bancarizada cayó 8% debido al aumento de aplicaciones financieras esto considerando que durante la pandemia las herramientas digitales en Latinoamérica aumentaron un 80% (diario La República, 2021). Lo anterior demuestra que en efecto las

soluciones financieras tecnológicas están impactando de forma significativa la región y que la población ha venido aceptando positivamente dicha transformación.

El diario Universal de Colombia en uno de sus artículos ha mencionado un informe publicado por BPC Banking Technologies, multinacional dedicada a ofrecer soluciones de pago en más de 100 países:

Con el apoyo de los gobiernos y la adopción de políticas regulatorias, combinado con un aumento en la competencia, los bancos digitales tienen una oportunidad estratégica para lograr una oferta sostenible, con gran impacto en la calidad de vida de las personas. La población bancarizada de América Latina creció un 24% en 2020; sin embargo, aún hay más de 200 millones de personas que no lo están. La región es uno de los mercados globales con mayor penetración de internet, que aumentó el último año a casi el 72%, en comparación con el 60% del promedio mundial, además se estima que el 70% de su población tiene acceso a un Smartphone. (El Universal, 2021, par. 2 y 3)

En esta misma publicación también se mencionan cuatro oportunidades que según BPC Banking Technologies, los Neobancos deben aprovechar a partir de las características propias de América Latina. El Universal (2021):

Atender a la población no bancarizada: Existe una gran oportunidad para ofrecer soluciones enfocadas en los segmentos de la población con menos acceso a los servicios financieros tradicionales. Para aplicarlos adecuadamente se necesita evaluar el estado actual del mercado y las necesidades que tienen los diferentes microsegmentos. “Los elevados costos en el manejo de las cuentas bancarias, la escasa presencia de sucursales físicas, especialmente en las áreas rurales y las limitantes y riesgos que trae el uso del dinero efectivo son una gran debilidad. La creación de soluciones que atiendan estas deficiencias permitirá a la banca digital una efectiva aceptación” (...)

Empoderar a los trabajadores migrantes: Históricamente los latinoamericanos han enfrentado dificultades para encontrar servicios transfronterizos asequibles y el creciente

nivel de una migración regional fomenta el uso de nuevas tecnologías financieras para atenderlos. “Un modelo que disminuya los costos de envíos de las remesas y que incluya en su oferta soluciones de tarjetas de débito prepago y diferentes vehículos transaccionales, serán una oportunidad con gran demanda (...)

Acoger a los compradores internacionales: La creciente oferta en el comercio electrónico y la coyuntura vivida en el último año, motivó a que los consumidores adquirieran sus marcas y productos favoritos. La incorporación de servicios que aumenten la exposición de los comerciantes en mercados extranjeros, y la posibilidad de ofrecer servicios que reduzcan los costos de las transferencias transfronterizas, a través de cuentas mult divisas combinadas con tasas de cambio más bajas, constituyen una gran oportunidad para la implementación de servicios para la banca digital.

Activación de las Pymes: El espíritu emprendedor en América Latina requiere de una oferta de financiamiento que se ajuste a estas características, donde el problema recurrente es la falta de confianza entre los comercios y la banca convencional. En muchos casos su oferta está sujeta a una alta tasa de interés y los lentos tiempos de respuesta para su desembolso, al igual que a la poca transparencia en las condiciones que conllevan este tipo de préstamos. (parr. 5)

Lo anterior es bastante relevante si se tiene en cuenta que, aunque los Neobancos han logrado ganar una posición importante frente a la banca tradicional, dada las condiciones bastante mejoradas de accesibilidad y practicidad, entre otras, que han hecho que los usuarios consideren usar y migrar a sus servicios, aún tienen nichos de mercado y tipos de usuarios que conquistar.

A diferencia de lo que se podría pensar respecto a que los Neobancos son soluciones basadas en Fintech y que por ende se podría asociar que las personas jóvenes dada su condición de haber nacido en una era dominada en su mayor parte por la tecnología, serían clientes

naturales de este tipo de servicios, pero se encuentra que no necesariamente es así, ya que no son la primera opción de los consumidores jóvenes. (Castellanos, 2022, par.1)

En esta misma publicación también se menciona que los Neobancos aún tienen un camino extenso por recorrer, según los resultados de un estudio sobre el estado de la banca para adultos jóvenes realizado en México, Colombia, Perú, Chile, Brasil y Argentina, dirigido a jóvenes millenials (entre 25 y 35 años) y la generación Z (entre 18 y 24 años) donde sus resultados concluyeron. "... un 77% del total de los participantes indicó que utiliza un banco tradicional, mientras que el 28% manifestó que utiliza un Neobanco y el 18% dijo que ambos". (Castellanos, 2022, par.3)

Enfocando el resultado del estudio sobre la posición que tienen en Colombia, se encuentra que "... entre los consultados el 87% se inclina por un banco tradicional y un 13% prefiere un Neobanco". (Castellanos, 2022, par.3)

En este estudio, también se indago sobre la satisfacción de los usuarios con el sector bancario tradicional y los neobancos, y mostro que el 77% de los usuarios se encuentran entre satisfechos y muy satisfechos a nivel Latinoamérica. (Castellanos, 2022, par.9)

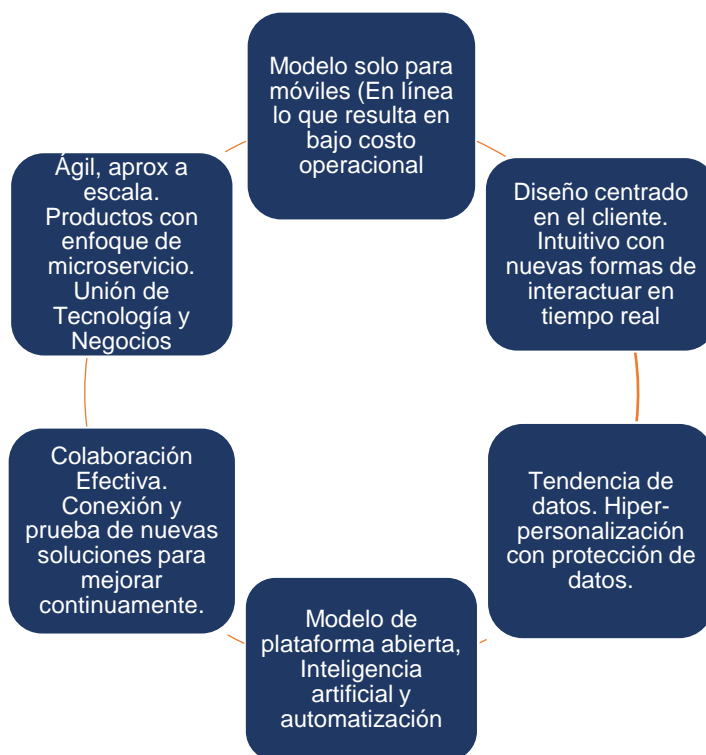
Respecto a qué condición podría influir para que decidan cambiarse de un banco a otro, se destacan "mejores beneficios y precios, mejores servicios al cliente y herramientas digitales, y mejores productos y servicios". (Castellanos, 2022, par.10)

Modelo de negocio de los neobancos: Como se mencionó anteriormente, esta nueva solución ha permitido crear un nuevo ecosistema licencias y canales donde los neobancos ofrecen productos a través de otro banco incumbente, su sistema de operación no se hereda sino que es propio y se apalancan con el uso de la nube, así como canales y back office independientes; su modelo se impulsa por los datos para brindar servicios especializados a nichos específicos, lo cual permite especializarse en ofrecer una buena experiencia a los usuarios.

En la figura 1 se muestra de manera resumida las características del modelo de negocio de los Neobancos que han permitido tener un mercado mucho más diverso, también nuevas alianzas se han consolidado, así como una velocidad de crecimiento importante generando múltiples beneficios en todos los entornos.

Figura 1

Características del modelo de negocio del Neobanco



Fuente: Adaptado de Banca & Economía (ASOBANCARIA, 2021)

En resumen los neobancos están en pleno auge y son una opción bastante viable para los adultos jóvenes si se tienen en cuenta los factores que pueden influir para que decidan cambiar de la banca tradicional a una digital, de hecho la Federación Latinoamericana de Bancos (Felaban) advierte en particular sobre un jugador que está ganando terreno rápidamente y al que hay que prestarle atención: los neobancos, que prestan servicios bancarios 100% digitales, algunos relacionados con entidades tradicionales reguladas y otros que son totalmente nuevos. (Felaban, 2019, citados por Portafolio 2019, parr. 3).

Para dar una idea, el mayor neobanco de la región es un 'unicornio' brasileño (Nubank) y en Colombia opera Nequi, perteneciente a Bancolombia.

Este nuevo tipo de entidad bancaria representa el punto de quiebre entre el modelo tradicional de prestación de servicios y la creación de nuevas personerías jurídicas que encaren nuevos retos para la prestación de servicios financieros", dice Felaban. Señala que si bien esos agentes aún tienen poca participación en el mercado, la realidad es que tienen características que dan para pensar que tendrán un rol más relevante. Algunas de ellas son los bajos costos transaccionales, la ausencia de sucursales físicas (que les da eficiencia en costos), una operación totalmente digital que es bien ponderada por los consumidores por la facilidad de tomar los productos desde el celular, y su potencial para llegar a usuarios poco o nada atendidos por la banca formal.

Sin embargo, la Federación advierte que hay inquietudes sobre la operación de los neobancos.

Entre ellas, menciona el hecho de que, al no ser entidades bancarias formales, no cuentan con seguros de depósito ni tienen supervisión formal, lo que genera inquietudes frente a la seguridad de los recursos y a la protección de datos personales.

De cara al usuario, plantea la poca diversidad en la oferta de servicios y en la falta de canales presenciales, que siguen siendo importantes para algunos clientes.

Considera además que "debido a la naturaleza de sus operaciones, la escalabilidad de su modelo de negocio, su crecimiento repentino y sostenido, y su creciente incidencia en la estabilidad financiera, se esperaría que dichas entidades sean sujetas a la inspección, vigilancia y control del supervisor financiero de los países en los cuales operan".

De todas maneras, Felaban confía en que, al igual que está ocurriendo con las "Fintech" (emprendimientos que basados en tecnología prestan servicios financieros),

podrían darse asociaciones estratégicas entre los neobancos y los bancos tradicionales “que generen un efecto multiplicador positivo sobre la competencia en el sector”.

Justamente “los esfuerzos de transformación digital de algunos bancos se han materializado en la apertura de neobancos paralelos a su actividad de negocio principal”.

Por todo esto, la banca no puede permanecer indiferente y más en momentos en que los consumidores tienen alta disposición a cambiar.

Felaban menciona una encuesta de cg42, que concluye que si los 10 mayores bancos de EE. UU. no reaccionan a esa nueva competencia, podrían perder hasta el 11% de los clientes en un año. (Felaban, 2019, citados por Portafolio 2019, parr. 8).

Como se muestra en la figura 2, el diario La República realizó un sondeo con las entidades que han liderado el boom de los neobancos en los últimos años, encontrando que Nequi, Daviplata, Lulo Bank, Nu y Ualá superarían los 80 millones de usuarios en la región este año.

Figura 2

Datos más relevantes de los principales Neobancos que operan en Colombia



Por un lado está Nequi que, después de que la Superintendencia Financiera de Colombia (SFC) autorizara su separación de Bancolombia, busca aumentar el número de

usuarios de 10 a 15 millones en 2022. De acuerdo con el CEO de la marca, Cipriano López, este año la meta es ayudar a las personas a resolver su día a día con las funcionalidades en manejo del dinero, servicios de pago y préstamos.

Mientras tanto, Daviplata, que estima incursionar en Honduras para 2022, pasará de 14 a 16 millones de clientes, tras tener más de 100 millones de transacciones mensuales. “Nuestra tienda virtual ampliará la oferta de bienes y servicios más allá de los financieros, llegaremos a más de un millón de tiendas de barrio y emprendedores conectados en nuestra plataforma”, dijo Margarita Henao, CEO de la plataforma.

Henao, quien también se ha enfocado en impulsar el sector tecnológico y financiero del país, ha expresado que en Colombia no solo se debe apostar por promover el Open Banking, es decir, la información que comparten los bancos, sino también el open finance, que es extender y aplicar el cruce de datos a todos los servicios financieros.

"También hemos apoyado al Gobierno Nacional y local en la entrega de 80% de subsidios, beneficiando a más de cinco millones de personas. En 2021, DaviPlata llegó a más de tres millones de beneficiarios en los diferentes programas. En Jóvenes en Acción; más de 1,1 millones de pagos en 493 municipios en los 33 departamentos del país y con Familias en Acción a más de 6,1 millones pagos en 781 municipios", puntualizó.

Otra de las compañías más grandes de la región es Nu, que con sus operaciones en México, Brasil, Argentina y Colombia, ya completa 48 millones de usuarios. Uno de los grandes hitos que ha impulsado a este neobanco, liderado en el país por Catalina Bretón, fue el toque de la campana que anunció su entrada a Wall Street, recaudando US\$2.600 millones en una Oferta Pública Inicial (OPI) estadounidense. “En Nu creamos nuestras herramientas tecnológicas para liberar a más y más colombianos de la complejidad financiera y mejorar su calidad de vida”, anotó Bretón.

Recientemente, el unicornio argentino Ualá anunció una inversión de US\$80 millones para entrar al mercado colombiano, con el fin de ofrecer servicios financieros

100% digitales y transparentes. Con su presencia en México, ya suma 4,5 millones de usuarios, y ha sido respaldado por inversionistas como Goldman Sachs y Softbank Group Corp.

Por su parte, Lulo Bank, propiedad de Gillex Holdings de la familia Gilinski, se unió a la era de los neobancos en julio de 2021, y desde este mes comenzará a activar a los 220.000 colombianos que se inscribieron en su lista de espera; mientras promueven la llegada de más clientes.

“Tenemos grandes metas de crecimiento este año. Lanzamos la ‘Lulo cuenta’ y el ‘Lulo crédito’ (libre inversión), enfocados en cambiar la experiencia actual de los usuarios. La estrategia se basa en tener productos dinámicos, que evolucionen y respondan a las necesidades de quienes nos usan”, aseguró Santiago Covelli, CEO de Lulo Bank.

Regulación en Colombia para estas entidades con servicios digitales: Aunque el término ‘neobanco’ no está reglamentado en el país, el Congreso aprobó en 2019, un fast track de licencias condicionadas para las empresas que ofrezcan servicios financieros digitales. Estas entidades pueden obtener un certificado de operación temporal, con unos capitales y requerimientos mínimos. De esta manera pueden comenzar a operar rápidamente con la licencia emitida por la Superintendencia Financiera. (Diario La República, 2022)

5. Metodología

5.1. Enfoque, alcance y diseño de la investigación

Para conseguir el objetivo propuesto, el presente proyecto tendrá un enfoque mixto donde se combina el análisis cuantitativo de las respuestas obtenidas a partir de la aplicación de una encuesta y cualitativo basado no solo en las referencias de la literatura existente sino también con la descripción cualitativa a partir de los datos de la encuesta. Es importante resaltar también que el diseño es experimental ya que los autores de este proyecto buscan

información de fuentes primarias a través de la encuesta que se ejecutará de manera aleatoria con una muestra suficiente para generar resultados aterrizados y acordes a la realidad.

FASE I: Revisión del estado actual del sector bancario en Colombia

En primer lugar, se lleva a cabo una revisión inicial del estado actual de sector bancario en Colombia, a través de la búsqueda de información en diferentes fuentes con el fin de obtener la información de entrada sobre la cual se desarrolla y compararán las nuevas tendencias del sector, incluyendo cómo funciona el modelo de negocio de las entidades que ofrecen servicios de intermediación bancaria digital (neobanco) así como las preferencias de los consumidores para generar respuesta al planteamiento de la pregunta problema.

A continuación, se describirán brevemente las etapas que va a contemplar la revisión del estado actual del sector y demás fases para el desarrollo de este proyecto:

✓ Preparación:

En la preparación se debe determinar el alcance, los objetivos, fuentes de información fundamentales para la revisión, determinación de variables a investigar y el tipo de información que se desea obtener.

✓ Toma de datos:

La toma de los datos necesarios para esta revisión va a contemplar dos fuentes de información fundamentales que son; la consulta de información documentada y/o teórica como fuentes secundarias y aplicación de entrevistas a la muestra determinada como fuente de información primaria.

✓ Procesamiento de datos:

En el procesamiento de los datos se reunirán, procesarán y analizarán los datos obtenidos y recopilados descritos anteriormente, mediante la elaboración de tabulaciones y gráficas para generar los análisis correspondientes que permitan identificar patrones, tendencias, factores importantes a considerar.

FASE II: Evaluación de la revisión e informe de resultados

Al final se evaluarán los resultados del análisis ejecutado en la fase anterior y se procederá a definir los principales hallazgos que surgen de las fuentes de información. Como se mencionó anteriormente, el enfoque de este proyecto es mixto puesto que contiene variables cuantitativas y a partir de estas, se realizan análisis de carácter cualitativo para responder a la pregunta planteada en el problema.

FASE III: Generación de conclusiones:

Con los resultados obtenidos y los principales hallazgos se realizará la construcción de las principales conclusiones, estas conclusiones están relacionadas con las variables descritas posteriormente y su principal objetivo es cómo funciona y en que se basa el modelo de negocio de los neobancos, cuáles son las razones que hacen que las personas en Colombia estén eligiendo los neobancos para satisfacer sus necesidades financieras y por último como las nuevas preferencias afectan a la banca tradicional.

5.2. Definición de Variables

En la tabla 1 se han definido conceptual y operacionalmente los atributos clave que se mediarán.

Tabla 1

Definición conceptual y operacional de variables

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional
Edad	Tiempo que ha vivido una persona. Cada uno de los períodos en que se considera dividida la vida humana.	El rango de edad será obtenido mediante una pregunta cerrada que se

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional
		encuentra dentro del cuestionario o instrumento de recolección de información.
Estrato socioeconómico	La estratificación social es la forma en la que, en la mayoría de los países del mundo, clasifican a los hogares a través de diferentes criterios que no dependen de los ingresos que tenga una persona o familia, sino que se basan en las condiciones de la vivienda en la que dicho grupo de personas habita y el entorno o zona en la que esta se encuentra.	El estrato socioeconómico será obtenido mediante una pregunta cerrada que se encuentra dentro del cuestionario o instrumento de recolección de información. La unidad de medida será estrato 1, 2, 3, 4 o más.
Nivel educativo	El nivel educativo de una persona está determinado por una serie ordenada de programas educativos agrupados en relación con una gradación de las experiencias de aprendizaje, conocimiento, habilidades y competencias que imparte cada uno de estos programas.	El nivel educativo será obtenido mediante una pregunta cerrada que se encuentra dentro del cuestionario o instrumento de recolección de información. Las respuestas serán agrupadas en: primaria o ninguno, bachillerato, pregrado. Postgrado.
Relación de los consumidores con los Neobancos	<p>Consumidores: Persona que adquiere productos o utiliza ciertos servicios.</p> <p>Neobancos: Constituyen una nueva generación de entidades financieras que ofrecen servicios de intermediación bancaria de manera 100% digital, operan en un ambiente tecnológico y no necesitan de sucursales físicas para funcionar.</p> <p>Relación: Conexión, correspondencia de algo con otra cosa.</p>	Esta variable será analizada mediante la aplicación de un cuestionario de preguntas cerradas que tienen por objetivo conocer las preferencias de consumo y percepción en relación con los Neobancos, de las personas encuestadas.
Optar por un Neobanco o un banco tradicional	<p>Escoger algo entre varias cosas.</p> <p>Banco: Empresa dedicada a realizar operaciones financieras con el dinero procedente de sus</p>	Esta variable será analizada mediante la aplicación de un cuestionario de preguntas cerradas que tienen por objetivo conocer las

Variable	Definición Conceptual	Definición Operacional
	accionistas y de los depósitos de sus clientes.	preferencias de consumo y percepción en relación con los Neobancos, de las personas encuetadas.
Uso del dinero en efectivo	Efectivo es el dinero (monedas o billetes de banco) que se encuentran en libre circulación entre la población general y se utilizan en el comercio de bienes y servicios.	Esta variable será analizada mediante la aplicación de un cuestionario de preguntas cerradas que tienen por objetivo conocer las preferencias de consumo y percepción en relación con los Neobancos, de las personas encuetadas.

5.3. Población y Muestra

Para atender el objeto de investigación y tener una idea de la percepción y el impacto de los Neobancos en los consumidores financieros y la banca tradicional en Colombia, se tiene como referente la población en Colombia, con un estimado de 34 millones de personas que corresponden al 72% que son mayores a los 18 años de edad la cual conoce o hace uso de los servicios bancarios. Dada la magnitud de la población y teniendo en cuenta que acudiendo a métodos estadísticos resultaría imposible llegar con este estudio al total de población, el grupo de investigación ha decidido que se aplicará una encuesta por el método de muestreo probabilístico a 100 personas, que pueden darnos una respuesta sobre el objeto de la investigación. Las características de la muestra son personas de estrato socioeconómico 1, 2, 3, 4 y/o más, mayores de edad, dado que se considera que ya cuentan con la edad suficiente y las condiciones para acceder a los servicios que ofrecen los Neobancos, tienen alguna relación o el conocimiento sobre el sector bancario y/o tienen experiencia con la banca tradicional.

5.4. Selección de métodos o instrumentos para recolección de información

Con el propósito de abordar la pregunta de investigación y alcanzar los objetivos previamente enunciados, se ha seleccionado la Encuesta como técnica de recolección de

datos. Para obtener información relevante que permita medir las diferentes variables, se usará como instrumento o medio de recolección de datos el cuestionario planteado en el anexo número 1 del presente documento, el cual se compone de preguntas cerradas alineadas con los objetivos.

Para analizar los datos recolectados y con el propósito de generar resultados y hallazgos, se utilizarán como técnica el análisis descriptivo en el cual se pretende organizar la información obtenida para posteriormente entender que ha pasado, cuáles son las tendencias clave y mostrar y describir los resultados en función de las variables planteadas. Con esta técnica se podrá extraer información relevante sobre la muestra estudiada lo cual conducirá a responder la pregunta de investigación.

6. Análisis y discusión de resultados

6.1. Análisis descriptivo

Caracterización de la muestra: El total de la muestra corresponde a 104 personas que han respondido el cuestionario planteado en el anexo 1. En la figura 3 se muestra que 51 personas (49%) son mujeres y 53 personas (51%) son hombres; y en la figura 4 se puede ver que la mayoría de ellos (44%) se encuentran en un rango de edad entre los 26 y 35 años, seguido del rango de los 36 y 50 años (29%), 18 y 25 años (17%), y más de 50 (10%).

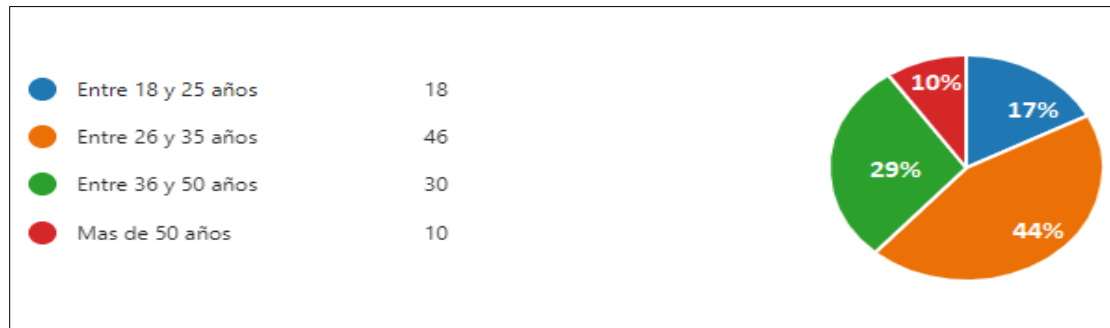
Figura 3

Genero de las personas encuestadas



Figura 4

Edad de las personas encuestadas



La figura 5 muestra que el 50% de las personas pertenecen al estrato 3, el 32% al estrato 2, el 16% al estrato 4 o más, y solo el 2% al estrato 1. Por otro lado, en la figura 6 se encuentra que la mayor parte de la muestra (48%) ha alcanzado el nivel educativo de pregrado, seguido de posgrado con un 29%, bachiller 22% y primaria 1%.

Figura 5

Estrato socioeconómico de las personas encuestadas

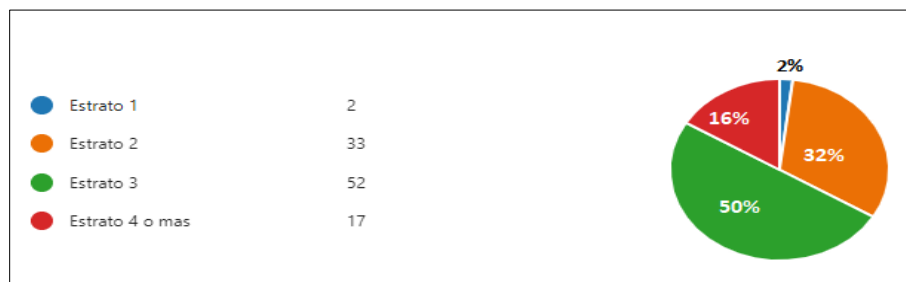
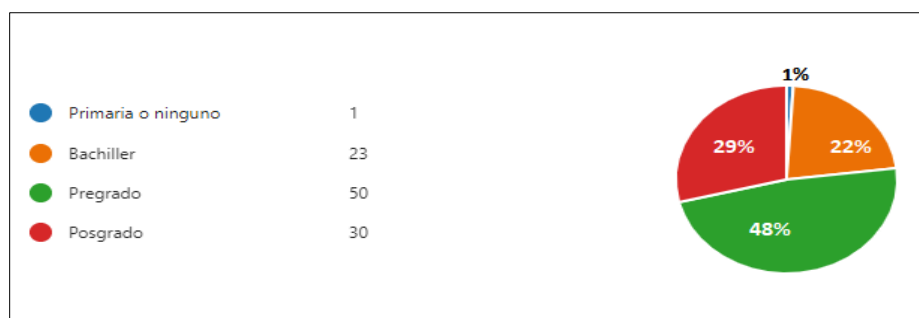


Figura 6

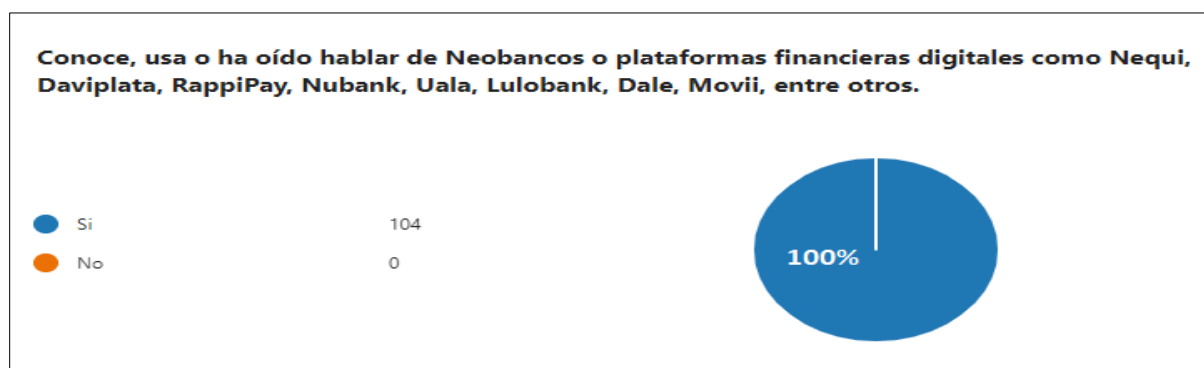
Nivel educativo de las personas encuestadas



Con el propósito de establecer si los encuestados conocían el término neobanco, se realizó la pregunta de la figura 7 encontrando que el 100% conoce, usa o ha oído hablar de este tipo de plataformas financieras digitales.

Figura 7

Conocimiento del término Neobanco por parte de los encuestados



En la tabla 2 se ha organizado en orden descendente los principales usos que las personas le dan a los Neobancos. La respuesta que más se repitió fue: “Eventualmente enviar o recibir dinero”.

Tabla 2

Usos que las personas encuestas le dan a los Neobancos

Eventualmente enviar o recibir dinero	26%
Compras por internet	17%
Retirar dinero en cajero automático o corresponsal	15%
Pagar servicios públicos	14%
Ahorrar	8%
Recibir pagos de sus clientes	8%
Recibir pago de nomina	4%
No hago uso de los servicios que prestan los Neobancos	4%
Recibir subsidios del gobierno	1%
Pagar nomina	1%

Como se evidencia en la figura 8, el 94% de la muestra posee una cuenta de ahorros o corriente en un banco tradicional, de ellos el 70% ha manifestado disminuir la cantidad de

transacciones que realiza en el banco tradicional, reemplazándolas por los servicios ofrecidos por los Neobancos (figura 9).

Figura 8

Encuestados que tienen cuenta en un banco tradicional

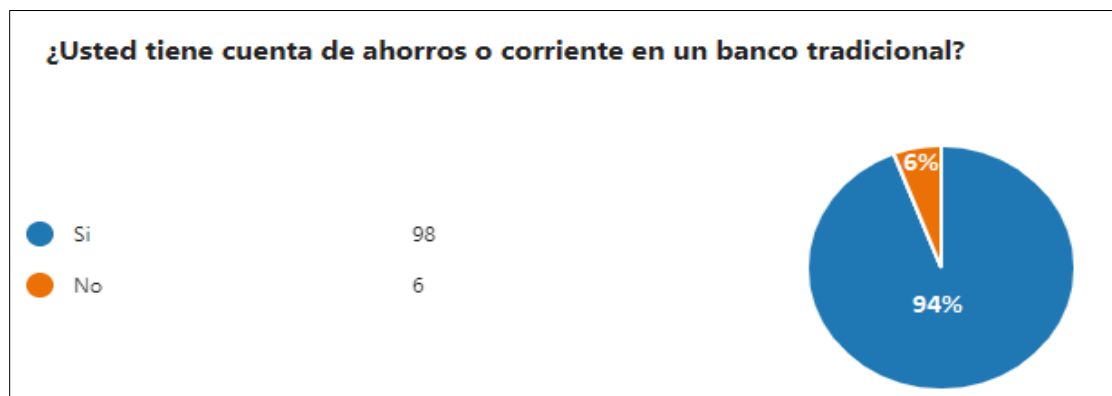
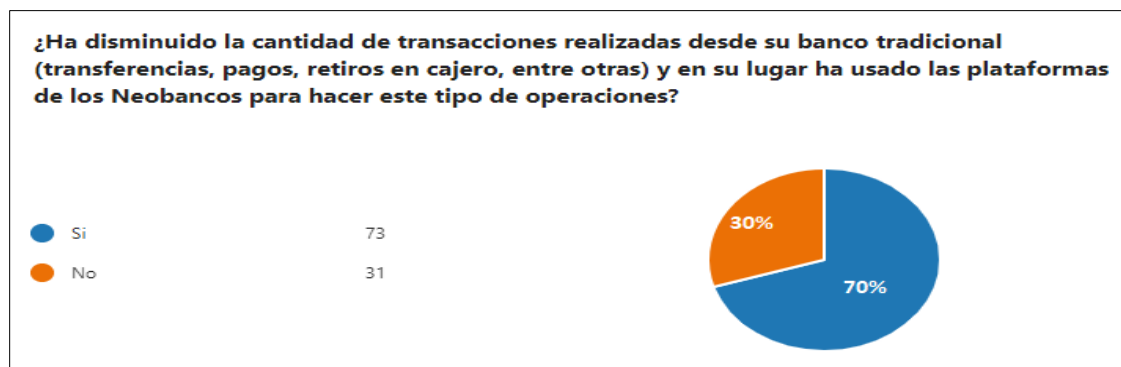


Figura 9

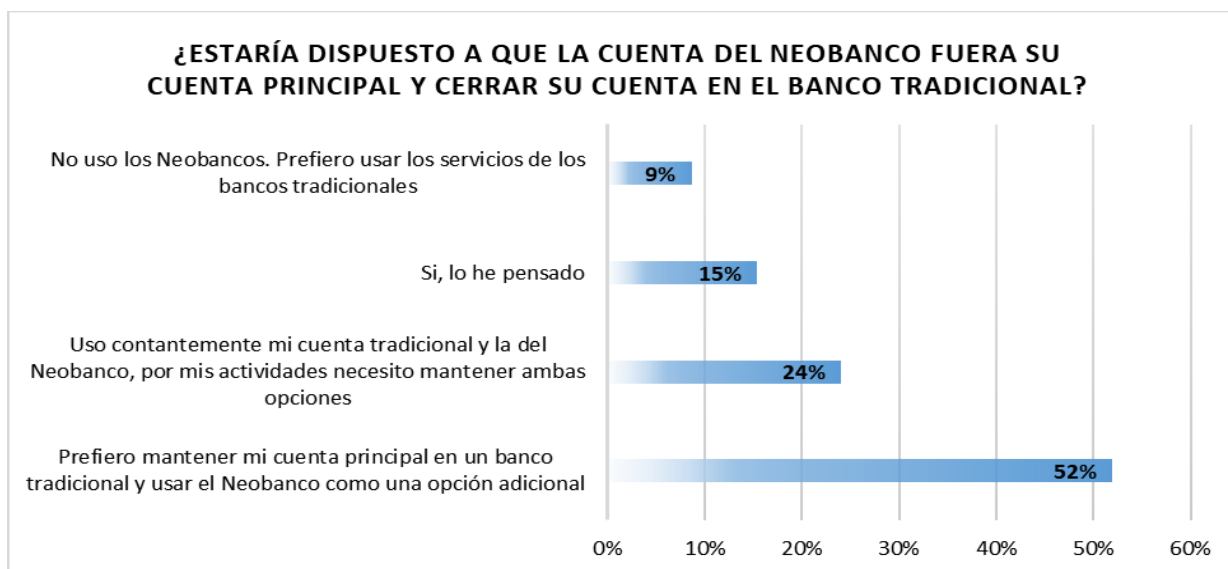
Disminución de transaccionalidad en bancos tradicionales como consecuencia de los Neobancos



Se preguntó si estarían dispuestos a cerrar la cuenta del banco tradicional y convertir la cuenta del Neobanco en la cuenta principal. El 52% de las personas dijo que prefería mantener su cuenta principal y en paralelo usar el Neobanco como una alternativa, el 24% manifestó que por sus actividades debe continuar usando ambas alternativas, el 15% indica estar dispuesto a tener su única cuenta en un Neobanco y solo el 9% dice preferir usar únicamente los servicios de los bancos tradicionales. El detalle se muestra en la figura 10.

Figura 10

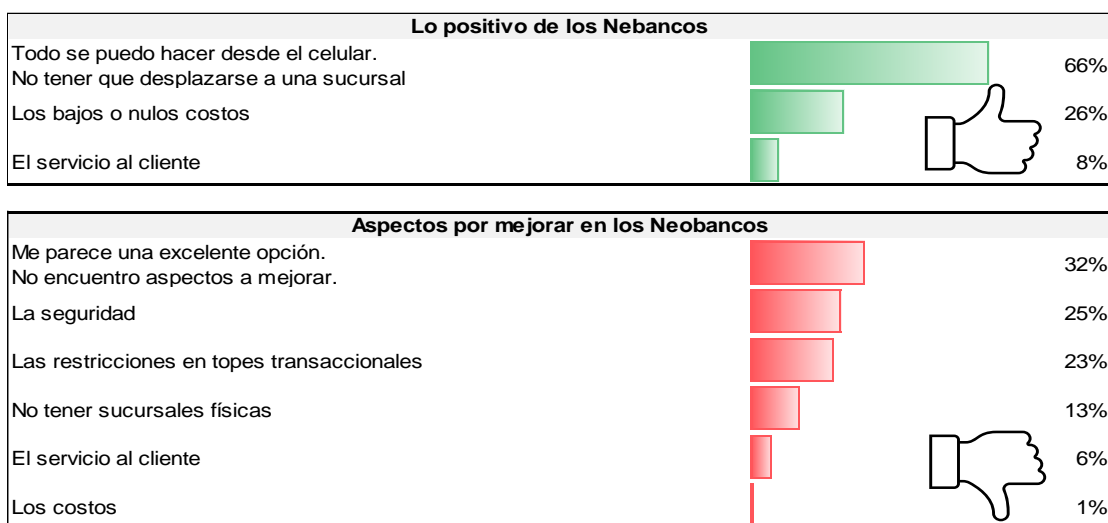
Intención de convertir la cuenta del neobanco en la cuenta transaccional principal



En la tabla 3 se ha plasmado la percepción de los encuestados respecto a los aspectos positivos y negativos de los Neobancos, llama la atención que 66% indicó que lo que más le gusta es que todo lo puede hacer desde el celular sin necesidad de desplazarse a una sucursal física, y por otro lado en la pregunta de temas a mejorar el 32% dijo que los Neobancos eran una excelente opción y no encontraban aspectos por mejorar.

Tabla 3

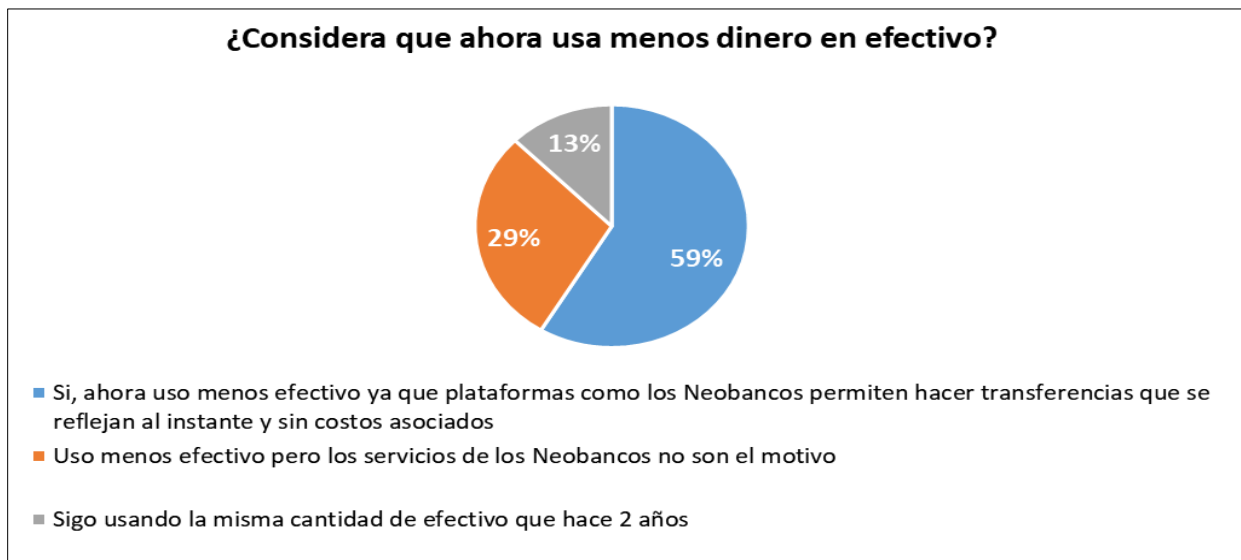
Aspectos positivos y negativos de los neobancos



El 59% de las personas dice que ahora usa menos efectivo y encuentra que este cambio está relacionado con la llegada de los Neobancos. En la figura 11 se muestra la distribución de la respuesta a la pregunta sobre la disminución del uso de dinero en efectivo.

Figura 11

Disminución uso del efectivo y la posible relación con los Neobancos



En la figura 12 se muestra que el 59% de los encuestados consideran que los bancos tradicionales están haciendo esfuerzos de desarrollo tecnológico equiparables con los de los Neobancos.

Figura 12

Percepción del desarrollo tecnológico en los bancos tradicionales

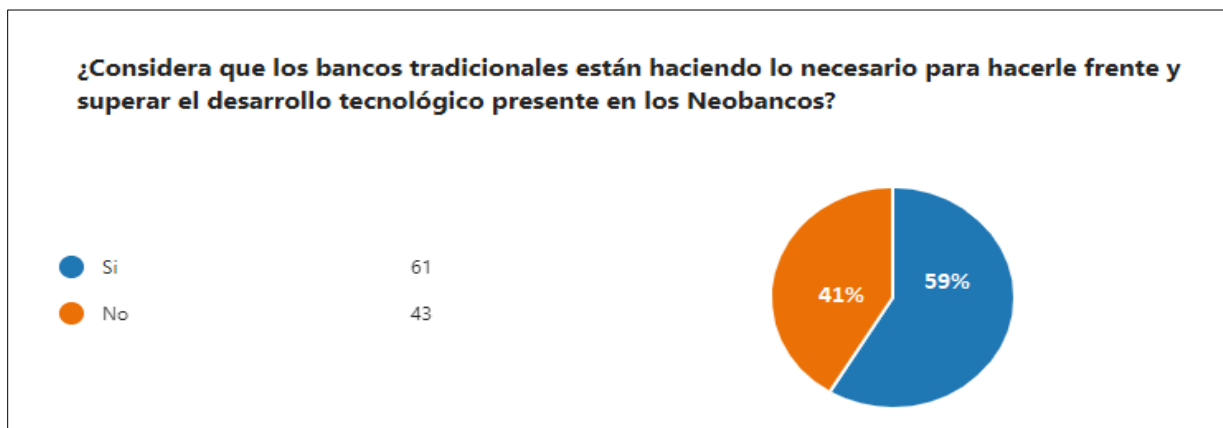
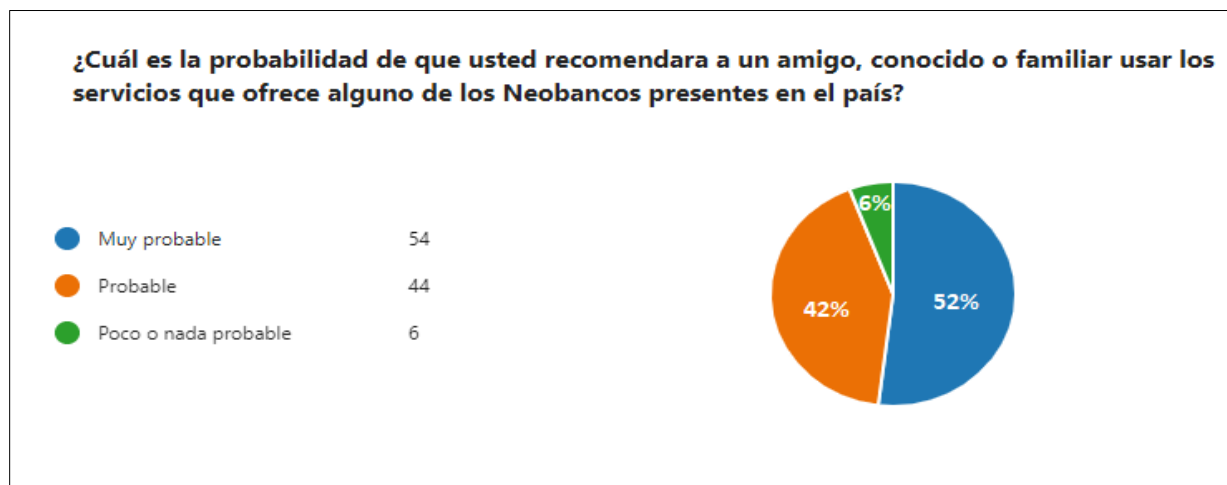


Figura 13: El 94% de los encuestados cree muy probable o probable recomendar los Neobancos a otras personas.

Figura 13

Probabilidad de recomendar los Neobancos a otras personas



Se le ha solicitado a los encuestados elegir la afirmación con la que más se identificaran, el resultado se muestra en la tabla 4.

Tabla 4

Relación de las personas con los Neobancos y bancos tradicionales

Siempre procuro buscar bancos que ofrezcan cuentas con pocos o ningún costo. Siento que un Neobanco no me brinda el respaldo necesario para considerar tener allí mi cuenta principal, sin embargo, es una opción útil para ciertas ocasiones.	44%
No me gustan los costos asociados a las cuentas, pero debo asumirlos ya que mi actividad laboral o comercial me obligan	27%
Me gusta poder manejar el dinero desde el celular, ver toda la actividad al instante y no tener que ir a una sucursal o llamar a un call center para realizar trámites. No me hace falta tener una cuenta en un banco tradicional.	22%
Estoy dispuesto a pagar cuotas de manejo y algunos costos por transacciones a cambio de tener mi dinero en un banco reconocido y con gran cobertura nacional	7%

6.2. Discusión de resultados

El instrumento de recolección de información (cuestionario) fue aplicado a una muestra de 104 personas distribuidas equitativamente entre género femenino y masculino, residentes en la ciudad de Bogotá, en su mayoría pertenecientes a estrato socioeconómico 2 y 3. El 44% de la muestra se encuentra en un rango de edad de los 26 a 35 años, seguido del rango de los 36 a 50 años con el 29%; el 77% cuenta con estudios de educación superior.

Para todas las personas encuestadas es claro el termino Neobanco y en algún momento han usado o han oído hablar de alguna de estas plataformas financieras digitales. Se indagó sobre los usos que les dan a las mencionadas plataformas encontrando que enviar y recibir dinero, comprar por internet y retirar efectivo en cajeros automáticos son los principales servicios utilizados, sin embargo, ahorrar y recibir pagos de nómina, aunque son actividades comunes aún están lejos de incorporarse masivamente en los Neobancos.

Para efectos de la investigación era importante conocer si los encuestados tenían una cuenta de ahorros o corriente en un banco tradicional, el 94% de ellos contestaron afirmativo a esta pregunta. Derivado del anterior resultado, es relevante resaltar dos aspectos:

1. Solo el 15% de las personas estarían dispuestas a cerrar la cuenta en el banco tradicional y utilizar la cuenta del Neobanco como la cuenta principal, sin embargo, el 76% manifiesta que prefiere usar en paralelo ambas alternativas.

2. El 70% de las personas confirma haber disminuido la cantidad de transacciones que realiza en el banco tradicional, reemplazándolas por los servicios ofrecidos por los Neobancos.

Se ha encontrado que la característica que más atrae a las personas hacia los servicios de los Neobancos es el hecho de poder hacer todo desde el celular y no tener que desplazarse a una sucursal física. De otro lado cuando se indago sobre los aspectos negativos, el 32% respondió que no encontraba temas por mejorar y el 68% restante distribuyó su respuesta en aspectos como la seguridad, los topes transaccionales, la ausencia de sucursales físicas, el

servicio al cliente y los costos. Lo anterior deja en evidencia que los Neobancos de cara a los clientes cuentan con una percepción favorable y que si bien existen oportunidades de mejora seguramente serán abordadas oportunamente de la mano de diferentes desarrollos tecnológicos.

Otro punto interesante es que el 59% de los encuestados dijo que ahora usa menos dinero en efectivo gracias a soluciones Fintech como los Neobancos, y el 29% manifestó usar menos efectivo, pero no lo atribuyó a este tipo de plataformas. Esto quiere decir que, en realidad los Neobancos sí han contribuido al desarrollo de la banca electrónica y sin duda son uno de los principales responsables de que hoy en día las personas tengan una opción atractiva en términos de accesibilidad y costos para hacer pagos electrónicos de baja cuantía.

Respecto a que tan equiparable puede ser la percepción de desarrollo tecnológico de los bancos tradicionales frente a los Neobancos, el 59% de las personas contestó que cree que la banca tradicional está haciendo la suficiente inversión en materia tecnológica, así las cosas, se puede decir que, aunque los Neobancos nacen en un ambiente 100% digital, los bancos tradicionales han sabido adoptar las nuevas tecnologías para fidelizar gran parte de los clientes.

Finalmente es importante resaltar los siguientes hallazgos:

- El 94% de los encuestados dice que recomendaría a otras personas usar los servicios de los Neobancos.
- Casi la mitad de los encuestados procura buscar bancos que ofrezcan bajos costos transacciones; esta misma porción de personas siente que un Neobanco no le podría brindar el mismo respaldo que un banco tradicional.
- Solo el 7% de los encuestados estaría dispuesto a asumir costos transacciones a cambio de estar vinculado en un banco reconocido y tener mayor cobertura nacional.

7. Conclusiones

De forma general se puede concluir que los Neobancos han revolucionado el sector financiero, por un lado, han contribuido a la bancarización de las personas, a simplificar tramites y a posicionar las transacciones electrónicas en el uso diario; y de otro lado han empujado a los bancos tradicionales a desarrollar soluciones tecnológicas enfocadas a la mejora del servicio y costos de cara a los clientes.

La construcción del marco teórico del presente documento permitió entender cómo funciona y en que se basa el modelo de negocio de las entidades que ofrecen servicios de intermediación bancaria digital, es decir los llamados Neobancos. Dichas entidades tienen como valor agregado ofrecer a los usuarios la facilidad de poder realizar transacciones financieras desde su dispositivo móvil, no tener que desplazarse a una sucursal física y los bajos o nulos costos por los servicios que prestan, ya que su estructura operativa reducida permite trasladar los ahorros en costos a los consumidores finales. Los Neobancos encontraron un vacío en el mercado financiero en donde había población no bancarizada, personas insatisfechas por el servicio y la burocracia de la banca tradicional, y preocupación por los altos costos ante una actividad tan simple como ahorrar; es ahí en donde apalancados en la tecnología esta nueva generación de entidades financieras proveen una solución que en poco tiempo ha logrado conquistar a clientes e inversionistas y que se proyecta como una tendencia en el mediano y largo plazo.

El resultado de las diferentes fuentes de información que durante el proceso de investigación se abordaron, y los resultados obtenidos de la encuesta aplicada condujeron establecer las principales razones por las cuales las personas en Bogotá podrían estar eligiendo a los Neobancos para satisfacer sus necesidades financieras. Sin duda la principal razón está asociada a los costos, por ejemplo, antes enviar dinero electrónicamente generaba un costo promedio entre 5.000,00 y 10.000.00 COP, sumando a que el tiempo de procesamiento de la

transacción podría tardar varias horas, esto significativamente promovía el uso de dinero en efectivo; ahora enviar o recibir dinero a través de los Neobancos no genera costos y dependiendo de la plataforma usada el dinero se transfiere de inmediato. De otro lado, el hecho de poder hacer todo desde el celular y no tener que someterse a complejos trámites en oficinas físicas hace que en muchos casos las personas elijan los servicios de los Neobancos por encima de los bancos tradicionales. Lo anterior se refleja en que la satisfacción de los clientes suele ser positiva, así lo refleja el resultado de la encuesta realizada en donde el 94% de las personas cree muy probable o probable recomendar los Neobancos a otras personas.

Finalmente, para responder de qué manera afecta a la banca tradicional la llegada de los Neobancos, se puede concluir que los Neobancos son una alternativa paralela a la banca tradicional y que aún tienen oportunidades de mejora en la percepción que tienen los usuarios en términos de seguridad y respaldo de la marca. En todo caso este modelo de negocio supone una amenaza en el largo plazo para la banca tradicional, se pudo evidenciar que el 70% de los encuestados han disminuido la transaccionalidad en los bancos tradicionales reemplazándola por los Neobancos, y aunque las personas ven estas plataformas como un producto complementario, los inversionistas saben que esta será la tendencia que marcará el futuro del sector financiero, es por ello que importantes grupos empresariales en el país han decidido apostarle a tener su propio Neobanco, a la vez que los bancos tradicionales hacen importantes esfuerzos en materia tecnológica.

8. Recomendaciones

Sería interesante extender la investigación a una población más amplia en donde se logrará generar conclusiones precisas en términos de estrato socioeconómico y las diferentes ciudades del país.

Probablemente las pymes y negocios informales del país estén usando los Neobancos especialmente en el pago de nóminas, quizás generar una investigación directamente con esta población podría completar el resultado del presente trabajo.

Es importante que la banca tradicional innove en sus procesos y productos ya que aún cuentan con un alto porcentaje de favorabilidad, estos cambios deben estar enfocados en las nuevas tendencias y necesidades de los usuarios volviendo mucho más ágiles y rápidas las operaciones sin descuidar la seguridad de la información, de este modo podrían ser denominados como competitivos y sostenibles a lo largo del tiempo.

9. Referencias

ASOBANCARIA. (2021). *Neobancos: Un nuevo modelo de negocio en el sistema financiero*.

Banca & Economía, pág. 1 – 6.

Asociación Colombiana de Empresas de Tecnología e Innovación Financiera. (2020). *Todo lo que necesitas saber sobre los Neobancos*. Colombiafintech.

<https://colombiafintech.co/lineaDeTiempo/articulo/todo-lo-que-necesitas-saber-sobre-los-neobancos>

BBVA. (2022, 14 febrero). *Neobancos: ¿Qué son y cómo operan?* BBVA NOTICIAS.

<https://www.bbva.com/es/neobancos-que-son-y-como-operan/>

Bernal, M. (2015). La cultura de servicio de las entidades financieras en Colombia: Un análisis para incrementar la generación de valor [Trabajo de grado para optar por el título de Especialista en Mercadeo de Servicios, Universidad Militar Nueva Granada]. Repositorio Institucional <https://repository.unimilitar.edu.co/>

Cajamarca, I. (2021). *Las utilidades del sistema financiero aumentaron 28,30% a \$27,88*

billones a julio. Diario La República. [https://www.larepublica.co/finanzas/las-utilidades-del-sistema-financiero-aumentaron-28-30-a-27-88-billones-a-julio-](https://www.larepublica.co/finanzas/las-utilidades-del-sistema-financiero-aumentaron-28-30-a-27-88-billones-a-julio-3235321#:~:text=Bancos-)

[3235321#:~:text=Bancos-](https://www.larepublica.co/finanzas/las-utilidades-del-sistema-financiero-aumentaron-28-30-a-27-88-billones-a-julio-3235321#:~:text=Bancos-)

[,Las%20utilidades%20del%20sistema%20financiero%20aumentaron%2028%2C30%25](https://www.larepublica.co/finanzas/las-utilidades-del-sistema-financiero-aumentaron-28-30-a-27-88-billones-a-julio-3235321#:~:text=Bancos-)

%20a,%2427%2C88%20billones%20a%20julio&text=Seg%C3%BAAn%20el%20m%C3%A1s%20reciente%20informe,billones%20con%20corte%20a%20julio.

Castellanos, D. (2022). *Neobancos no son la primera opción de jóvenes en Latinoamérica, salvo en Brasil*. Bloomberg Línea.

<https://www.bloomberglinea.com/2022/02/09/neobancos-no-son-la-primera-opcion-de-jovenes-en-latinoamerica-salvo-en-brasil/>

Cámara de Comercio de Bogotá. (2019). *La población no bancarizada está en la mira de las fintech colombianas*. Cluster, una Iniciativa de la Cámara de Comercio de Bogotá.

<https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-de-Servicios-Financieros/Noticias/2019/Abril-2019/La-poblacion-no-bancarizada-esta-en-la-mira-de-las-fintech-colombianas>

Diario La República. (2021). *La población no bancarizada cayó 8% debido al aumento de aplicaciones financieras*. Editorial La República S.A.S.

<https://www.larepublica.co/finanzas/la-poblacion-no-bancarizada-cayo-8-debido-al-aumento-de-aplicaciones-financieras-3176466>

Diario La República. (2022). *Los neobancos alcanzarían 80 millones de usuarios este año en países de la región*. Editorial La República S.A.S.

<https://www.larepublica.co/finanzas/los-neobancos-alcanzarian-80-millones-de-usuarios-este-ano-en-paises-de-la-region-3306421#:~:text=LR%20realiz%C3%B3%20un%20sondeo%20con,en%20la%20regi%C3%B3n%20este%20a%C3%B1o.>

El Universal. (2021). *4 oportunidades para el desarrollo de los neobancos*.

www.eluniversal.com.co. <https://www.eluniversal.com.co/viernes/4-oportunidades-para-el-desarrollo-de-los-neobancos-EE4688446>

LatinPyme. (2021). *¿Qué tipo de banco prefieren los colombianos?*. Obtenido de LatinPyme:<https://www.latinpymes.com/que-tipo-de-banco-prefieren-los-colombianos/>

- Portafolio. (2008). *Cae satisfacción de usuarios con los servicios que ofrece la banca*.
Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/cae-satisfaccion-usuarios-servicios-ofrece-banca-306246>
- Portafolio. (2019). *Por su rol creciente, hay que dar más atención a neobancos: Felaban*.
Portafolio.co. <https://www.portafolio.co/economia/finanzas/por-su-rol-creciente-hay-que-dar-mas-atencion-a-los-neobancos-felaban-531664>
- Revista Semana. (2020). *Fidelización de los clientes con bancos pende de un hilo*.
Semana.com. <https://www.semana.com/empresas/articulo/cual-es-el-nivel-de-satisfaccion-de-los-colombianos-con-sus-bancos/284874/>
- Sampieri, R. H. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.
McGraw Hill: México.
- Santacruz, M. (2019). Abuso de la posición dominante de las entidades financieras como presupuesto transgresor de los derechos fundamentales del usuario bancario [Trabajo de grado para optar por el título de Abogado, Universidad Santiago de Cali]. Repositorio Institucional <https://repository.usc.edu.co/>

Anexos

Anexo 1. Instrumento para recolección de información (cuestionario)

Objetivo: Identificar el impacto de los Neobancos sobre los consumidores financieros y la banca tradicional en Colombia.

Indicaciones y contexto: Los neobancos constituyen una nueva generación de entidades financieras que ofrecen servicios de intermediación bancaria de manera 100% digital, operan en un ambiente tecnológico y no necesitan de sucursales físicas para funcionar. Bajo el contexto anterior y con el propósito de conocer sus preferencias de consumo y percepción en

relación con los Neobancos, agradecemos su participación en esta encuesta marcando la respuesta de su elección en cada una de las siguientes preguntas:

Nombre: Haga clic o pulse aquí para escribir texto.

Fecha: Haga clic aquí o pulse para escribir una fecha.

Género: Femenino Masculino

1. Seleccione en cual rango de edad se encuentra:

Entre 18 y 25 años

Entre 26 y 35 años

Entre 36 y 50 años

Más de 50 años

2. ¿Cuál es su estrato socioeconómico?

Estrato 1

Estrato 2

Estrato 3

Estrato 4 o mas

3. ¿Cuál es su nivel educativo?

Primaria o ninguno

Bachiller

Pregrado

Posgrado

4. Conoce, usa o ha oído hablar de Neobancos o plataformas financieras digitales como Nequi, Daviplata, RappiPay, Nubank, Uala, Lulobank, Dale, Movii, entre otros.

Si

No

5. ¿Actualmente usa un Neobanco con alguno de los siguientes propósitos? Seleccione todas las que apliquen.

Recibir pago de nomina

Pagar nomina

Recibir pagos de sus clientes

Pagar servicios públicos

Compras por internet

Eventualmente enviar o recibir dinero

Ahorrar

Retirar dinero en cajero automático o corresponsal

Recibir subsidios del gobierno

Ninguna de las anteriores. No hago uso de los servicios que prestan los Neobancos

6. ¿Ha disminuido la cantidad de transacciones realizadas desde su banco tradicional (transferencias, pagos, retiros en cajero, entre otras) y en su lugar ha usado las plataformas de los Neobancos para hacer este tipo de operaciones?

Si

No

7. ¿Qué es lo que más le gusta de hacer uso de los servicios que ofrecen los Neobancos?

Los bajos o nulos costos

Todo se puede hacer desde el celular. No tener que desplazarse a una sucursal.

El servicio al cliente

8. ¿Qué es lo que no le gusta o cree podría mejorar en los servicios que ofrecen los Neobancos?

- Los costos
- La seguridad
- El servicio al cliente
- Las restricciones en topes transaccionales
- No tener sucursales físicas
- Me parece una excelente opción. No encuentro aspectos a mejorar.

9. ¿Usted tiene cuenta de ahorros o corriente en un banco tradicional?

- Si
- No

10. ¿Estaría dispuesto a que la cuenta del Neobanco fuera su cuenta principal y cerrar su cuenta en el banco tradicional?

- Si, lo he pensado
- Prefiero mantener mi cuenta principal en un banco tradicional y usar el Neobanco como una opción adicional
- Uso contantemente mi cuenta tradicional y la del Neobanco, por mis actividades necesito mantener ambas opciones
- No uso los Neobancos. Prefiero usar los servicios de los bancos tradicionales

11. ¿Considera que ahora usa menos dinero en efectivo?

- Si, ahora uso menos efectivo ya que plataformas como los Neobancos permiten hacer transferencias que se reflejan al instante y sin costos asociados
- Uso menos efectivo pero los servicios de los Neobancos no son el motivo
- Sigo usando la misma cantidad de efectivo que hace 2 años

12. ¿Considera que los bancos tradicionales están haciendo lo necesario para hacerle frente y superar el desarrollo tecnológico presente en los Neobancos?

Si

No

13. ¿Cuál es la probabilidad de que usted recomendará a un amigo, conocido o familiar usar los servicios que ofrece alguno de los Neobancos presentes en el país?

Muy probable

Probable

Poco o nada probable

14. Con cuál de las siguientes afirmaciones se identifica:

Estoy dispuesto a pagar cuotas de manejo y algunos costos por transacciones a cambio de tener mi dinero en un banco reconocido y con gran cobertura nacional

No me gustan los costos asociados a las cuentas, pero debo asumírselos ya que mi actividad laboral o comercial me obliga

Siempre procuro buscar bancos que ofrezcan cuentas con pocos o ningún costo. Siento que un neobanco no me brinda el respaldo necesario para considerar tener allí mi cuenta principal, sin embargo, es una opción útil para ciertas ocasiones.

Me gusta poder manejar el dinero desde el celular, ver toda la actividad al instante y no tener que ir a una sucursal o llamar a un call center para realizar trámites. No me hace falta tener una cuenta en un banco tradicional.