

Transacciones de fintechs peruanas sumarían US\$ 20.000 millones

El número de fintechs en el Perú ha crecido mucho en los últimos cinco años. Así, existen 171 con RUC activo en el país, según el reciente reporte *Panorama del Ecosistema Fintech*, del Centro de Emprendimiento e Innovación de la Universidad del Pacífico (Emprende UP) y Equifax.

“El 80% de las fintechs están en las verticales de *lending*/préstamos, divisas/casas de cambio, pago/ billeteras digitales y gestión de finanzas empresariales y personales”, indica la profesora de Fintech de Pacífico Business School, María Laura Cuya.

Recalca también que este año se podrían multiplicar y lograr su internacionalización. “Un 30% están con acuerdos y ventas o en trámites de expansión. Hoy las fintechs han superado la etapa de formulación de la idea, salir al mercado para conseguir clientes y crecer. Ahora están en el paso de obtener escala”, explica.

El presidente de la Asociación Fintech del Perú, Roberto Vargas, resalta que el ecosistema fintech viene creciendo a una tasa de 20% anual en los últimos tres años y estima que el tamaño del valor transaccional en el mercado se habría situado en alrededor de US\$ 20.000 millones en el 2021.

“Se han acelerado procesos que han gatillado la generación de valor de las fintechs como el comercio electrónico en la digitalización de los negocios y en el desarrollo de la vertical de la última milla como Rappi y otros medios de pago”, sostiene Vargas y agrega que con el avance de la regulación y reglamentación del *crowdfunding* (Decreto de Urgencia 013-2020), también este mercado podrá desarrollarse más transparentemente.

Alianzas con la banca tradicional

Uno de los principales intereses de las fintechs es promover la inclusión financiera en el país, pues más de la mitad de la población aún no está bancarizada.

De acuerdo con María Laura Cuya ahora las fintechs son brazos sólidos para la red de mipymes que necesitan financiamiento, como, por ejemplo, con el fenómeno del *factoring*.

“La banca y las fintechs no son para nada competencia, sino dos sitios de suma. Una de las grandes lecciones que nos ha dejado la pandemia es la asociatividad y las alianzas estratégicas, todo lo que tiene que ver con el *open innovation*”, anota.

Al respecto, Roberto Vargas precisa que el panorama se ha reconfigurado desde que el banco digital brasileño Nubank lanzó su oferta pública de acciones en la Bolsa de Nueva York, por una valorización de US\$ 47.000 millones a fines del año pasado. “Vamos a ver noticias de adquisiciones de bancos este año. Y, Perú no es ajeno. No se trata de una tendencia, es una

realidad”, refiere.

El caso Rappibank

Un claro ejemplo de que la banca y las fintechs pueden ser aliadas es el caso de Rappibank, que cuenta con 250.000 usuarios a la fecha. Esta es una alianza estratégica entre Interbank y Rappi que inició en febrero del 2021, y que se concretó con el posterior lanzamiento de su tarjeta de crédito RappiCard, que devuelve un porcentaje de cash por su uso y tiene 70.000 clientes, dos tercios de ellos menores de 34 años.

“Las tarjetas de crédito son el espacio donde podíamos hacer disrupción frente a lo que el mercado ofrece y en vez de ser una solución independiente orgánica, vivimos dentro de la App Rappi. Así, lo que estamos haciendo con Interbank es lo más grande que hay en el mercado peruano”, manifiesta el head de RappiBank, Mauricio Schwartzmann.

Añade que más de 70% de las transacciones de RappiCard son online, además, tres cuartos del consumo de sus clientes son fuera de Rappi y el ticket promedio está en alrededor de S/ 75. Asimismo, que los consumos regulares son transportes, restaurantes, supermercados, ropa, entre otros.

De esta manera, viene ganando valor por los beneficios que brinda, entre ellos la seguridad, pues la tarjeta se obtiene vía online mediante reconocimiento biométrico y los datos de la misma, como el número y nombre, solo se visualizan en la aplicación y no en la tarjeta física.

“Hemos estado creciendo alrededor de 30% y 40% mensual y nos gustaría cuadruplicar el número de tarjetahabientes que tenemos para este año. Para nosotros es muy importante no solo el número de usuarios, sino el nivel de satisfacción”, afirma Mauricio Schwartzmann de RappiBank.

Casas de cambio digitales

Según la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), en el Perú existen más de 70 casas de cambio digitales registradas. Este tipo de fintechs es una de las que más ha crecido influenciada por la pandemia.

“El mercado de divisas a nivel país, más o menos mueve unos US\$ 10.000 millones mensuales. Mientras que en el mercado de negocios digitales de divisas se están superando los US\$ 1.000 millones anuales. Hay un gran espacio para que los negocios puedan seguir creciendo en el país”, señala el gerente general de Billex, Javier Pineda.

Billex es una plataforma digital de cambio de divisas para empresas. A la fecha tienen cerca de 1.000 operaciones mensuales y el ticket promedio por operación fluctúa en US\$ 60.000 .

Pineda subraya que el ticket elevado que mantienen se debe a que su esquema de negocio incorpora un fideicomiso, una cuenta inembargable, para que las empresas negocien con la plataforma, lo que brinda mayor seguridad.

“El mercado cambiario en el Perú es muy grande porque nuestra economía está muy dolarizada. Según el Banco Central de Reserva (BCR), el 55% de las empresas factura en dólares. Por ello, la oferta de casas de cambio digitales tiene un amplio espacio para crecer”, añade.

Leasing en crecimiento

El leasing y renting en América Latina se viene manteniendo como una opción importante para las empresas. El co-fundador de la fintech de alquiler de laptops Leasein, Carlo Mario Dioses, señala que el 90% de sus clientes vienen de los canales digitales y este año tienen una inversión prevista de US\$ 2,5 millones en activos para poder captar 1.000 empresas más.

“El año pasado crecimos 65% en ingresos respecto al 2020. Alrededor de S/2.000 es el ticket promedio de alquiler de laptops con una permanencia promedio de seis meses”, precisa.

Recalca que los sectores más importantes que atienden son construcción, servicios de tecnología y el outsourcing de personas.

Déficit de profesionales

De acuerdo al reporte Panorama del Ecosistema Fintech, en el 2019 eran alrededor de 2.000 empleos los que generaron las fintechs. Para María Laura Cuya, de Pacífico Business School,

este años se duplicaría la cifra.

Así, dice que este ecosistema demanda un perfil de profesionales que entienda temas financieros y marketing digital, y de científicos de datos, developers, front-end, back-end, arquitectos de desarrollo, etc. Sin embargo, en el país aún hay escasez de este tipo de personal.

Cuya agrega que el Perú necesita formular una estrategia de formación de profesionales en estas áreas, porque no solo las fintechs y la banca los necesitan, sino también los emprendimientos de alto impacto y las empresas tradicionales que hoy están en transformación digital.

“Los emprendedores norteamericanos que fundan una fintech generalmente son desarrolladores de software, pero en América Latina lo son quienes tienen la visión del negocio pero no la visión técnica. Ahí hay que hacer un esfuerzo por incorporar a ingenieros en el desarrollo de valor y nuevos mercados”, asegura el presidente de la Asociación Fintech del Perú, Roberto Vargas.

Desafíos por superar

Uno de los principales desafíos que hoy tienen las fintechs en el país es el tema regulatorio. Vargas comenta que se necesita que explícitamente se señale en una norma cómo las fintechs pueden asociarse con los bancos para crear experimentos que puedan ser controlados en un espacio de pruebas (sandbox), además, de cómo impulsar la inclusión financiera, y eso pasa por un tema de alfabetización financiera.

A ello se suma que reguladores, como la SBS, tengan una visión sobre comercialización de bitcoins y otros tipos de activos. Vargas agrega que el tema tiene que ser abordado desde una política del Estado. Por ejemplo, cuenta que el año pasado firmaron un convenio con el Gobierno Regional de Cajamarca para implementar el primer padrón agrario digital con los productores de café, a través del cual se creó una identidad digital para cada productor.

Como puede verse, las fintechs proliferan y van ganando terreno en diversos sectores creando oportunidades de empleo y de desarrollo en el Perú.