

## La Nueva Banca Digital: Neobancos y su penetración novedosa ante la generación centennial en México

### The New Digital Banking: Neobanks and their novel penetration among the centennial generation in Mexico

*Juan M. Valencia-Hernández<sup>a</sup>, Luis A. Quezada-Téllez<sup>b</sup>*

---

#### Abstract:

One of the most significant innovations in the field of digital banking are the neobancos, which are transforming the way people manage their finances in Mexico and offering affordable and personalized financial services through technologically advanced platforms that have emerged between a wide variety of native digital services. These services, such as mobile payments, instant transfers and expenses management, allow users to completely control their finances. This article examines the main characteristics of the Neobancos, including their availability, individualization and advanced technology. It also examines to what extent they influence traditional banks that have to adapt to this new reality to continue being competitive. It also analyzes the opportunities and challenges faced by Neobancos in the Mexican market of generation Z, such as the need to comply with regulations and guarantee the safety of user data.

#### Keywords:

*Neobank, financial technology, banking, Fintech, centennial, finance.*

---

#### Resumen

Una de las innovaciones más significativas en el ámbito de la banca digital son los neobancos, los cuales están transformando la manera en que las personas gestionan sus finanzas en México y ofreciendo servicios financieros asequibles y personalizados mediante plataformas tecnológicamente avanzadas que han surgido entre una amplia variedad de servicios digitales nativos. Estos servicios, como pagos móviles, transferencias instantáneas y gestión de gastos, permiten a los usuarios controlar completamente sus finanzas. Este artículo examina las características principales de los neobancos, incluida su disponibilidad, individualización y tecnología avanzada. También examina hasta qué punto influyen en los bancos tradicionales que tienen que adaptarse a esta nueva realidad para continuar siendo competitivos. También analiza las oportunidades y desafíos que enfrentan los neobancos en el mercado mexicano de la Generación Z, como la necesidad de cumplir con regulaciones y garantizar la seguridad de los datos de los usuarios. Los resultados de la investigación en la Escuela Superior de Apan de la Universidad Autónoma de Hidalgo han demostrado que la mayor parte de los estudiantes ha usado los servicios de los neobancos. Además, el estilo común entre los encuestados era abrir cuentas bancarias por aplicaciones para móviles y apreciar su comodidad. Una inclinación definida hacia la inversión en neobancos ha sido revelado a pesar de los bajos resultados que producen en comparación con la banca tradicional.

#### Palabras Clave:

*Neobanco, tecnología financiera, banca, Fintech, centennial, finanzas.*

---

### Introducción

Existen dos años clave en la historia de las tecnologías financieras (Fintech) a nivel mundial. El primero es 1998, cuando se fundó Confinity, la empresa que desarrolló

PayPal, un sistema de pagos concebido específicamente para Internet. PayPal permite a los usuarios enviar y recibir pagos de manera segura mediante una dirección de correo electrónico, utilizando una tarjeta de crédito o una cuenta bancaria vinculada. Este sistema se basa en la

<sup>a</sup> Autor de Correspondencia, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo | Escuela Superior de Apan | Apan-Hidalgo| México, <https://orcid.org/0009-0004-9984-6002>, Email: manvalhz31@gmail.com

<sup>b</sup> Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo| Escuela Superior de Apan | Apan-Hidalgo| México, <https://orcid.org/0000-0002-9262-9951>, Email: luis\_quezada@uaeh.edu.mx

infraestructura financiera tradicional, que incluye cuentas bancarias y tarjetas de crédito, y utiliza a Wells Fargo, un destacado banco estadounidense, como su principal proveedor para el procesamiento de pagos. (Santomá Juncadella, 2004).

En México, la historia de las Fintech comenzó en 2005 con la entrada de PayPal al mercado. Para el año 2008, aparecieron en el mercado los primeros teléfonos inteligentes (smartphones), lo que marcó un hito en la evolución de las Fintech. La combinación de la posibilidad de realizar pagos a través de Internet y el creciente acceso de la población a servicios de datos móviles ha impulsado significativamente el crecimiento de las tecnologías financieras (Ortiz Ávalos, 2023).

En 2011, se crearon las primeras dos empresas Fintech desarrolladas por mexicanos: Kubo Financiero y Conekta. Posteriormente, ya para el 2016, ya operaban alrededor de 158 empresas Fintech en todo el país (Ortiz Ávalos, 2023). De acuerdo a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), en noviembre de 2023 el sector de banca múltiple estaba compuesto por 50 instituciones, que representaban un total de 13,522,657.11 millones de pesos en activos. A pesar de la existencia de estas 50 instituciones, el mercado se encuentra altamente concentrado, ya que nueve bancos, en su mayoría de origen extranjero, controlan aproximadamente el 80% del mercado (Ortiz Ávalos, 2023).

Aunque la tecnología siempre ha influido en el sector financiero, los avances recientes han transformado radicalmente su funcionamiento. Ejemplos de ello incluyen la introducción de cajeros automáticos y las transferencias bancarias, sucesos que han revolucionado la manera de realizar transacciones financieras (Goldstein, Jiang y Karolyi, 2019). Debido a ello, el objetivo principal de las Fintech es hacer que las transacciones sean más cómodas, eficientes, seguras y accesibles (Anantadjaya, Setiawan, Violin, Moridu y Muhsin, 2023).

Cabe resaltar que las Fintech se distinguen por cambios que provienen de fuera del sector financiero tradicional. Startups y grandes empresas tecnológicas actualmente desafían a los actores financieros tradicionales mediante la introducción de nuevos productos y tecnologías, lo que ha intensificado la competencia, (Goldstein, Jiang y Karolyi, 2019).

México se ha consolidado como un mercado con gran potencial para el desarrollo de la industria Fintech. Entre diciembre de 2015 y enero de 2017, el país atrajo más de 89 millones de dólares en inversiones. Según Ortiz (2023), México ocupa el segundo lugar en América Latina en número de empresas Fintech, solo superado por Brasil, y seguido por Colombia, Argentina, Chile y Perú. De acuerdo con Finnovating, plataforma que conecta empresas de tecnología financiera con inversionistas, el sector Fintech en México continúa creciendo. En su análisis más reciente, se identificaron 1,359 firmas activas en este sector, incluidas empresas con sede principal fuera del país y subsegmentos como seguros y criptomonedas, cifra que

supera las 844 registradas en marzo de 2023 (Estrada, El Economista, 2023).

Finalmente, el estudio La irrupción de las fintech: el impacto financiero de los neobancos en España (Herrera Navarro, Pérez Melián y Rodríguez Varela, 2019), destaca un aumento significativo en la rentabilidad de los inversores en neobancos. Este crecimiento sugiere un futuro prometedor para este tipo de inversiones, consolidando a los neobancos como un modelo a seguir en el sector financiero.

Los neobancos son una forma sustancialmente nueva para el mundo financiero. Los neobancos son instituciones financieras originariamente digitales que no poseen ninguna sucursal de banco y aportan una selección amplia de servicios financieros; entre los cuales encontramos la cuenta de ahorro, tarjetas de débito y crédito y transferencias internacionales, todo ejecutado mediante la aplicación y la plataforma digitales. Los neobancos se basan en diferenciarse de manera más amigable y atractiva, prestan servicios personalizados y optimizan los gastos. Estas entidades se diferencian por ser capaces de incorporar alta tecnología, como inteligencia artificial y análisis de datos, y así brindar rápidas soluciones ajustadas a los requerimientos del usuario. A su vez, al llevar a cabo modelos exentos de altas comisiones y, además, de un modelo de negocio más ágil que abarque sectores descuidados por los bancos tradicionales, los neobancos pueden competir rápidamente en mercados abiertos. Para (King, 2018) la rivalidad en el mercado financiero se ha ajustado abordando un enfoque basado en la innovación, desafiando a las instituciones tradicionales a innovar en sus modelos de servicio.

Los centennials son una generación nacida entre los 90 y los 2000, criada con la tecnología digital e Internet. Estos clientes son usuarios de todo lo rápido, cómodo y personalizado, prefieren usar apps financieras y neobanco que los servicios bancarios tradicionales. Además, compran productos a empresas transparentes y exigentes sostenibilidad y este enfoque también se ve en la contratación de servicios adaptados a sus particulares necesidades y del desarrollo servicios innovadores. (Francis & Hoefel, 2018)

El sector financiero ha experimentado una transformación digital que ha fomentado el uso de tecnologías emergentes, como Fintech y neobancos, renovando la conexión entre consumidores y servicios bancarios. Investigaciones como "El uso de las Fintech por la generación millennial en México" (Mendoza, 2021) muestran que los millennials eligen hacer transacciones financieras en plataformas digitales por su economía y comodidad, en lugar de ir a oficinas físicas. Este hallazgo coincide perfectamente con la tendencia global hacia la digitalización de los servicios financieros. Este fenómeno se manifiesta en el aumento de los neobancos, que son objeto de estudio en el informe "Impacto de los Neobancos en consumidores financieros y la banca tradicional en Bogotá"

(Saavedra, 2022). Estos neobancos han adquirido una importancia notable y significativa al proporcionar servicios que son completamente digitales. Esta oferta resulta especialmente atractiva para aquellos consumidores que realmente valoran aspectos como la accesibilidad y la innovación en sus experiencias financieras.

Ambas investigaciones coinciden en que estas plataformas están superando a la banca tradicional, sobre todo entre los jóvenes, aunque aún hay retos de seguridad y confianza. Estos datos enfatizan la importancia de estudiar cómo los neobancos están alcanzando a la generación centennial en México, un segmento demográfico que, similar a los millennials, muestra gran afinidad por la tecnología y la conveniencia digital, pero que no ha sido suficientemente explorado en el contexto mexicano.

El presente artículo desarrolla una investigación cuantitativa descriptiva que tiene como objetivo analizar los neobancos en México, su evolución y su crecimiento entre la generación centennial.

El artículo presente emprenderá con el Crecimiento y potencial de las fintech, seguido de la emergencia y utilización de los neobancos en México: revisión detallada de las innovaciones tecnológicas que han tornado masivo el acceso a los servicios financieros, innovadores, personalizados, así como como y amigables, estimulando e impulsando la inclusión financiera. El trabajo surgirá de la convicción de cómo dichas plataformas van influyendo hasta el punto de moldear los hábitos financieros de la Generación Centennial, compuesta por los jóvenes nacidos entre los 90's y 2000, evidenciando un interés creciente frecuentar estas herramientas que ofrecen soluciones personalizadas y accesibles. En el curso de la recuperación de datos a partir de cuestionarios cuantitativos proporcionados por los estudiantes de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, un análisis será creado para evaluar en qué medida el uso frecuente de los neobancos afecta su comprensión y familiaridad con el medio ambiente financiero digital. Dicha técnica ayudará a revelar los patrones de gestión y administración financiera en comparación con el uso de enfoques convencionales. Por último, se proveerá una visión clara del efecto que hacen estas plataformas en la formación de los hábitos financieros de la generación. Con este análisis exhaustivo, contribuimos al entendimiento-comprensión del papel en el que se aventuran los neobancos en el ecosistema financiero mexicano, así como su potencial para transformar la experiencia bancaria de las nuevas generaciones que optan por lo más fácil, rápido y cómodo, que hace referencia a la innovación digital.

## 1. Fintech y la generación Centennials

### 1.1. Crecimiento y potencial Fintech

En México, el crecimiento de las fintech representa una emocionante oportunidad para transformar a interacción con los servicios financieros y los servicios financieros. A

medida que el mundo se vuelve cada vez más digital, con el auge del comercio electrónico y la adopción generalizada de tecnologías digitales, las fintech están desempeñando un papel crucial en la democratización del acceso a servicios financieros. Desde plataformas de pagos móviles hasta aplicaciones de préstamos en línea, estas innovadoras empresas están brindando soluciones ágiles, accesibles y personalizadas que se adaptan a las necesidades de una población cada vez más conectada.

Un ejemplo es PayPal, con dos millones de cuentas activas, es una plataforma utilizada para pagos en línea o por compras. El servicio de pago de PayPal se introdujo en 2018. (PayPal, 2018)



Figura 1. Evolución en el ecosistema Fintech

### 1.2. Generación centennial

En cuanto a la percepción y determinación del término "generación" ha sido atestiguado por varios académicos, cada uno ofreciendo su propia interpretación. Algunos se centran en la conexión familiar, considerando las generaciones como grupos sucesivos unidos por lazos de parentesco y valores compartidos. Otros introducen un enfoque más amplio y vislumbran a las generaciones como grupos de individuos que tienen experiencia y experiencia comunes en momentos cruciales en la historia o en los tiempos que marcan un cambio significativo en la sociedad. La diversidad de estas perspectivas enfatiza la complejidad del término "generación" y las diferentes formas en que puede entenderse y usarse en diferentes contextos académicos y sociales.

El término "Centennial" desde el nacimiento hasta la Generación Alpha designa aquellos que son nativos digitales, por lo tanto, los gadgets móviles para estos individuos son los medios de comunicación, empleo, diversión, etc. El simple hecho de nacer en el tiempo al que la tecnología era un elemento intrínseco de su vida, les proporcionó una visión radicalmente diferente del planeta (Villagómez, 2018).

Sharma (2019) enfoca su estudio en los centennials nacidos después de 1997. Por el contrario, Ortega y Vilanova 2016 los clasifican como individuos nacidos entre 1994 y 2009.

Ramos y Rodríguez, 2019 los ven como individuos nacidos después de 2000, mientras que Lara, Gonzales y Romero, 2009, clasifican a este grupo como los nacidos entre mediados de los años 1990 y 2009. Bjar Tinoco, Madrigal Moreno y Bejar Tinoco, 2021.

A lo largo del tiempo, las características distintivas de las distintas generaciones se han ido moldeando y arraigando en la historia. Diversos eventos y circunstancias, como conflictos bélicos, movimientos sociales, transformaciones políticas y la revolución industrial, han dejado una marca indeleble en la historia y en las generaciones venideras.

### 1.3. Centenials en finanzas personales.

En una época de decadencia económica, desigualdad, inseguridad laboral y presencia en redes sociales, el Centennial ha alcanzado la mayoría de edad (Robinson & Schänzel, 2019). Respecto a la creatividad, intentan desarrollar sistemas innovadores que puedan dar lugar a cambios significativos en su implementación, facilitando así dicho cambio, siendo así menos idealistas y más pragmáticos, mientras que los Millennials quieren cambiar el mundo que heredan ((Ciemiagómez, 2018).

Son la primera generación en ser abiertos en temas relacionados con la identidad sexual, además de tener la mente más abierta que otras generaciones, también saben en qué circunstancias decir que no y en qué circunstancias alzar la voz para defender sus derechos (Madrigal-Moreno et al., 2021).

Las finanzas profesan un papel fundamental en la vida cotidiana de todas las personas, independientemente de su nivel de conocimiento o experiencia en el ámbito financiero. A menudo subestimado, el uso de las finanzas se extiende mucho más allá de las inversiones. Desde las decisiones de compra diarias hasta la planificación a largo plazo para la posteridad, las finanzas están intrínsecamente entrelazadas con nuestras actividades diarias. Las decisiones financieras que tomamos, ya sea al comprar una taza de café por la mañana o al invertir en bienes raíces, tienen un impacto directo en nuestra situación económica y bienestar general. Además, la gestión efectiva de las finanzas personales es esencial para alcanzar metas financieras, como la compra de una casa, el ahorro para la educación de los hijos o la jubilación. El entendimiento y uso efectivo de las finanzas faculta la toma de decisiones informadas y mejorar nuestra calidad de vida a largo plazo.

## 2. Inclusión financiera en la tecnología

El nombre proviene de la palabra inglesa financial technology, es una combinación de tecnología digital y servicios financieros. Tradicionalmente un porcentaje de la población adulta cuenta con al menos algún producto financiero formal. Sin embargo, esta hecho no tiene en cuenta el uso efectivo de los productos financieros.

Las empresas especializadas en este campo, Fintech, utilizan nuevos modelos de negocio basados en el uso de estas tecnologías para proporcionar nuevos servicios financieros a personas, empresas y gobiernos (por ejemplo, sistemas de pago móvil, préstamos persona a persona, esquemas de financiación colectiva, etc.). Proporcionan a los usuarios un mayor control sobre su situación financiera y posibilitan nuevas formas de interacción económica y financiera que reducen la fricción (costes no monetarios como los retrasos en el tiempo de realización de las transacciones financieras) y los costes de transacción. (Financial Technology, 2017).

El objetivo principal de las fintech es facilitar el acceso al sistema bancario a poblaciones tradicionalmente excluidas del acceso a servicios financieros. Empresas buscan romper barreras y democratizar el acceso a productos financieros, principalmente cuentas de ahorro, préstamos y seguros, a través de soluciones de innovación y tecnología. Las fintech representan una oportunidad real para mejorar su situación financiera y alcanzar sus objetivos económicos para muchas personas, especialmente aquellas que viven en comunidades remotas, olvidadas o de bajos ingresos. Las fintech juegan un papel importante en fomentar la inclusión financiera y la construcción de un sistema financiero más justo y accesible para todos al ofrecer opciones más flexibles, convenientes y personalizadas.

### 2.1. Soluciones financieras

En un panorama más amplio, el surgimiento de las Fintech en el ámbito mexicano ofrece una ventana muy esperanzadora para volver a configurar el ecosistema de servicios financieros. Constructivamente, la tendencia de lo digital ha generado un escenario ideal para soluciones Fintech, un resultado directo de la proliferación del comercio internacional de bienes y servicios y la introducción de mayor cantidad de tecnología digital en la vida cotidiana.

Entonces, desde aplicaciones de pago de billetera móvil hasta plataformas de préstamo en línea, todas las entidades disruptivas se combinan para impulsar soluciones financieras flexibles y ágiles e híper personalizadas para las crecientes necesidades de ciudadanos. Esto ha ayudado tanto a simplificar las necesidades financieras habituales como a fomentar una mayor inclusión financiera y un empoderamiento social, financiero y económico.

## 3. Neobancos

El término neobanco fue acuñado en 2017 para hacer referencia a las nuevas instituciones financieras Fintech. A diferencia de los bancos tradicionales, los neobancos no cuentan con sucursales urbanas ni rurales, dado que operan completamente de forma digital, mediante el uso de aplicaciones móviles y sitios web, haciendo uso de

tecnologías que involucran sistemas de inteligencia artificial (Villavicencio, 2019).

El centro del enfoque está la resolución de las necesidades de los consumidores financieros sobre la base del análisis y gestión de datos y la rápida consolidación de acuerdo con un moderno modelo relacional y digital. Se diferencia del modelo de banca tradicional, cuya debilidad, en cambio, ha sido la debilidad de los canales físicos de las entidades, como oficinas y sucursales.

### 3.1. Big data

En cuanto a su modelo financiero, tenemos la disminución de costos de la misma, emprendida a partir de la ausencia de infraestructura física tradicional, genera una gran ventaja competitiva. La utilización de tecnologías basadas en Big Data, junto al “diferencial” en cuanto a la gestión de datos de la compañía también incrementan la eficiencia y agilidad, haciendo a través de sus operaciones de la estrategia comercial.

El big data se define como la agrupación de una gran cantidad de datos que pueden provenir de diferentes fuentes, el cloud computing se centra en el análisis y procesamiento de datos en la nube (Sharma, 2019).

El crecimiento de estas bases de datos ha sido posible debido al uso intensivo de internet y al empleo constante de motores de búsqueda como Google, Bing, Yahoo!, etc. Numerosos sitios web frecuentemente visitados recopilan datos sobre su comportamiento en dichas plataformas. Este proceso es considerado completamente legal, ya que la recolección de información está respaldada por la aceptación previa de la política de privacidad, un documento que, en la mayoría de los casos, no se lee en detalle antes de aceptar.

### 3.2. Clasificación neobanco

Zamora (2023), propone una clasificación a los neobanco bipartita, por una parte, están los 100% digitales y por la otra los híbridos que cuentan con una parte digital y otra física.

- Neobanco creados por una entidad bancaria que ya se encuentra en el mercado, con la intención a atraer clientes nuevos a los que están dirigidos dichos neobanco.
- Neobanco creados desde el primer momento de manera digital, sin contar con canales de distribución de la banca tradicional, pero con servicios similares.

### 3.3. Servicios destacados de Neobancos

Los productos y servicios ofrecidos por estos se caracterizan por ser de alta calidad y fácil accesibilidad,

privilegiando la experiencia del consumidor con procesos simplificados.

En este apartado tenemos una gama amplia en la que destacan:

- Experiencia digital: Sus interfaces están diseñadas de manera intuitiva y personalizada a cada usuario, lo cual resulta más amigable con el usuario.
- Tarjetas personalizadas: Algunos neobancos ofrecen tarjetas temporales para compras en línea aumentando así la seguridad de las mismas. Por otro lado, también están las tarjetas físicas con avanzadas tecnologías con números dinámicos al usar por transacción, sin dejar de lado los diseños creativos e innovadores del plástico de la tarjeta.
- Control de finanzas personales: Aquí se encuentran herramientas personalizables a cada usuario dependiendo sus necesidades, permitiendo un monitoreo por parte del usuario respecto sus finanzas personales.
- Micro inversiones: Se ofrecen rendimientos muy atractivos y competitivos a plazos no forzados, teniendo una gestión de estas muy fácil desde su misma interfaz.
- Micro-creditos: Disponibilidad de líneas de créditos pequeños, con muy poco tiempo de aprobación y mínimos requisitos.
- Transacciones: Envío recepción de dinero de manera inmediata sin generar costes.
- Seguridad: se utiliza una confirmación biométrica, que incluye reconocimiento facial, huellas digitales y autenticación de factores múltiples para garantizar la seguridad.
- Cuentas en divisas: Algunos neobanco permiten tener cuentas en divisas como Wise, así mismo él envió y recepción de divisas de manera internacional con comisiones bajas y tasas de cambio muy competitivas.

## 4. Usuarios

### 4.1. Generaciones digitales

La tecnología digital local (generación x, y z), no es separable de su vida diaria porque tienen suficiente tiempo para simplificar sus actividades diarias que facilitan el trabajo, los estudios o la vida normal con innumerables aplicaciones o costos gratuitos que han aumentado con el tiempo. (Cárdenas García, Cáceres, & Librada, 2019).

### 4.2. Adquisición de usuarios

Tienen la fortaleza de vincular clientes mediante estrategias de marketing en las redes sociales y el voz a voz, ofreciendo principalmente sus servicios a clientes de la banca minorista, banca de consumo o banca retail, dirigen su oferta de valor al público en general, emprendedores, pequeñas y medianas empresas, dependiendo la

regulación de cada país, pueden ofrecer una amplia gama de servicios, aunque principalmente los productos corresponden a préstamos, ahorros, gestión financiera personal y productos de seguros. (Zamora Castillo, 2023).

Además de crear, diseñar e innovar diferentes prototipos de servicios financieros, estas entidades se dedican a educar y brindar asesoría a sus clientes, con el fin de ayudarles a alcanzar sus metas económicas y mejorar su bienestar financiero. Utilizando tanto canales digitales como físicos, buscan ofrecer una experiencia de negocio que sea personalizada y de fácil acceso, adaptándose a las necesidades y tendencias del mercado de sus clientes. Esto les permite convertirse en un aliado clave para el desarrollo económico y la inclusión financiera en la región.

## 5. Atributos y retos que enfrenta la neobanca

### 5.1. Atributos en los neobancos

- Experiencia al cliente más sencilla e intuitiva: En este punto se tiene la apertura de cuentas en pocos pasos muy sencillos que toman muy poco tiempo y con requisitos mínimos, asimismo podrás hacer uso de la cuenta desde el primer momento después de haber firmado el contrato de manera digital.
- Comisiones. Las comisiones suelen ser bajas o nulas en ciertos servicios, ya que estos trabajan de manera remota.
- Efectivo. La neobancos son digitales, y eso hace referencia a sus servicios son totalmente digitales, pero no dejan de lado el efectivo, por este lado se apoyan de los cajeros de otros bancos tradicionales para que tú puedas hacer uso y de ellos en cuanto a retiros o depósitos, cabe mencionar en esta parte que en algunos cajeros y en algunos neo bancos hay comisiones bajas por hacer uso de cajeros ajenos al neobanco y en ocasiones suelen ser reembolsadas.
- La vida digital: Ahora se puede acceder a los servicios desde dispositivos móviles con conexión a internet, lo que significa que ya no es necesario ir a las sucursales físicas.
- Acceso a los servicios financieros: aumento del acceso a los servicios financieros y la supresión de los obstáculos entre los bancos comunes y aquellos que constantemente utilizan transacciones financieras. A diferencia de este último, los neobancos no cumplen con requisitos mínimos de ingresos específicos o experiencia crediticia previa. Además, no se ven obligados a tener en cuenta los gastos generales de su infraestructura física, lo que a su vez reduce el alto costo de la ubicación física.
- Celeridad en las transacciones: Los neobancos también destacan por su celeridad. Gracias a la tecnología digital, las transacciones pueden ser procesadas y ejecutadas de forma más rápida y

eficaz. Aunado a ello, las transacciones pueden finalizarse en un par de segundos o quizás minutos, lo que le proporciona velocidad al usuario. Así pues, la velocidad también es cómoda para el usuario de un neobanco, ya que no tienen que esperar mucho tiempo antes de que se complete alguna transacción.

### 5.2. Retos en los neobancos

Uno de los principales objetivos de la neobanca es promover la accesibilidad y la inclusión financiera. No obstante, existen ciertas limitaciones que deben considerarse:

- Confianza de los usuarios: Uno de los mayores retos, ya que depende de muchos factores, sin embargo, esta la van adquiriendo con experiencia y servicio de excelencia al cliente.
- Conectividad a internet: La conectividad a internet es fundamental para todo tipo de servicios digitales, lo cual en zonas urbanas y accesible sin ningún costo en algunas zonas públicas, sin embargo, en zonas rurales aún se encuentra este desafío significativo.
- Alfabetización digital: promueve desarrollo de habilidades digitales. Es la clave para el desarrollo de la sociedad de información y conocimiento e incluso depende de la estrategia de capacitación en el campo digital, por lo que el grupo social puede participar en la ligereza, la flexibilidad y las capacidades de gestión en la sociedad de la información en el siglo XXI (García Ávila, 2017).
- Smartphone: La accesibilidad a los smartphones hoy en día está influenciada por una combinación de factores económicos, tecnológicos y educativos, sin embargo, en el mundo digital es fundamental.

## 6. Parte legal

- Los neobancos pueden hacer su registro bajo distintas estructuras legales dependiendo de las regulaciones financieras del país en el que operan. En México, por ejemplo, los neobancos pueden registrarse como Sociedades Anónimas Promotoras de Inversión (SAPI) o como Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (SOFOM).
- Más comunidades financieras de objetos (SOFOM). Empresas anónimas cuyo objetivo principal es realizar una o más actividades para otorgar préstamos, arrendamiento financiero o factorización financiera. (Comisión Nacional del Banco y Valores, 2016).
- Inversiones que contribuyen a las empresas (S.A.P.I.), datos legales suficientes para empresarios y empresas (incluso inicio) para atraer y recibir contribuciones de capital. El empresario o emprendedor puede mantener el control de la

empresa y el inversor tiene derecho a conocer la gestión de recursos sin realizar operaciones comerciales.

- SOFOM se rige por la Comisión Nacional del Banco y Valores, mientras que S.A.P.I de acuerdo con la Ley del Mercado de Valores. El valor asegurado de número de UDIS para las S.A.P.I puede variar en cuanto a la SOFOM el número de UDIS asegurada son 25,000. Para obtener el monto asegurado por cada institución debemos obtener el precio de una UDI en el momento requerido ya que el precio va cambiando constantemente.

## 7. Metodología

Se usarán encuestas cuantitativas para desarrollar y distribuir cuestionarios entre los estudiantes para recopilar datos sobre el conocimiento, uso, percepciones y factores de adopción de servicios y productos de neobancos.

El grupo de participantes seleccionados para este estudio consistió en estudiantes matriculados en la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, específicamente en la sede de la Escuela Superior de Apan, localizada en la apacible comunidad de Chimalpa, en el pintoresco estado de Hidalgo. Esta institución académica se caracteriza por ofrecer programas de educación de vanguardia en investigación, que es tan diferente como la tecnología de la tecnología fría, la tecnología financiera y económica, las tecnologías científicas y la tecnología de la vida en la nanotecnología. Los participantes de 18 a 23 años son el representante de la generación Z, también conocido como la generación centenaria.

Para llevar a cabo la parte de muestreo de esta investigación, se utiliza un enfoque cuantitativo mediante una encuesta de 26 preguntas de opción múltiple. La población objetivo fue de la Universidad Autónoma Del Estado De Hidalgo 506 estudiantes de los cuales se seleccionó una muestra representativa, mediante la siguiente formula (Aguilar Borjas, 2005):

$$n = \frac{N Z^2 S^2}{d^2(N-1) + Z^2 S^2} \quad (1)$$

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = valor Z crítico calculado en las tablas en el área de la curva normal. También llamado el nivel de confianza.

S<sup>2</sup> = dispersión de la población probada (que es un cuadrado de cambio estándar y se puede obtener de investigaciones o experimentos de ensayos similares)

D = Nivel de precisión absoluta. Mencionado en la amplitud del intervalo de confianza deseado para determinar el valor promedio de la variable estudiada.

Se empleo un nivel de confianza de 95%, con un error máximo permitido de 5%.

## Tamaño de la muestra

Teniendo los datos anteriores se determinó una muestra de representativa de 220 estudiantes de la escuela superior de Apan, perteneciente a la Universidad Autónoma Del Estado De Hidalgo hay que decir que se tomó la muestra de manera aleatoria y en una encuesta de Google. Se realizo una encuesta con un total de 20 preguntas, divididas en 6 bloques;

### Bloque 1: Datos demográficos (Esencial para la segmentación)

1. Edad
2. Género
3. Carrera
4. ¿Vives en una zona urbana o rural?

### Bloque 2: Conocimiento sobre fintech y neobancos (Clave para medir familiaridad)

5. ¿Conoces el término "fintech"?
6. ¿Conoces el término "neobanco"?
7. ¿Has utilizado algún servicio de neobanco?

### Bloque 3: Uso de servicios financieros (Determina el comportamiento de uso)

8. ¿Cuál es tu principal método para realizar operaciones financieras?
9. ¿Para qué propósito principal utilizas los servicios de neobancos?
10. ¿Con qué frecuencia utilizas aplicaciones móviles para gestionar tus finanzas?

### Bloque 4: Percepciones sobre neobancos (Esencial para identificar actitudes y confianza)

11. ¿Consideras que los neobancos ofrecen servicios más innovadores que los bancos tradicionales?
12. ¿Qué aspecto te genera más desconfianza al usar un neobanco?
13. ¿Qué tan seguro está considerando usar Neobancos en comparación con los bancos tradicionales?

### Bloque 5: Preferencias y comportamiento financiero (Información detallada sobre el uso)

14. ¿Prefieres utilizar un neobanco o un banco tradicional?
15. ¿Tienes tarjeta de débito/crédito de algún neobanco?
16. ¿Alguna vez te ha sucedido que un banco tradicional no te apruebe una tarjeta de crédito/débito?
17. ¿Se te hace atractivo un 15% de rendimiento de neobancos comparado con el 6% de rendimiento anual de la banca tradicional?

### Bloque 6: Influencia de los neobancos en la comunidad estudiantil (Clave para la hipótesis de penetración)

18. ¿Consideras que el uso de neobancos es común entre estudiantes de la Escuela Superior de Apan?
19. ¿Consideras que los neobancos cambiarán la forma en que se manejan las finanzas personales en el futuro?
20. ¿Qué factor influye en tu confianza en los neobancos?

220 estudiantes.

## 8. Discusión y resultados

### 8.1. Demografía y perfil

Edad y género: La mayor parte de la muestra (47.3%) tiene entre 18 y 20 años, lo que refleja el enfoque en una población juvenil, muy relevante para evaluar la adopción de neobancos. El 56.7% de los encuestados son mujeres, mientras que el 42% son hombres, lo que permite explorar si existe una diferencia significativa en la adopción de servicios financieros digitales entre géneros.

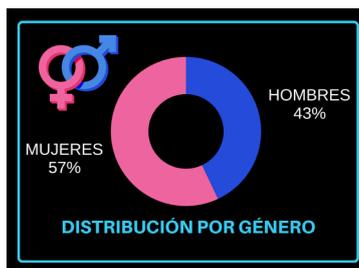


Figura 2. Genero.

Fuente: Elaboración propia con información de encuestas.

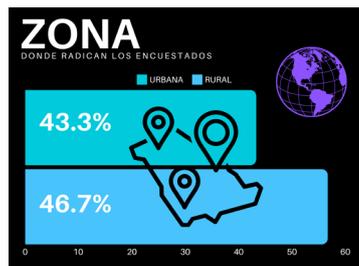


Figura 3. Zona donde radican.

Fuente: Elaboración propia con información de encuestas

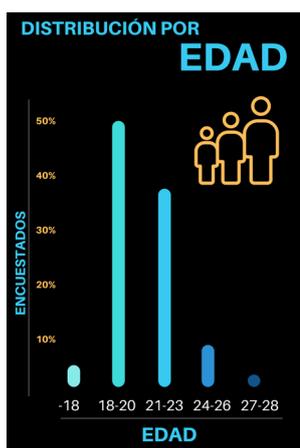


Figura 4. Distribución por edad.

Fuente: Elaboración propia con información de encuestas.

La mayoría de los encuestados (58%) se encuentran estudiando Ingeniería Económica y Financiera, lo que podría influir en su predisposición a conocer y adoptar términos y herramientas financieras innovadoras como los neobancos. Es interesante observar cómo estudiantes de

carreras más técnicas o de ciencias aplicadas, como Nanotecnología y Biociencias, también están expuestos a estos servicios.

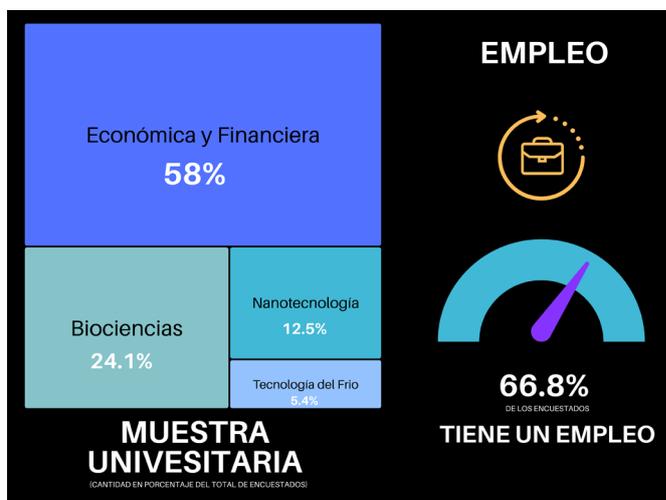


Figura 5. Distribución por carrera universitaria y tasa de empleo

Fuente: Elaboración propia con información de encuestas.

### 8.2. Conocimiento y familiaridad

Es notable que la mitad de los encuestados (50.9%) no conocía el término "neobanco", aunque sí estaban familiarizados con algún servicio relacionado. Esto sugiere una adopción tecnológica impulsada más por la funcionalidad y la necesidad, que por el conocimiento conceptual del sistema financiero.

La utilización de servicios de neobancos: El 71% de los encuestados ya ha utilizado algún servicio de neobanco, lo que indica una penetración significativa de esta tecnología en la generación centennial, aunque muchos no comprendan completamente su funcionamiento.

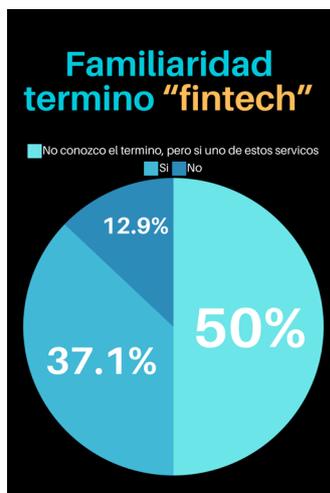


Figura 6. Familiaridad termino "Fintech".

Fuente: Elaboración propia con información de encuestas

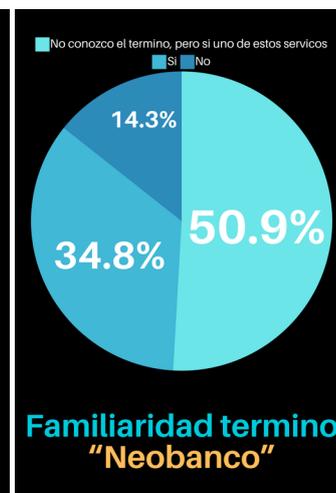


Figura 7. Familiaridad termino "Neobanco"

Fuente: Elaboración propia con información de encuestas

### 8.3. Medios de descubrimiento y preferencia de plataformas

Canales de información; las redes sociales (37.9%) y la publicidad en internet (28.1%) son las principales fuentes de conocimiento sobre los neobancos, lo que refleja cómo las generaciones más jóvenes están siendo influenciadas por el entorno digital, en contraste con medios más tradicionales como la televisión o la prensa (4.5%). Esto nos señala la importancia de las campañas publicitarias digitales y recomendaciones personales.

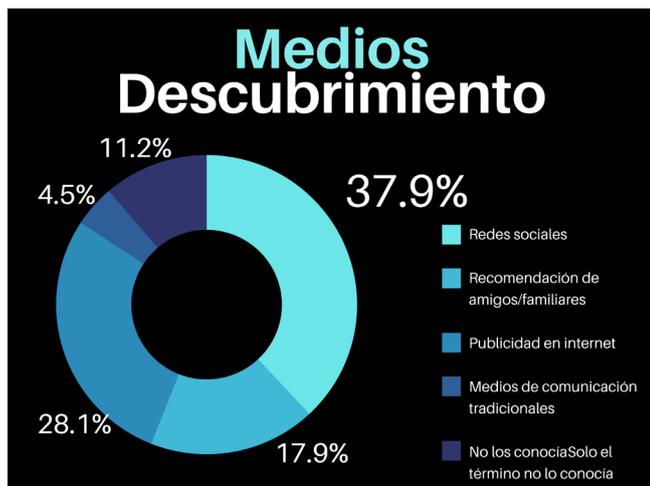


Figura 8. Medios de descubrimiento.  
Fuente: Elaboración propia con información de encuestas

Respecto a la preferencia de los alumnos de la Esap encuestados, para abrir cuentas bancarias, el 72.3% opta por abrir una cuenta bancaria mediante su teléfono móvil, cabe mencionar que para realizar esta actividad se requiere un teléfono inteligente, corroborando que la comodidad y el acceso son elementos clave para esta generación. Y solo el 25.9% opta por establecer una sucursal física, lo que indica un cambio en las costumbres de interacción con las entidades financieras.



Figura 9. Preferencia apertura de cuentas.  
Fuente: Elaboración propia con información de encuestas.

### 8.4. Hábitos de uso de servicios fintech

Frecuencia de uso: Más del 67% de los participantes en la encuesta hacen uso diario o semanal de los servicios financieros tecnológicos (como transferencias, pagos en línea), en particular para las transferencias entre bancos. Esto evidencia una intensa dependencia de las plataformas digitales para la administración financiera diaria y resalta el efecto de los neobancos en el día a día de los centennials.

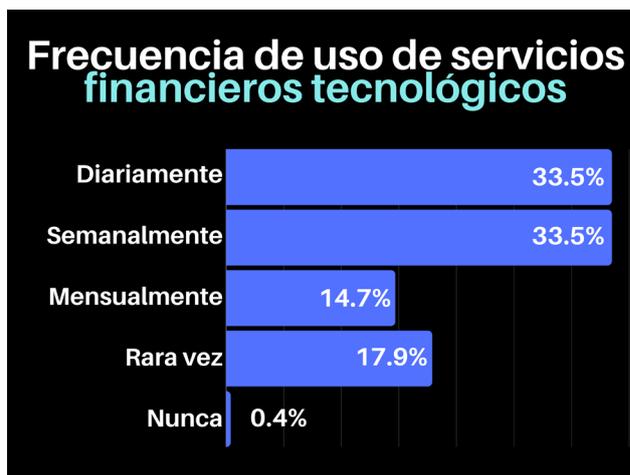


Figura 10. Frecuencia de uso de servicios financieros tecnológicos.  
Fuente: Elaboración propia con información de encuestas

La técnica favorita para transacciones financieras: Pese a que las aplicaciones móviles de los bancos convencionales prevalecen (67.9%), los neobancos constituyen un notable 20.5%, lo que resalta la competencia creciente de estas plataformas en contraposición a los bancos convencionales.

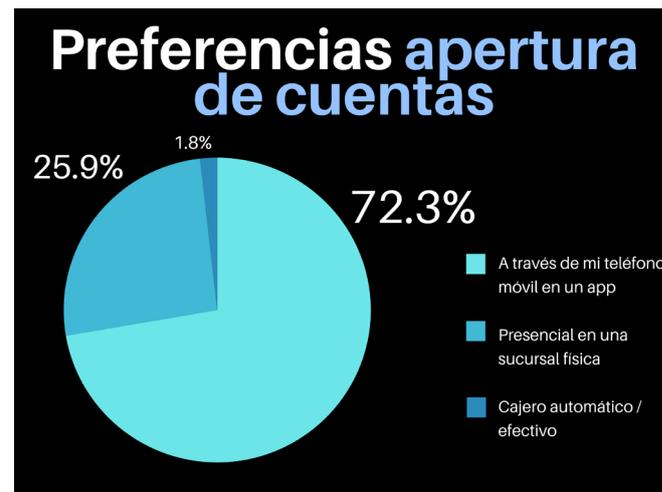


Figura 11. Principal método para realizar operaciones financieras.  
Fuente: Elaboración propia con información de encuestas.

### 8.5. Motivaciones para uso de neobancos

El 50.5% emplea los neobancos para realizar transferencias y el 23.9% para realizar compras en línea, lo que señala que los neobancos están satisfaciendo una demanda fundamental en operaciones digitales veloces. No obstante, resulta fascinante observar que únicamente el 4.1% los emplea para inversiones, lo que podría representar un sector de expansión para estas plataformas.

Comodidad como elemento crucial: El 81.7% opta por los servicios digitales debido a la comodidad que proporcionan, subrayando la relevancia de la conveniencia al utilizar estos servicios en comparación con elementos como costos reducidos o innovación tecnológica.

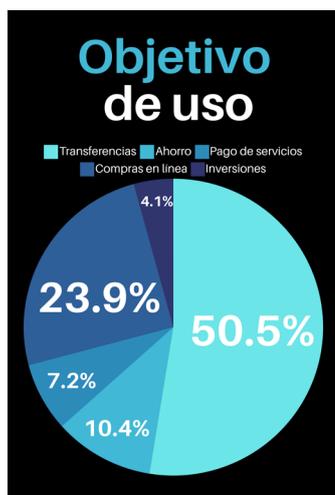


Figura 12. Objetivo de uso.  
Fuente: Elaboración propia con información de encuestas.

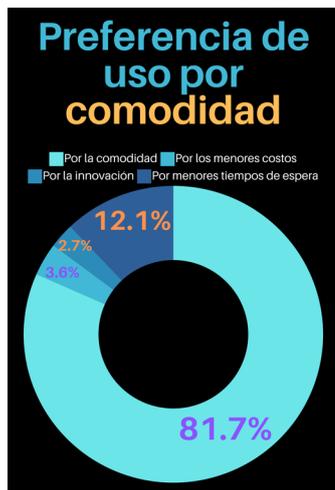


Figura 13. Preferencia de uso.  
Fuente: Elaboración propia con información de encuestas.

### 8.6. Seguridad y confianza en neobancos

Apreciación de seguridad: Pese a que el 63.4% de los participantes en la encuesta considera que los neobancos tienen la misma seguridad que los bancos convencionales, un 23.2% considera que son menos confiables. Esto demuestra que, pese a la elevada adopción, todavía persisten obstáculos de confianza que podrían ser lidiados

con una regulación más estricta o campañas de sensibilización.



Figura 14. Percepción seguridad.  
Fuente: Elaboración propia con información de encuestas-

Factores de confianza: Tanto la regulación gubernamental (41.3%) como la reputación del neobanco (30.9%) son los elementos que más impactan en la confianza de los usuarios, subrayando la relevancia de un marco normativo definido y la creación de marcas fuertes para que los neobancos sigan expandiéndose.

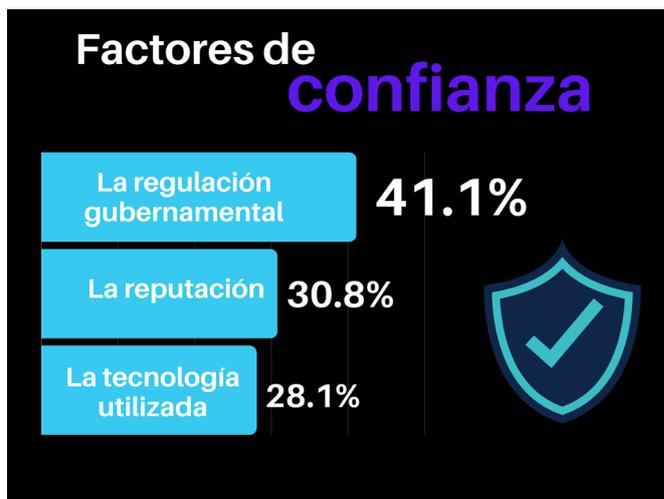


Figura 15. Factores de confianza.  
Fuente: Elaboración propia con información de encuestas

### 8.7. Impacto futuro de los neobancos

Cambiando las finanzas personales: El 48,7%, cree que los neobancos definitivamente cambiarán la forma en que se gestionan las finanzas personales en el futuro, el 43,7%, cree que es probable que suceda y es destacable cierto optimismo sobre el papel disruptivo de las innovaciones en las plataformas digitales.



Figura 16. Cambio en las finanzas personales.

Fuente: Elaboración propia con información de encuestas

### 8.8. Hallazgos inesperados

Desconocimiento del concepto, pero uso de los servicios: En este sentido, se considera “sorprendente” que, aunque una gran proporción de los encuestados no conocía los términos “Fintech” o “Neobanco”, ya estaban aprovechando los servicios de estas nuevas empresas Fintech. Por lo tanto, existe una brecha entre la teoría del conocimiento financiero y la adopción de la tecnología que influye en la educación y la promoción de los neobancos.

Desigualdad entre bancos convencionales y neobancos: Un 49.6% de los participantes en la encuesta muestra independencia en cuanto a si emplean un banco convencional o un neobanco, siempre y cuando el servicio sea apropiado. Esto evidencia que, independientemente de las etiquetas, la calidad del servicio continúa siendo el elemento primordial para los usuarios.

## 9. Conclusiones

Las conclusiones de la investigación sobre la penetración de los neobancos en la generación centennial en México revelan importantes hallazgos sobre los hábitos financieros de los jóvenes estudiantes. Los hallazgos de esta investigación evidencian que los neobancos han conseguido un alcance considerable entre la generación centennial en México, con un 71% de los participantes en la encuesta que ya ha hecho uso de sus servicios. No obstante, el 50.9% desconocía la palabra “neobanco”, lo que indica una adopción motivada más por la funcionalidad que por el saber teórico. Esta opinión está según una encuesta realizada en Bogotá, donde el 94% de los encuestados familiarizados con Neobancos, pero solo el 15% estaría listo para cerrar su cuenta en un banco tradicional, lo que indica que, aunque hay una alta adopción, Neobancos se considera un suplemento, no un reemplazo completo.

En relación con las motivaciones para la adopción de neobancos, se señala que la conveniencia (81.7%) y la facilidad de acceso (72.3%) constituyen los factores primordiales entre la generación centennial. Este resultado es comparable a las conclusiones del estudio sobre millennials en México, que indica que el 84.7% de los encuestados prefiere realizar transacciones financieras a través de plataformas digitales en lugar de utilizar métodos tradicionales. En la ciudad de Bogotá, se ha observado que la capacidad de llevar a cabo transacciones financieras utilizando dispositivos móviles y sin la necesidad de acudir a sucursales físicas se considera la ventaja más significativa que ofrecen los neobancos. Los resultados obtenidos en este estudio refuerzan de manera significativa la hipótesis planteada de que las generaciones más jóvenes actualmente otorgan una gran importancia a la conveniencia y la accesibilidad que ofrecen las diversas plataformas digitales en su vida cotidiana.

Así, la adopción de neobancos por la generación centennial se explica claramente por la conexión que existe con las tecnologías digitales y su modo de vida, en el que la conveniencia y la accesibilidad mediante dispositivos móviles son factores clave. Los hallazgos revelan que muchos encuestados prefieren abrir cuentas bancarias a través de móviles y creen que las plataformas digitales simplifican este proceso.

No obstante, siguen existiendo retos en relación con la seguridad y confianza. En esta investigación, el 63.4% de los participantes opina que los neobancos son igual de seguros que los bancos convencionales, mientras que el 23.2% todavía desconfía. Esta inquietud también se observó en Bogotá, donde el 68% de los encuestados destacó aspectos negativos como la seguridad y la ausencia de atención personalizada. El análisis de millennials en México mostró que el 49.3% considera que el nivel de ciberseguridad en el país es “regular”, lo que podría justificar la desconfianza hacia los neobancos. Los resultados indican que, para consolidar su crecimiento, los neobancos deben mejorar su reputación en seguridad y transparencia, posiblemente con más regulación y campañas informativas.

Finalmente, los resultados actuales demuestran el optimismo pronunciado sobre el impacto futuro de los neobancos; el 48.7% de los encuestados considera que estos ciertamente cambiarán la forma en que las personas enfrentan las finanzas personales. Los hallazgos destacan la capacidad de las plataformas para remodelar las imágenes e ideologías de la mentalidad financiera de los jóvenes en México.

Respecto al impacto futuro, el 48.7% de la Generación Z (centennials) afirma que los neobancos revolucionarán la gestión financiera personal, mientras que el 43.7% cree que esa transformación es probable. Esta visión positiva se observa en Bogotá, donde se piensa que los neobancos son una tendencia clave a futuro en el sector financiero. La investigación en México muestra que los millennials usan

mucho las soluciones Fintech, indicando un cambio hacia servicios financieros digitales. En cambio, los centennials están menos familiarizados con los “neobanco”, lo que destaca la necesidad de campañas educativas para cerrar esta brecha.

Este estudio, por último, resalta oportunidades para los neobancos, como fomentar servicios de inversión (actualmente usados solo por el 4.1% de los encuestados) y mejorar la percepción de seguridad a través de mayor transparencia y colaboraciones con entidades reguladoras. Estos descubrimientos, junto con las comparaciones, sostienen que los neobancos están revolucionando el sector financiero, especialmente entre los más jóvenes, aunque todavía enfrentan retos que deben confrontarse para asegurar su desarrollo.

Este detallado análisis incluye ciertas limitaciones que deben ser consideradas al interpretarlo. La muestra de datos obtenida consistió en un total de 220 estudiantes que asisten a la Escuela Superior de Apan, la cual se encuentra ubicada en una zona rural. Esta particularidad presente en el entorno tiene el potencial de restringir la capacidad de implementar los descubrimientos conseguidos en contextos que sean urbanos, o en aquellos espacios que cuenten con una infraestructura más avanzada y desarrollada. De la misma manera, dado que se trata de una encuesta que se realiza a través de Internet, existe la posibilidad de que se presente un sesgo en la selección de los participantes, favoreciendo a aquellas personas que poseen una mayor afinidad o habilidad en el uso de herramientas digitales. Se propone extender la muestra a otras áreas, rurales y urbanas, para comparar los hallazgos. Sería importante investigar oportunidades, como adoptar servicios de inversión y mejorar la percepción de seguridad, además de comparar el comportamiento de centennials con otras generaciones para detectar patrones generacionales en neobanco. Se plantean estrategias para extender la prueba a zonas urbanas y rurales, comparar hallazgos, fortalecer la seguridad y confianza en Neobancos, y examinar aspectos como las inversiones, que ya son algo aceptadas. Asimismo, sería relevante comparar el centenario con otras generaciones para reconocer generaciones de servicios financieros digitales.

## Agradecimientos

Por su valiosa orientación, agradezco a mi asesor, tanto por su experiencia y dedicación para culminar esta investigación. A mis padres, su motivación, confianza y apoyo, han sido punto clave para alcanzar mis metas.

## Referencias

- [1] Aguilar Borjas, S. (2005). *Salud en Tabasco*. Obtenido de Fórmulas para el cálculo de la muestra en investigaciones de salud: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=48711206>
- [2] Anantadajaya, S., Setiawan, B., Violin, V., Moridu, I., & Muhsin, N. (Marzo de 2023). *Jurnal Scientia*. Obtenido de Exploring financial technology's impact on generation Z transaction knowledge: <http://infor.seaninstitute.org/index.php/pendidikan/article/view/1823>
- [3] Cárdenas García, I., Cáceres, M., & Librada, M. (2019). *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*. Obtenido de Las Generaciones Digitales y las aplicaciones móviles como refuerzo educativo: <https://www.redalyc.org/pdf/7217/721778098005.pdf>
- [4] Comisión Nacional Bancaria y de Valores. (2016). *Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (Sofomes)*. Obtenido de <https://www.gob.mx/cnbv/acciones-y-programas/sociedades-financieras-de-objeto-multiple-sofomes>
- [5] Cortés Poza, D. (2017). FinTech: Tecnología Financiera. *INCyTU*. Obtenido de [http://foroconsultivo.org.mx/INCyTU/documentos/Completa/INCYT\\_U\\_17-006.pdf](http://foroconsultivo.org.mx/INCyTU/documentos/Completa/INCYT_U_17-006.pdf)
- [6] Estrada, S. (30 de 09 de 2023). *El Economista*. Obtenido de Sector Financiero: <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Existen-1359-fintech-activas-en-Mexico-20231030-0105.html>
- [7] Estrada, S. (2023). Existen 1,359 fintech activas en México. *El economista*. Obtenido de <https://www.eleconomista.com.mx/sectorfinanciero/Existen-1359-fintech-activas-en-Mexico-20231030-0105.html>
- [8] Francis, T. &. (2018). *True Gen': Generation Z and its implications for companies*. McKinsey & Company.
- [9] Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *McKinsey & Company*. Obtenido de "True Gen': Generation Z and its implications for companies.: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- [10] García Ávila, S. (2017). *Universidad Nacional Autónoma de México (México)*. Obtenido de Alfabetización Digital.
- [11] Goldstein, I., Jiang, W., & Karolyi, G. (Mayo de 2019). *The Review of Financial Studies*. Obtenido de To FinTech and Beyond: <https://academic.oup.com/rfs/article/32/5/1647/5427782?login=false>
- [12] Herrera Navarro, S., Perez Melián, Y., & Rodríguez Varela, R. (12 de Junio de 2019). La irrupción de las Fintech: El impacto financiero de los Neobancos en España. *Facultad de economía empresa y turismo-Universidad de la Laguna*.
- [13] King, B. (2018). *Bank 4.0: Banking Everywhere, Never at a Bank*. Wiley. Wiley.
- [14] Madrigal Moreno, F., Madrigal Moreno, S., & Béjar Tinoco, V. (07 de Febrero de 2021). *Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo*. Obtenido de Estrategias de marketing orientadas al consumo de la generación centennial: <https://www.academia.edu/download/65640512/Centennials.pdf>
- [15] Malhotra, N. K. (2008). *Investigación* (Quinta edición ed.). México: Pearson Education. Obtenido de <https://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Mercadeo/%5BPD%5D%20Libros%20-%20Investigacion%20de%20Mercados.pdf>
- [16] Mendoza, E. M. (2021). El uso de las Fintech por la Generación Millennial en México. *Podium*, (39), 155-172.
- [17] NUBANK. (07 de 2024). *International Nubank*. Obtenido de NUBANK.COM: <https://international.nubank.com.br/es/sobre-nu/#:~:text=Nu%20es%20la%20plataforma%20de,desarrollar%20productos%20y%20servicios%20innovadores.>

- [18] Ortiz Ávalos, A. (28 de 10 de 2023). La evolución de las Fintech en México. *El Financiero*. Obtenido de <https://www.elfinanciero.com.mx/opinion/colaborador-invitado/2023/11/28/la-evolucion-de-las-fintech-en-mexico/#:~:text=En%202011%20abrieron%20las%20dos,mexicanos%3A%20Kubo%20Financiero%20y%20Conekta>.
- [19] PayPal, L. B. (22 de marzo de 2018). *Blog PayPal Latam*. Obtenido de [newsroom.latam.paypal-corp.com: https://newsroom.latam.paypal-corp.com/PayPal-llega-a-los-dos-millones-de-cuentas-activas-en-Mexico#:~:text=PayPal%20busca%20escuchar%20siempre%20a,la%20experiencia%20a%20sus%20consumidores](https://newsroom.latam.paypal-corp.com:https://newsroom.latam.paypal-corp.com/PayPal-llega-a-los-dos-millones-de-cuentas-activas-en-Mexico#:~:text=PayPal%20busca%20escuchar%20siempre%20a,la%20experiencia%20a%20sus%20consumidores).
- [20] Saavedra, O. W. (Mayo de 2022). *Efecto de los neobancos sobre los consumidores financieros y la banca tradicional en la ciudad de Bogotá*. Obtenido de Universidad Ean Facultad de Ingeniería: <https://repository.universidadean.edu.co/server/api/core/bitstreams/a4644da8-b2dd-437b-bd66-1ff6fca7ee08/content>
- [21] Santomá Juncadella, J. (2004). *ICE, Revista de economía*. Obtenido de Nuevos medios de pago electrónicos: hacia la desintermediación bancaria <https://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/download/616/616>
- [22] Tapia Villagómez, I. (29 de 05 de 2018). *Repositorio Universidad Iberoamericana Puebla*. Obtenido de Los Centennials, una generación diferente a los Millennials: <https://repositorio.iberopuebla.mx/handle/20.500.11777/3721?show=full>
- [23] Villavicencio, G. (3 de 09 de 2019). *¿Qué son los bancos digitales?* Obtenido de nexos: [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60476618/Que\\_son\\_los\\_bancos\\_digitales\\_Economia\\_y\\_sociedad20190903-107622-1nl47ne-libre.pdf?1567535144=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DQue\\_son\\_los\\_bancos\\_digitales.pdf&Expires=1709857388&Signature](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60476618/Que_son_los_bancos_digitales_Economia_y_sociedad20190903-107622-1nl47ne-libre.pdf?1567535144=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DQue_son_los_bancos_digitales.pdf&Expires=1709857388&Signature)
- [24] Zamora Castillo, M. C. (2023). *Universidad Externado de Colombia*. Obtenido de Retos de la Regulación Financiera frente a los Neobancos en Colombia: <https://bdigital.uexternado.edu.co/entities/publication/67a88bad-fd72-4bd4-836e-7dcc23046a5f>