La influencia de las FinTech renueva la industria financiera

50%

de las instituciones financieras ya están trabajando o en proceso de asociación con desarrollos tecnológicos FinTech.

78%

incrementará sus esfuerzos internos para innovar.

70%

invertirá en tecnologías móviles.

pwc

www.pwc.com/ar

Aspectos claves

Desafíos para el negocio tradicional: el mercado financiero se renueva 5

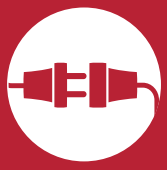
La disrupción en el corazón de la estrategia 6

Innovar para mantenerse competitivos 7

La experiencia digital y la tecnología blockchain 8

Las instituciones de servicios financieros y los emprendimientos FinTech compiten cada vez menos y empiezan a complementarse

Al 89% de las instituciones financieras le preocupa perder ingresos debido a las FinTech.



El 83% de los ejecutivos argentinos espera ampliar sus asociaciones con emprendimientos nuevos en los próximos 3 5 años.

El 78% de los jugadores tradicionales incrementará sus esfuerzos internos para innovar.

Las tecnologías emergentes habilitan la convergencia

El 70% invertirá en tecnologías móviles.

El 64% en análisis de datos y el 40% en biometría y gestión de la identidad.

El 67% de los ejecutivos argentinos señaló barreras regulatorias para la innovación en temas de identidad digital.

Inversiones y expectativas

Las organizaciones argentinas invierten el 23% de la facturación anual en proyectos relacionados con FinTech.

Los ejecutivos entrevistados esperan una rentabilidad anual del 26%.

En Argentina, el 50% de las organizaciones del sector financiero ya están trabajando o en proceso de asociación con desarrollos tecnológicos FinTech y superan el 80% las que esperan estarlo en los próximos 3 años.

Introducción

La influencia del segmento FinTech en el mercado financiero global ha crecido significativamente durante el 2016. Las instituciones financieras están aceptando que el negocio tradicional se enfrenta a nuevos desafíos. En Argentina, la mitad de las organizaciones del sector financiero ya están asociadas con un desarrollo tecnológico FinTech y este porcentaje crece entre las que esperan estarlo en los próximos 3 años. En este entorno, las instituciones nacionales destinarán más recursos para la innovación interna.

El siguiente Resumen Ejecutivo se basa en los resultados de una nueva edición de la Encuesta Global de FinTech de PwC, con entrevistas a más de 1.300 ejecutivos de emprendimientos FinTech y entidades de servicios financieros, en 71 países. En Argentina participaron 50 ejecutivos, entre los que se destacan CEOs, directores o gerentes del sector Bancos y de FinTechs, como así también de compañías de gestión de activos o instituciones de pagos y transferencias de fondos, entre otras entidades. La mayoría de la empresas locales consultadas emplean a más de 500 personas y desarrollan actividades de banca, servicios de pagos y transacciones, mercado de capitales, seguros y reaseguros, y gestión de activos y riqueza.

Desafíos para el negocio tradicional: el mercado financiero se renueva

FinTech, ese dinámico universo de productos y servicios financieros centrados en la experiencia del usuario y el procesamiento eficiente de grandes volúmenes de datos, se ha transformado en un poderoso driver de disrupción. En este escenario, las probabilidades de que las instituciones financieras tradicionales pierdan ingresos debido a las alternativas más innovadoras son cada vez mayores. El 89% de los encuestados en Argentina cree que algún porcentaje de su negocio podría ser captado por empresas FinTech en los próximos 5 años; entre ellos, 3 de cada 10 consideró que podría perder entre el 21% y el 40% de sus ingresos.

Tales datos confirman que la oferta FinTech dista mucho de ser una tendencia pasajera: el total de los encuestados en Argentina anticipó que en los próximos 5 años no habrá sector de la industria financiera que escape a su influjo innovador, en especial la banca de consumo (82%), pero también las transferencias de fondos y pagos (50%) y la banca comercial (46%) -sector que incluye a pequeñas y medianas empresas-.

Los ejecutivos entrevistados en Argentina opinaron que sus clientes ya están operando con empresas FinTech para determinadas actividades, entre las que destacaron pagos (83%), pero también préstamos personales (66%), finanzas personales (63%) y transferencias de fondos (57%). Asimismo, anticiparon que durante los próximos 5 años las actividades con mayores perspectivas de incrementar sus operaciones a través del segmento FinTech son préstamos personales (61%), pagos (53%) y transferencias de fondos (47%).

Actualmente, 4 de cada 10 consumidores argentinos todavía eligen acercarse a una sucursal u oficina para interactuar con las entidades financieras, en tanto que un poco más de la tercera parte lo hace por email (35%) o a través de la web (34%). Sin embargo, el 88% de los ejecutivos consultados espera que en los próximos 5 años se consoliden como canales de interacción las aplicaciones móviles; el 83%, los websites y/o plataformas basadas en la web; y el 77%, los medios sociales. Cabe agregar que mientras el 56% de las entidades argentinas consultadas posee una oferta de productos y/o servicios accesibles a través de aplicaciones móviles, el 19% todavía no incursionó en este canal, y un 25% desconoce el tema.

4/10

consumidores argentinos todavía eligen acercarse a una sucursal u oficina para interactuar con las entidades financieras.

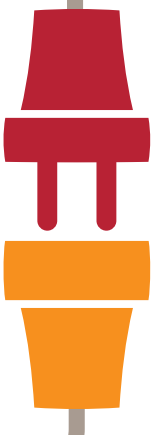
Sin embargo, el 88% de los ejecutivos consultados espera que en los próximos 5 años se consoliden como canales de interacción las aplicaciones móviles; el 83%, los websites y/o plataformas basadas en la web.

La disrupción en el corazón de la estrategia

El segmento FinTech está conformado por un ecosistema que fomenta la recolección de grandes cantidades de información y construye relaciones confiables con los usuarios. Los jugadores más tradicionales han terminado por aceptar este increíble potencial y están abrazando la revolución que conlleva: el 56% de los ejecutivos encuestados en Argentina reconoció que sus organizaciones han instalado la disrupción en el corazón de la estrategia del negocio.

¿Qué significa esto y cómo se está llevando a la práctica? Por un lado, la mitad de las organizaciones consultadas en Argentina (50%) está asociada con una empresa FinTech; asimismo, el 39% monitorea las nuevas alternativas para responder competitivamente; y un 22% compra servicios de empresas FinTech para mejorar los propios. A nivel global, las entidades financieras asociadas con FinTech representan 5 puntos menos, y las que llevan adelante una estrategia competitiva suman 12 puntos más, por lo que cabe destacar la predisposición local para integrar a los nuevos jugadores y sus productos. De hecho, en los próximos 3-5 años las entidades argentinas consolidarán la tendencia: el 83% espera participar de alguna asociación con FinTech y el 64% prevé adquirir una empresa del innovador segmento.

A la hora de evaluar un trabajo en conjunto, el 50% de los ejecutivos de entidades tradicionales y el 79% de los emprendedores FinTech coincidieron en destacar las diferencias en la dirección y la cultura entre los principales desafíos. Otras preocupaciones comunes que ambos segmentos expresaron en el mismo sentido son: la incertidumbre regulatoria (44% y 50%, respectivamente), y las diferencias en cuanto a los modelos de negocios (34% y 57%), y en cuanto a los procesos operativos (38% y 36%). Por su parte, los ejecutivos de entidades tradicionales destacaron desafíos específicos, como la seguridad informática (44%) y las diferencias en cuanto a conocimiento y habilidades (38%).



50%

de las instituciones financieras argentinas se encuentra trabajando o en proceso de asociación con desarrollos tecnológicos FinTech.

Innovar para mantenerse competitivos

La innovación se ha convertido en el catalizador de la revolución que experimenta la industria de los servicios financieros. El 78% de los ejecutivos argentinos entrevistados consideró que las startups serán las entidades más disruptivas de los próximos 5 años y anticipó que en ese lapso sus organizaciones incrementarán los recursos internos destinados a la innovación. De hecho, las empresas argentinas ya han comenzado a trabajar en este sentido: actualmente asignan -en promedio- el 23% de su facturación anual a proyectos relacionados con FinTech, lo que representa alrededor de 8 puntos más que lo invertido a nivel global. Como resultado, los ejecutivos locales esperan obtener un retorno de inversión anual del 26% -6 puntos más que las expectativas internacionales.

En la opinión de los encuestados argentinos, las empresas del país poseen capacidades claves para la innovación, entre las que destacaron: generar ideas (74%), comercializar (59%), aplicar diseño (54%), desarrollar productos mínimos viables (MPVs) (52%), e implementar (47%). Pero también señalaron otras fortalezas que podrán fomentar la innovación en el entorno FinTech: el 42% consideró que su organización es capaz de co-crear con startups, y el 32%, de aplicar metodologías de startups al desarrollo de productos; e incluso un 37% destacó su capacidad de testear, en el sentido de obtener feedback rápido para adaptar el producto o "fallar rápido". Sin embargo, cabe señalar que el 77% de las empresas encuestadas experimenta dificultades para contratar y/o retener al personal con las habilidades adecuadas para innovar -y, entre ellas, el 28% reconoció tener muchas dificultades.

77%

de las empresas encuestadas experimenta dificultades para contratar y/o retener al personal con las habilidades adecuadas para innovar.

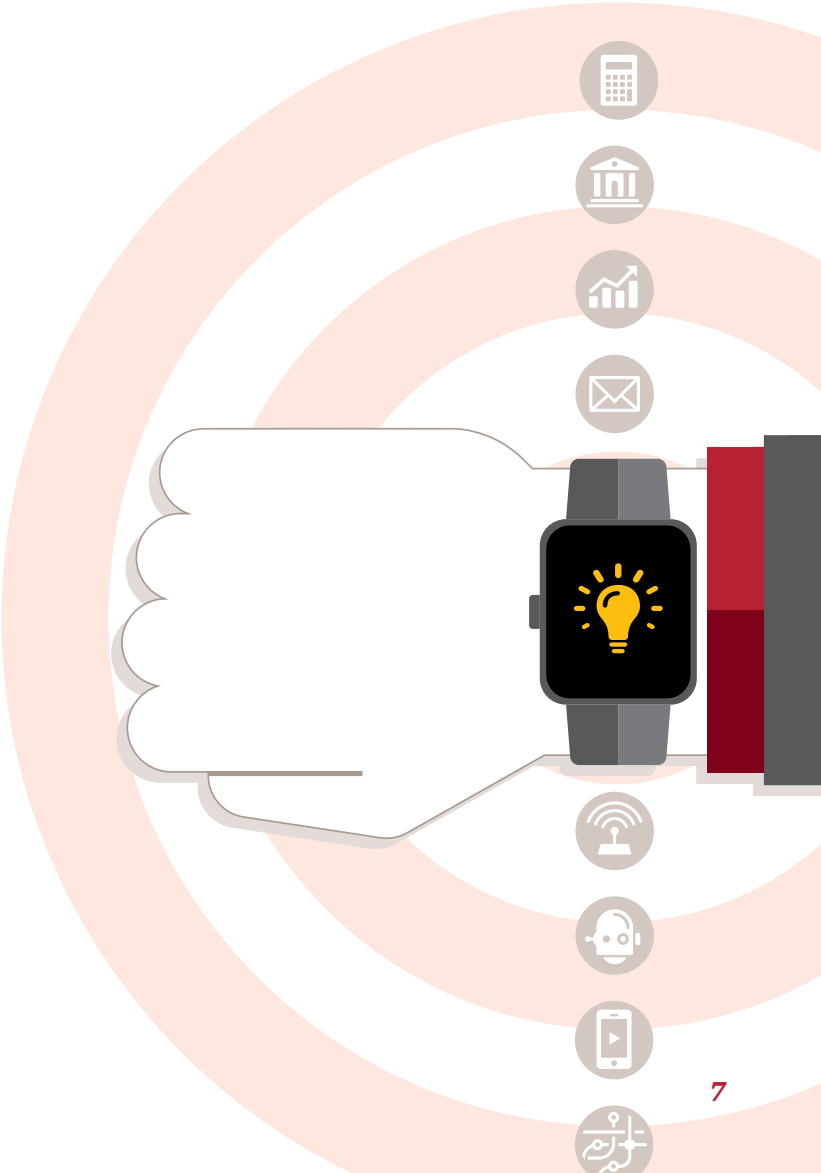
Barreras regulatorias

67%
Identidad digital

41%
Modelos de negocios no tradicionales

37%
KYC "Conoce a tu cliente"

No son menos importantes las dificultades que provienen de las regulaciones que se perciben como barreras para la innovación. El 67% de los participantes argentinos las consideró un obstáculo especialmente en el área de identidad digital -superando en 17 puntos la opinión global-, y el 41% opinó que interfieren con los nuevos modelos de negocios (como el financiamiento colectivo o los préstamos entre pares). Asimismo, el 37% destacó las barreras regulatorias para la innovación en áreas como prevención del lavado de dinero (AML) y "conoce a tu cliente" (KYC), y también para el dinero electrónico y las criptomonedas. Finalmente, el 35% de los ejecutivos argentinos señaló el impacto regulatorio sobre el almacenamiento, la privacidad y la protección de datos, que por otra parte es el área que más preocupa a los encuestados a nivel global (54%).



La experiencia digital y la tecnología blockchain

Para renovar la experiencia digital de sus clientes, los ejecutivos entrevistados en el país aseguraron que durante los próximos 12 meses se enfocarán en invertir fundamentalmente en tecnologías móviles (70%) y análisis de datos (64%). Además, el 40% también planea invertir en biometría y gestión de la identidad; el 28%, en inteligencia artificial; y el 26% en automatización de procesos robóticos.

Pero, sin lugar a dudas, la tecnología estrella del mundo financiero es blockchain, una cadena electrónica de información -con formato de libro contable digital- que utiliza algoritmos de software para registrar y confirmar transacciones con alta seguridad y en forma anónima. Alrededor de 8 cada 10 organizaciones argentinas están familiarizadas con el concepto, y más de la mitad (51%) se ha involucrado en algún nivel con esta tecnología. Pero la tendencia se consolidará durante los próximos tres años, lapso en el que un significativo 99% planea adoptar blockchain como parte de sus sistemas y procesos de producción.

¿Por qué es tan importante blockchain para los productos y servicios financieros? Los ejecutivos argentinos destacaron algunas tendencias vinculadas con esta tecnología que serán de especial importancia para la industria durante los próximos 5 años: el uso de métodos, herramientas y tecnologías avanzadas para mejorar la seguridad de la información y predecir, detectar y analizar el fraude; el aumento de plataformas e intercambios desarrollados mediante criptotecnologías para el comercio de activos digitalizados y digitales; y el surgimiento de plataformas para apoyar el desarrollo de aplicaciones distribuidas para una mayor adopción de blockchain.

Según los ejecutivos entrevistados durante los próximos 12 meses se enfocarán en invertir fundamentalmente en tecnologías móviles (70%) y análisis de datos (64%). Además, el 40% también planea invertir en biometría y gestión de la identidad; el 28%, en inteligencia artificial; y el 26% en automatización de procesos robóticos.

Contactos

Rosana Mazza
Socia, especialista en Servicios Digitales
rosana.mazza@ar.pwc.com
(54 11) 4850-4568

Gastón L. Inzaghi
Socio de Servicios Financieros
gaston.l.inzaghi@ar.pwc.com
(54 11) 4850-4561

Oficinas

Buenos Aires
Bouchard 557, Piso 7°
(C1106ABG) Buenos Aires
Tel.: (54 11) 4850 0000
Fax: (54 11) 4850 1800

Córdoba
Av. Colón 610, Piso 8°
(X5000EPT) Córdoba
Tel.: (54 351) 420 2300
Fax: (54 351) 420 2332

Mendoza
9 de Julio 921, Piso 1°
(M5500DOX) Mendoza
Tel.: (54 261) 429-5300
Fax: (54 261) 429 5300 (int. 1116)

Rosario
Madres de Plaza 25 de Mayo 3020, Piso 3°
(S2013SWJ) Rosario
Tel.: (54 341) 446 8000
Fax: (54 341) 446 8016

@PwC_Argentina /PwCArgentina YouTube /PwCArgentina LinkedIn /PwCArgentina /pwcargentina

©2017 En Argentina, las firmas miembro de la red global de PricewaterhouseCoopers International Limited son las sociedades Price Waterhouse & Co. S.R.L, Price Waterhouse & Co. Asesores de Empresas S.R.L. y PwC Legal S.R.L, que en forma separada o conjunta son identificadas como PwC Argentina.