

EMPRESAS FINTECH EN COLOMBIA IV

Sus retos y logros

| *Javier Raventós*

Portafolio



COLOMBIA
FINTECH

ESTUDIO DE PRÉSTAMOS DIGITALES O CRÉDITO DIGITAL

JUAN PABLO LONDOÑO ■ CEO DE TECHNOVATION



Los préstamos digitales combinan tecnologías basadas en datos con servicios tradicionales de la banca para mejorar la experiencia del cliente y optimizar los procesos de otorgamiento de crédito. Estos préstamos buscan realizar todos los pasos del proceso en una plataforma digital, con la menor interacción humana posible y decisiones basadas en algoritmos. Existen diferentes tipos de crédito digital para personas y empresas, y cada modelo está construido con algoritmos únicos para cada segmento. El proceso de un préstamo digital no solo mejora el

proceso actual, sino que cambia todo el concepto desde la adquisición hasta el mantenimiento del préstamo.

Los términos “préstamos digitales” y “créditos digitales” a menudo se utilizan indistintamente, pero en algunos casos pueden tener diferencias sutiles.

En términos generales, ambos se refieren a la oferta de financiamiento que se realiza a través de plataformas digitales y procesos automati-

zados que permiten una experiencia rápida y sencilla para el usuario.

Sin embargo, algunos expertos pueden distinguir entre ambos términos en función de cómo se utilizan. En algunos casos, “préstamos digitales” puede referirse a un modelo de negocio en el que las empresas fintech ofrecen préstamos con plazos y tasas de interés fijos, mientras que “créditos digitales” se refiere a una línea de crédito flexible que los usuarios pueden utilizar según sus necesidades y pagar solo por lo que usen.

Otra diferencia potencial es que algunos préstamos digitales pueden estar respaldados por instituciones financieras tradicionales, mientras que los créditos digitales pueden ser ofrecidos exclusivamente por empresas fintech.

MAPEO DE EMPRESAS FINTECH DE CRÉDITO DIGITAL B2C EN COLOMBIA

El propósito de esta investigación consistió en desarrollar un sistema de información periódico sobre el mercado de crédito digital B2C en Colombia, con el fin de brindar acceso al público a una comprensión más clara del ecosistema fintech en el país.

En este estudio se llevó a cabo la recopilación de información y el mapeo de las empresas fintech de crédito digital B2C en Colombia, incluyendo tanto a los miembros como a los no miembros de Colombia Fintech. En la selección de empresas se excluyeron aquellos modelos “no prestamistas” como los marketplaces, comparadores, y otros modelos con oferta de valor confusa o sin ingredientes tecnológicos, salvo que tuvieran presencia en línea.

Es importante mencionar que para que una empresa de crédito pueda ser considerada como fintech, se definieron algunos criterios clave. En primer lugar, debe utilizar tecnologías innovadoras para desarrollar y ofrecer sus productos y servicios financieros. Además,

debe contar con una plataforma digital para realizar transacciones y procesos de manera rápida y segura. Otro factor importante es que la empresa debe ofrecer una experiencia de usuario excepcional, brindando herramientas y servicios en línea que faciliten la toma de decisiones financieras. Finalmente, una empresa de crédito fintech debe tener una estrategia de negocio enfocada en la innovación y la disrupción del mercado financiero tradicional, con el fin de ofrecer soluciones financieras accesibles, eficientes y personalizadas.

En cuanto a los dos últimos puntos, se tomó una postura más flexible debido a la presencia de modelos tradicionales que han realizado esfuerzos de digitalización, aunque su complejidad radique en la integración de terceros. Esto se evidencia en la categoría de libranzas.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Esta investigación se llevó a cabo con el objetivo de proporcionar información relevante sobre el mercado de crédito digital en Colombia. Los datos se obtuvieron a partir de fuentes públicas, como las páginas web y aplicaciones de las diferentes organizaciones, así como mediante actividades tipo mystery shopper y solicitudes formales.

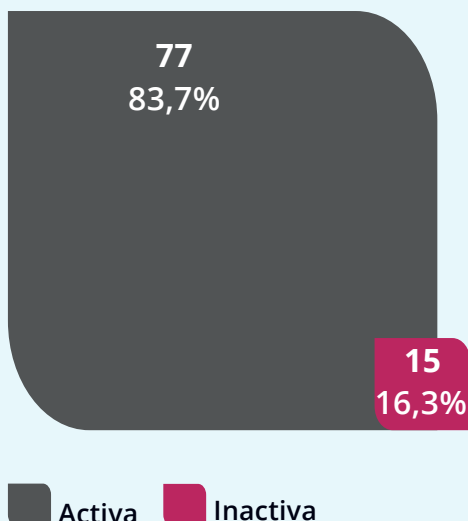
Para la recolección de datos, se utilizaron técnicas de observación directa y participante, en las que el investigador/consultor formó parte de la comunidad de crédito digital objeto de estudio. Además, se utilizó como instrumento la lista inicial de miembros de Colombia Fintech activos a diciembre 31 de 2019 para complementar la aplicación de esta técnica.

POBLACIÓN

A los efectos de alcanzar los objetivos de la presente información, la población correspondiente a este estudio está conformada por la totalidad de las personas jurídicas que integran el área en estudio, la cual asciende a un número de 92 empresas de crédito digital B2C.

De éstas 92, a febrero de 2023, 77 empresas (83,7%) permanecen activas, por lo que la mayoría de las cifras y gráficos están basados en las empresas activas.

ESTADO

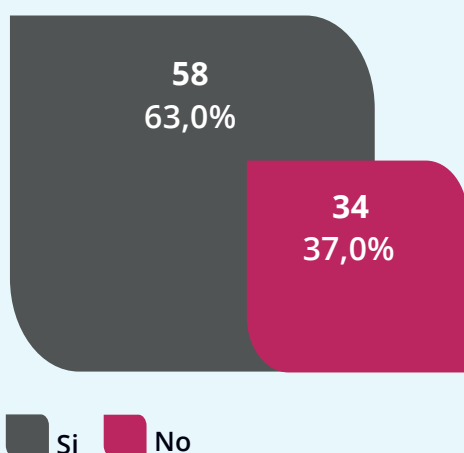


■ Activa ■ Inactiva

MIEMBROS COLOMBIA FINTECH

El 63% de las empresas (58) son miembros de Colombia FINTECH y el 34 (37%) no los son, aún.

MIEMBRO COL FINTECH Activas e Inactivas



■ Si ■ No

ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN

Las siguientes son algunas de las variables que estructuran nuestro estudio y que se comparten en esta edición:

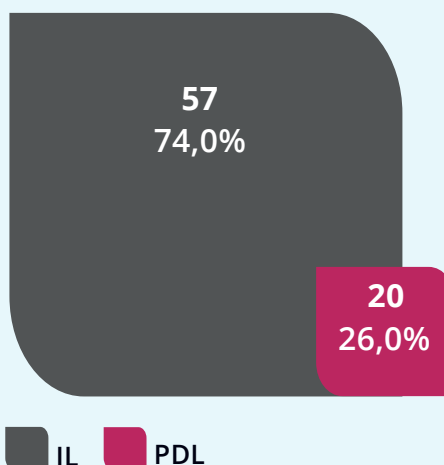
- Ciudad
- Estado actual
- Miembro o no de Colombia Fintech
- Antigüedad
- Canales con que se presta el servicio
- Segmento y categoría de crédito
- Condiciones: Plazo, tasa, montos, cobros extras y aval
- Gastos de cobranza (%)
- Otros productos ofrecidos

SEGMENTOS

El estudio divide al crédito digital entre dos grandes segmentos, los Payday Loans (PDL), cuyos plazos van hasta máximo 30 días y los Installment Loans (IL), préstamos otorgados a plazos (>1 mes) con una fecha específica en la que el deudor debe reembolsar la totalidad del préstamo y los intereses. Así mismo se identifican 12 categorías (tipos de crédito) que pueden o no pertenecer a los PDL y IL.

SEGMENTO

Payday loan: >=30 días | Installment loan: >30 días

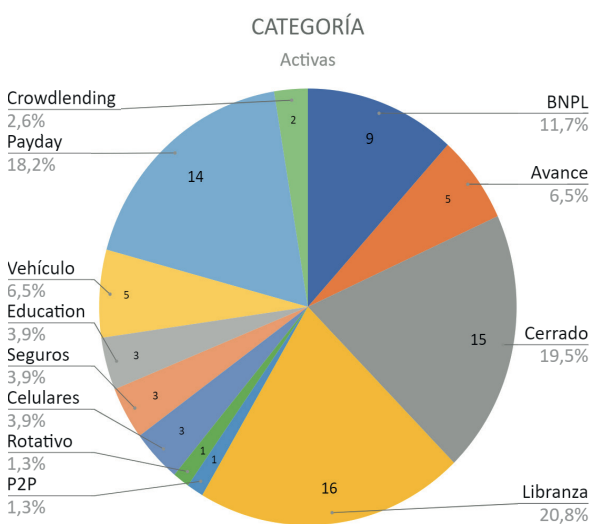


■ IL ■ PDL

CATEGORÍAS

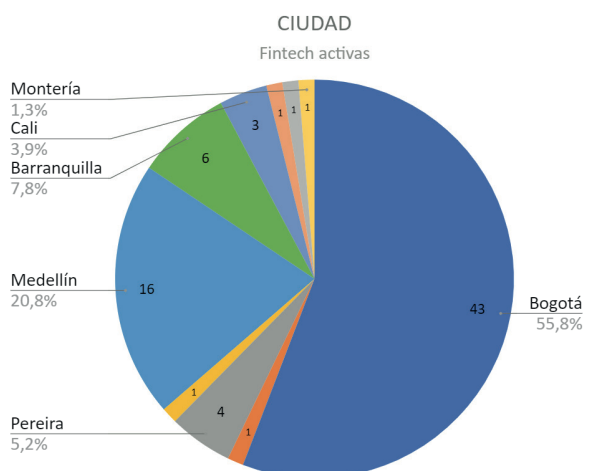
Dentro de las 12 categorías, se encontró que los tipos de crédito más representativos son las libranzas (salary loans) con el 20,8% de participación, seguido de los crédito cerrados (19,5%) y los payday loans con el 18,2%. De cerca la cate-

goría Buy Now Pay Later (BNPL) o Compre Ahora Pague Después con el 11,7%. entre las cuatro categorías suman 54 jugadores fintech.



UBICACIÓN

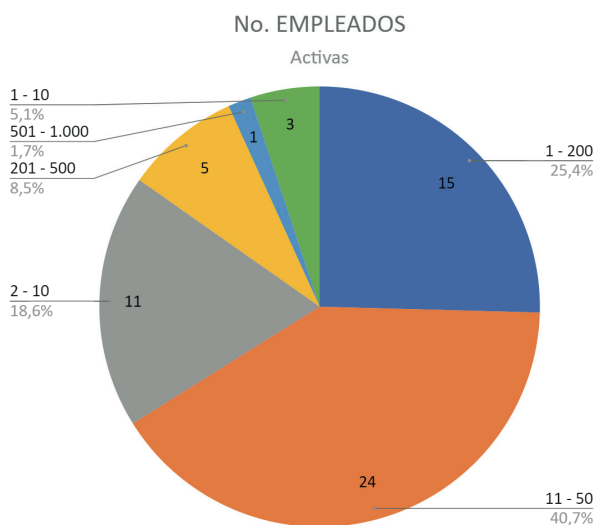
La concentración de empresas fintech de crédito digital B2C en Colombia se encuentra principalmente en la ciudad de Bogotá (55,8%), donde se registran la mayoría de las empresas (43). Otras ciudades que también presentan una cantidad significativa de empresas fintech son Medellín con 16 (20,8%), Barranquilla con 6 (7,8%), Pereira con 4 (5,2%) y Cali con 3 (3,9%). Aunque hay algunas empresas localizadas en ciudades más pequeñas como Neiva, Chía, Manizales, Tunja y Montería, su número es mucho menor en comparación con las ciudades anteriormente mencionadas. Esta concentración en las principales ciudades puede estar relacionada con el acceso a recursos humanos capacitados en tecnología y finanzas, así como a una mayor concentración de población y mercado en estas áreas urbanas.



ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL (EMPLEADOS)

Las empresas fintech de crédito digital B2C en Colombia presentan una amplia variedad en cuanto a su tamaño y estructura organizacional. Según el estudio, el 40,7% de estas empresas cuentan con una plantilla de entre 11 y 50 empleados, mientras que un 25,4% tienen entre 51 y 200 empleados. Por otro lado, un 18,6% de las empresas fintech tienen entre 2 y 10 empleados. Por encima de estos rangos, se encuentran las empresas más grandes que tienen entre 201 y 1.000 empleados.

Cabe destacar que las startups fintech, en su mayoría, presentan niveles bajos de headcount, con una plantilla que varía entre 1 y 10 empleados. Esta estructura organizacional es común en empresas en etapas tempranas de su desarrollo, ya que les permite mantener costos bajos y una mayor flexibilidad para adaptarse a cambios y oportunidades del mercado.



ANTIGÜEDAD

Según el estudio, podemos decir que las fintechs se clasifican en diferentes categorías según su edad.

Las fintechs que tienen entre 1 y 2 años de edad representan el grupo más joven y cuentan con un total de 17 empresas. Estas empresas se

encuentran en una etapa temprana de su ciclo de vida y aún están en proceso de crecimiento y consolidación.

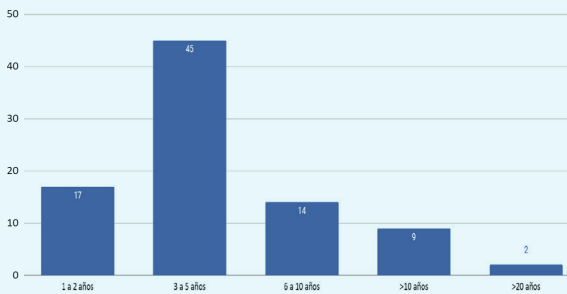
Las fintechs que tienen entre 3 y 5 años de edad representan el grupo más grande, con un total de 45 empresas. Este grupo incluye empresas que ya han superado su etapa inicial y han experimentado cierto nivel de éxito en el mercado.

Las fintechs que tienen entre 6 y 10 años de edad representan un grupo más pequeño con solo 14 empresas. Estas empresas ya tienen una trayectoria más establecida y han logrado consolidarse en el mercado.

Las fintechs que tienen más de 10 años de edad representan un grupo aún más pequeño, con solo 9 empresas. Estas empresas son veteranas en el mercado y han logrado resistir y adaptarse a los cambios y desafíos a lo largo de los años.

Finalmente, hay solo 2 fintechs que tienen más de 20 años de edad, lo que indica que estas empresas han sido pioneras en el sector y han tenido un éxito duradero.

ANTIGÜEDAD
Años



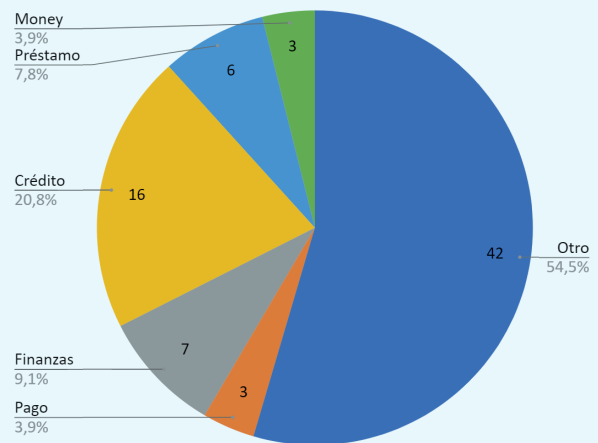
NOMBRE

Según el estudio, el nombre de una fintech puede decir mucho sobre la empresa y su enfoque comercial. Se encontró que el 20,8% de las fintechs utilizan segmentos de la palabra "crédito" dentro de su marca comercial, lo que sugiere que el crédito es un tema central para estas empresas. Además, "finanzas" y "préstamo" también son palabras populares utilizadas en los nombres de las fintechs, con el 9,1% y el 7,8% de las empresas, respectivamente, utilizando estas palabras en su marca. En general, el nombre de una fintech puede

ser un indicador útil del enfoque comercial de la empresa y su posición dentro del mercado.

NOMBRE COMERCIAL

Referente a las palabras "préstamo", "credito", "finanzas", "pagos" y "money".

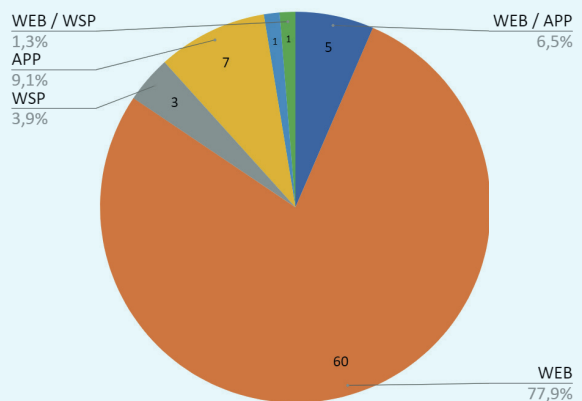


CANAL

La lista muestra que la mayoría (77,9%) de las empresas utilizan el canal web para llegar al público (60 empresas). Además, hay 7 empresas que utilizan aplicaciones móviles como canal de comunicación, mientras que 5 empresas utilizan tanto la web como la aplicación. También se puede ver que 4 empresas utilizan WhatsApp como canal de comunicación, 1 empresa utiliza un punto de venta físico (POS) y otra utiliza tanto la web como el WhatsApp. En general, se puede decir que las empresas de fintech están utilizando una variedad de canales para llegar a su público objetivo.

CANALES

Activas



CATEGORÍA	TASA DE INTERÉS (E.A.)			PLAZO		MONTO	
	Mín	Prom	Máx	Min	Máx	Mín	Máx
Avance	0%	-	25%	1	1	\$100.000	\$500.000
BNPL	0%	27,46%	45,27%	1	36	\$100.000	20 MM
Celulares	45,10%	-	45,10%	3	36	\$500.000	1 MM
Cerrado	16,35%	30,66%	45,17%	2	60	\$100.000	20 MM
Crowdlending	18,30%	22,56%	26,83%	1	48	5 MM	31 MM
Educación	24,46%	-	24,46%	2	60	\$200.000	25 MM
Libranza	14,00%	28,51%	44,20%	1	144	\$80.000	150 MM
P2P	32,25%	-	32,25%	6	18	1 MM	10 MM
Payday	24,87%	33,68%	45,27%	1	1	\$100.000	1,5 MM
Rotativo	33,32%	-	33,32%	1	12	\$300.000	20 MM
Seguros	42,95%	44,11%	45,27%	1	12	\$100.000	1 MM
Vehículo	19,40%	28,85%	45,27%	1	48	\$400.000	50 MM

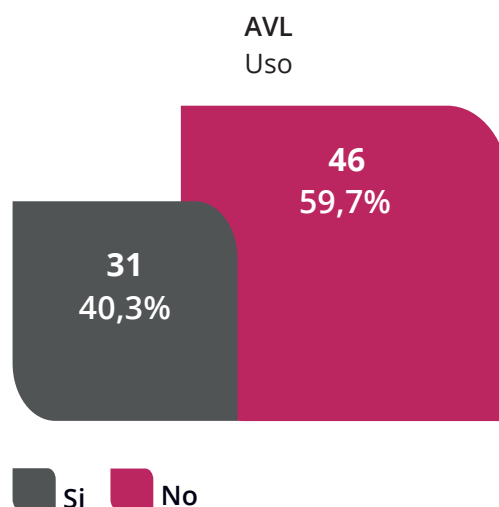
Si miramos tasas por segmentos, encontramos:

SEGMENTO	TASA DE INTERÉS (E.A.)			Plazo
	Mínimo	Promedio	Máximo	
IL	14%	30,37%	45,27%	1 a 144 meses
PDL	24,87%	31,43%	45,27%	5 a 30 días

PRODUCTO

La tabla muestra una comparación de las tasas de interés efectivas anuales (E.A.), los plazos y los montos mínimos y máximos para diferentes categorías de préstamos. Los datos revelan que la tasa de interés para los préstamos varía según la categoría, con tasas desde el 0% para los préstamos de avance hasta el 45,27% para varias categorías. Los plazos también varían ampliamente, desde 1 mes hasta 144 meses dependiendo de la categoría de préstamo. En cuanto a los montos, también hay una amplia variación, desde un mínimo de \$100.000 hasta un máximo de \$50 MM. En resumen, estos datos muestran la diversidad de opciones de préstamos disponibles en el mercado financiero y la importancia de comparar las diferentes opciones antes de elegir el mejor modelo de negocio y tipo de producto.

cada vez más actores ofrecen modelos de aval. De los 77 participantes activos, 31 ofrecen este servicio mientras que 46 no lo hacen. Además, el número promedio de avalistas entre las fintech que lo ofrecen es de 11, bajo el modelo de bolsa.



AVAL

El aval de crédito es una figura jurídica que implica vincular a una persona diferente al deudor principal para garantizar el cumplimiento de una obligación. Esta forma de garantía no individual está ganando terreno en el sector financiero, y

Costos Extras:

En la lista de costos extras que se pueden encontrar en las fintech, destacan aquellos relacionados con la "Tecnología", con un total de 19 empresas que lo incluyen en sus cargos.

En segundo lugar, se encuentran los costos de “Administración” con 17 empresas y, en tercer lugar, los costos de “Seguro” con 16 empresas. Además, es importante tener en cuenta que algunas compañías agrupan varios cobros en un solo concepto, lo que puede generar confusión en los consumidores.

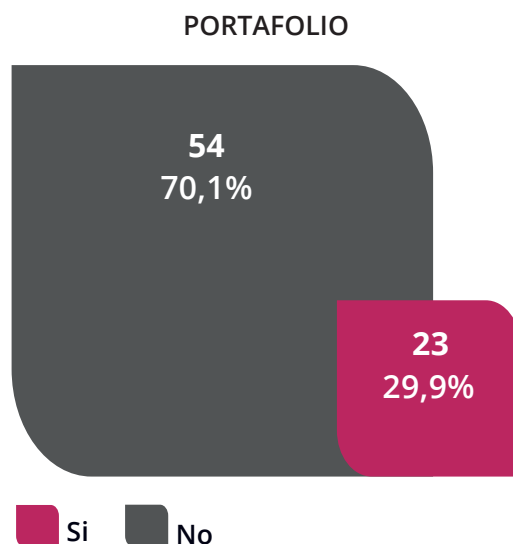
Estos costos extras pueden sumar significativamente al costo total de un crédito y, por lo tanto, es esencial que las fintech los tengan en cuenta al evaluar su modelo de negocio, al igual que tener en cuenta los limitantes regulatorios al aplicarlos.

Son 55 empresas, en diferentes categorías, que realizan algún tipo o mezcla de cobros extras en sus operaciones de crédito, mientras que 22 no los tienen.

Rubro	Recuento
Tecnología	17
Administración	14
Seguros	8
Aval	2
Fast track fee	2
Plataforma	2
Comisión	3
Seguro deudor	3
Afiliación coop	2
Estudio de crédito, Descuentos al desembolso, Evaluación crediticia, Validación de identidad, Transferencia, Envío, Asesoría comercial, Verificación express, Pagaré, Uso de plataforma, Processing fee, Community G, Estructuración, Suscripción, Fee entrada, Comisión x tx.	1

PORTAFOLIO

La gráfica indica que la mayoría de las fintech en la lista son monoproducto, es decir, ofrecen un solo tipo de producto financiero. Solo un poco más del 30% de las empresas son multiproducto, lo que significa que ofrecen varios tipos de productos financieros a sus clientes.

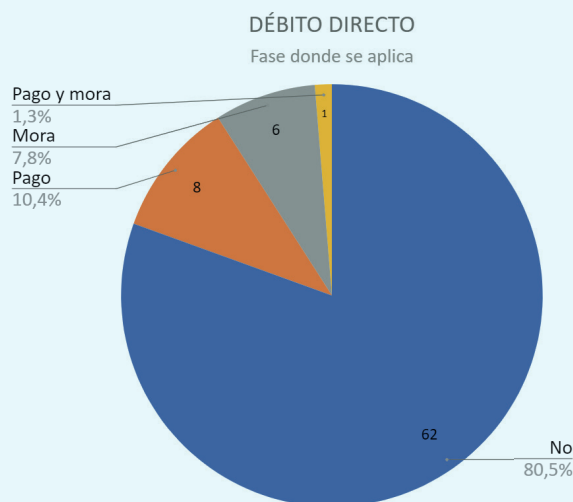


Este dato puede ser importante para los empresarios que buscan expandir su portafolio de productos financieros o para aquellos que desean enfocarse en un solo producto para ser más especializados y competitivos en este particular mercado. Conocer si una fintech es monoproducto o multiproducto les permite tener una mejor comprensión de su competencia y del mercado en general. Además, les ayuda a identificar oportunidades de crecimiento y a definir su estrategia comercial de manera más eficaz. En resumen, esta información es crucial para los empresarios que buscan tomar decisiones bien informadas y maximizar sus posibilidades de éxito en el mercado financiero.

DÉBITO DIRECTO:

El débito directo es una opción de pago automático que permite a los deudores realizar cargos en su cuenta bancaria de manera periódica para pagar sus préstamos. En este listado, se observa que solo el 19,5% de las 77 fintechs utilizan el débito automático como método de pago. El 10,4% lo aplican para la fecha de pago, mientras que el 7,8% solo lo utiliza para aquellas personas que han registrado atrasos en los pagos. Uno solo aplica ambas opciones.

Es importante destacar que el débito directo puede ser una herramienta muy útil tanto para las fintech como para los clientes. Para las fintech puede simplificar el proceso de cobro de pagos y reducir el número de cuentas pendientes. Para los clientes, el débito directo puede ayudar a evitar retrasos en los pagos, lo que puede ahorrar tiempo y dinero en cargos por pagos atrasados.



En resumen, este extracto del estudio proporciona una visión bien completa del ecosistema fintech de crédito digital B2C en Colombia con corte de febrero de 2023, lo que permite al público en general conocer los diferentes modelos y productos de crédito digital líderes en la industria y comprender los criterios para ser considerado una empresa fintech en este campo.

Nuestro equipo de expertos fintech y finanzas cuenta con una amplia experiencia en liderazgo y desarrollo de negocios de tecnología financiera, así como en el conocimiento del mercado y los productos o servicios fintech. Además, contamos con un network profesional a nivel C-level, lo que nos permite ofrecer soluciones eficientes y organizadas con una rápida ejecución y resultados medibles. Todo esto combinado con nuestra orientación al cliente y nuestra capacidad para crear valor agregado nos convierte en el socio ideal para cualquier proyecto.

**Los invitamos
a concerns y explorar
posibilidades de negocios
fintech.**

TECHNOVATION

Technovation SAS es la primera consultora fintech especializada en crédito digital B2C en Colombia. Con más de 4 años de experiencia en el mercado, ofrece soluciones innovadoras y personalizadas a través de su portafolio de productos y servicios, desde el desarrollo hasta la dirección de empresas fintech, diseño de productos de crédito digital y aseguramiento regulatorio. Además, aporta conocimiento a la academia fintech mundial a través de webinars, eventos y cursos cortos y busca consolidar la información y datos reales de la vertical de crédito digital B2C en Colombia. En paralelo se dedica a consolidar el ecosistema fintech investigando, analizando y registrando los jugadores de crédito digital B2C.

JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

Technovation ha realizado estudios trimestrales rigurosos desde 2019 sobre la industria de crédito digital B2C en Colombia para proporcionar información escasa y ayudar a los clientes a desarrollar negocios tecnológicos y expandir operaciones en el mercado colombiano. También brindan asesoramiento y apoyo a empresas extranjeras interesadas en ingresar al mercado colombiano de crédito digital.

Technovation

www.technovation.com.co

jp@technovation.com.co

+57 318 2530461





COLOMBIA
FINTECH



ISBN: 978-628-95593-1-6



9 786289 155931 6