

## » Fintech sin fin

Madrid » 05 » 2017

La perdurabilidad en España de las fintech no debería cuestionarse. Cuentan con un modelo de negocio sostenible en los mercados internacionales más avanzados, y con la capacidad para democratizar y dinamizar nuestro sector financiero.

Aun así, para conseguirlo falta lo más esencial: hacer las cosas bien. Los propios protagonistas se han marcado como prioridad aclarar al mercado sus especializaciones y peculiaridades –ya que bajo el término de fintech conviven más de media docena de especializaciones–, y definir un marco regulador que apoye el desarrollo innovador en un sector que no acaba de recuperar la confianza de la sociedad tras la crisis. Aunque no basta únicamente con eso, ganarse la confianza de inversores y clientes exigirá mucho más...

### ENERGÍA FINTECH

Hacia falta una nueva revolución que agilizará el lento crecimiento económico causado por la salida de la crisis. Inversores institucionales y privados se precian por identificar irrupciones empresariales que aviven su ape-

tito inversor... y parece que las fintech están logrando la preciada estrella Michelin de los *venture capital*.

Estas empresas emplean muchos recursos en reinventar, en términos de eficiencia y transparencia, el sector financiero poniendo foco en la experiencia de usuario. Para ello, las fintech se apoyan en las tecnologías de la información y la comunicación para ofrecer a sus clientes soluciones y servicios financieros más eficaces y menos costosos.

El *boom* digital y la necesidad de una transformación en el modelo de negocio financiero bancario han contribuido a ello. En poco tiempo, estas empresas han dinamizado el mercado. Se calcula que en el ejercicio 2016 la inversión mundial en fintech fue de 24.000 millones de dólares y que la inversión directa acumulada desde 2010 supera los 75.000 millones de dólares. El volumen de inversión en España se encuentra todavía en un estado embrionario si se compara con el de Inglaterra o Estados Unidos, pero las cifras apuntan a un despegue potente. El año pasado, sin ir más lejos, se crearon en nuestro país más de cien nuevas fintech, superando las 240 compañías. Un paseo por los *innovation labs* y las aceleradoras de *start-up* más prestigiosos del mundo corroboran que las fintech están disfrutando de su máximo esplendor.

Como bien describe la propia palabra, fintech viene del acrónimo de las palabras inglesas *finance* y *technology*. La tecnología tiene un impacto muy importante a la hora de crear y distribuir productos o servicios financieros alternativos e innovadores. Y, es precisamente la **innovación**, lo que más valoran sus clientes, por encima incluso de los costes.

Buenos ejemplos de estas prácticas de innovación se ven reflejados en el sector del crédito, que ha visto cómo las fintech mejoran su competitividad, tanto por la irrupción de negocios más directos, por ejemplo los préstamos rápidos online, como por la introducción de innovadoras plataformas de préstamos P2P (préstamos entre particulares).

Al mismo tiempo que juegan su papel de dinamizadores del sector y generan mayor competencia, las fintech han conseguido canalizar otras necesidades empresariales. En una época donde la concesión del crédito es limitada, las pequeñas y medianas empresas y las start-ups están encontrando una solución a sus necesidades de financiación en el *Crowdlending* y *Crowdfunding*, desde donde se financian empresas y sus proyectos; las plataformas de *Equity Crowdfunding*, basadas en la inversión vía capitales; el *Crowdinvesting* y las plataformas de *factoring*, de descuentos de pagarés y de compensaciones de deuda.

“Esta revolución se ajusta a la perfección a las fintech, que han llegado para ser un driver de transformación digital dentro del sector financiero”

Si pensamos en negocios más tradicionales, como pueden ser el Asesoramiento y la Gestión Patrimonial, su irrupción ha creado redes sociales de inversión en las que se comparten seguimientos de carteras y análisis de riesgos, rentabilidades y diversificación. Nos encontramos, por un lado, con negocios de asesoramiento y gestión automatizados que, con algoritmos, persiguen la optimización de carteras, y por otro lado, con plataformas online de negociación para inversores.

En el campo de las finanzas personales, la oferta se centra en servicios que posibilitan una gestión más eficiente, proporcionando al cliente un mejor control de sus gastos y permitiéndole incluso el acceso a predicciones financieras sobre sus gastos en base a su comportamiento.

En este recorrido por el mundo financiero tecnológico, es imposible no mencionar la agilidad, rapidez y comodidad que supone, para usuarios y comerciantes, la realización de pagos mediante móviles y dispositivos electrónicos.

La tecnología *blockchain* y las criptomonedas –o también llamadas *bitcoins*– son la esencia más pura de las fintech, pues se basan en un medio de intercambio monetario puramente digital que facilita servicios de compraventa, de *brokerage* o la creación de una tarjeta virtual para realizar pagos. Todavía son grandes desconocidas y para muchos no son más que palabras difíciles de pronunciar y complejas de entender, pero los expertos destacan, para los más desconfiados, que las criptomonedas permiten identificar en todo momento al titular de la moneda, de forma que se dificulta su uso con fines ilícitos.

Queda claro que el crecimiento exponencial de la evolución tecnológica está acelerando el cambio de los consumidores y lo que estos demandan a sus proveedores, particularmente a los financieros. Esta revolución se ajusta a la perfección a las fintech, que han llegado para ser un *driver* de transformación digital dentro del sector financiero.

Ahora bien, el espectro de las fintech es amplísimo. Como decíamos, su paraguas cubre todo servicio de naturaleza financiera, sobre todo los de esencia de tecnología

digital y en particular el móvil. Esta amplitud otorga al sector una mayor notoriedad, proporcionándole la fortaleza de contar con un motor de cambio de alta cilindrada, aunque al mismo tiempo va a exigirle un mayor esfuerzo de diferenciación.

#### MARCANDO SU PROPIA RUTA

Llegado este momento, sin romper esa esencia de trabajo en red y de conocimiento compartido, la hoja de ruta hay que definirla de forma individualizada; ganarse la confianza individual de los potenciales clientes, evitando pillar atascos o incluso sufrir un golpe en cadena.

Crearse una imagen de marca propia es un elemento clave del engranaje de un éxito, que además debe de ser sostenible en el tiempo, especialmente para aquellas fintech cuyo foco de servicio es el *retail* y los inversores particulares. Gracias a ese trabajo en red, el modelo de negocio deja de ser algo que sólo unos pocos entienden –con perfiles altamente cualificados o aventurados– y hace llegar el momento de resaltar fortalezas propias y especificaciones individuales. **Dicho de otra forma, la notoriedad del sector debe acompañarse con el prestigio de la identidad propia.**

Este reto adicional no se emplaza en laboratorios tecnológicos ni exige rondas de inversión. La acometida conviene plantearla más a pie de calle, creando diálogo con grupos más heterogéneos y penetrando en territorios y comunidades diferentes (medios de comunicación, inversores particulares, ciudadanos, *millennials* y un largo etcétera). Se trata de ampliar las fronteras de interlocución, manteniendo la presencia y las relaciones con nuestros iguales y el propio sector, pero adentrándose en un universo de diálogo más amplio, allí donde estén los clientes y usuarios potenciales. Sobre este aspecto hay un dato especialmente representativo: el índice de recomendación de un cliente respecto a su proveedor de fintech es del 50 % frente al 30 % de su entidad financiera tradicional.

La comunicación escrita y oral, el diálogo y la construcción de relaciones bidireccionales son herramientas estratégicas al servicio de este modelo de negocio tan marcadamente digital. Una estrategia adecuada y el tiempo permitirán ganar la atención de clientes, sean fondos de capital de riesgo o inversores particulares.

Cabe destacar una segunda derivada: el aumento de la demanda de usuarios, y las estimaciones de que en 2017 se duplicará el número de fintech (de 200 a 400), traerán consigo una mayor competencia en el propio sector. **La necesidad de diferenciarse vuelve a quedar patente; anticiparse a ese momento, distinguirse, ganar notoriedad y prestigio de marca propia es, hoy, una oportunidad única.**



**Rodrigo García de la Cruz** es vicepresidente de la Asociación Española de FinTech e InsurTech. García de la Cruz es CEO de Finnovating y director del Programa Directivo en Banca Digital del IEB. Ingeniero Superior Industrial en Electrónica y Licenciado en Administración y Dirección de Empresas. Actualmente es uno de los Top Influencers FinTech e InsurTech a nivel mundial.  
[rodrigo.garciadelacruz@finnovating.com](mailto:rodrigo.garciadelacruz@finnovating.com)

---



**María Díaz** es gerente del Área de Comunicación Financiera. Díaz es experta en comunicación corporativa y relaciones con medios de comunicación. Se incorpora a LLORENTE & CUENCA tras 17 años en Citi donde ocupó la posición de Public Affairs Vice-President con responsabilidad directa y entre otras en la Jefatura de Prensa y en la Responsabilidad Corporativa del grupo en España, por lo que posee una dilatada experiencia en gestión de crisis y reputación corporativa. María es periodista y cuenta con un Executive Program de ESADE Business School.  
[mdiaz@llorenteycuenca.com](mailto:mdiaz@llorenteycuenca.com)

---

## **d+i** desarrollando ideas

LLORENTE & CUENCA

**Desarrollando Ideas** es el Centro de Liderazgo a través del Conocimiento de LLORENTE & CUENCA.

Porque asistimos a un nuevo guión macroeconómico y social. Y la comunicación no queda atrás. Avanza.

**Desarrollando Ideas** es una combinación global de relación e intercambio de conocimiento que identifica, enfoca y transmite los nuevos paradigmas de la sociedad y tendencias de comunicación, desde un posicionamiento independiente.

Porque la realidad no es blanca o negra existe **Desarrollando Ideas**.

[www.desarrollando-ideas.com](http://www.desarrollando-ideas.com)  
[www.revista-uno.com](http://www.revista-uno.com)

