



Fintech Deep. Dive.2023

Julio del 2023



Contenido

●	Apostar por la resiliencia	03
●	Inversores más selectivos	07
●	Centrarse en el crecimiento rentable	13
●	Tendencias y oportunidades	19
●	Metodología	28
●	Contactos	29



Apostar por la resiliencia

Las fintechs priorizan la rentabilidad para impulsar un crecimiento sustentable

La **Fintech Deep Dive 2023** muestra que, en un panorama de opciones de financiación limitadas, las fintechs brasileñas están dirigiendo sus prioridades estratégicas hacia un crecimiento financiero sustentable. Al priorizar la rentabilidad, están adoptando un enfoque resistente para superar el período actual de incertidumbre y posicionarse para el éxito a largo plazo.

Para hacer esto, adaptan la oferta de productos a los nichos de mercado, mejoran los modelos comerciales para capturar una base de clientes corporativos más rentable y reducen la salida a la bolsa para garantizar un flujo de ingresos constante.

Además de desafiador, el escenario es también prometedor. Esto se debe a que cambiar a una mentalidad centrada en la rentabilidad permite a las fintechs no solo sobrevivir a la recesión de la inversión, sino también diferenciarse en un mercado altamente competitivo basado en la reducción de costos y la automatización, y pueden estar bien posicionadas para prosperar cuando mejore el panorama de la inversión.

Realizada por la Asociación brasileña de fintechs (ABFintechs) y PwC Brasil, la quinta edición anual de la encuesta perfila el ecosistema de innovación y emprendimiento en el segmento de servicios financieros del país a partir de la información proporcionada por 108 fintechs de diferentes sectores.

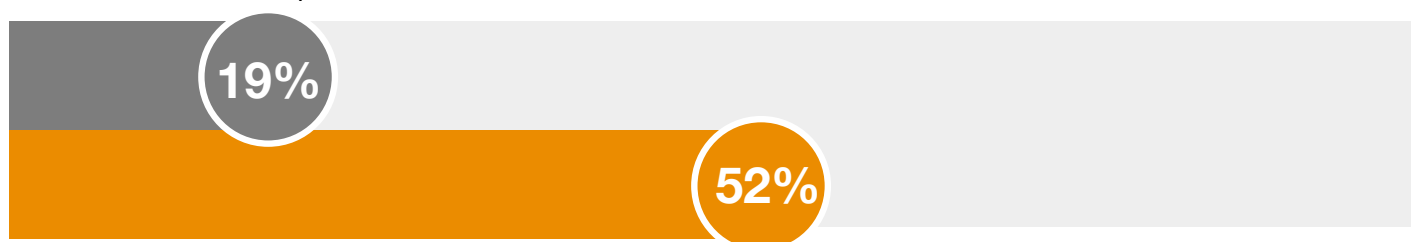
Consulte algunos de los aspectos destacados de esta edición

- La crisis económica/política se ha disparado como la principal dificultad para reunir capital.

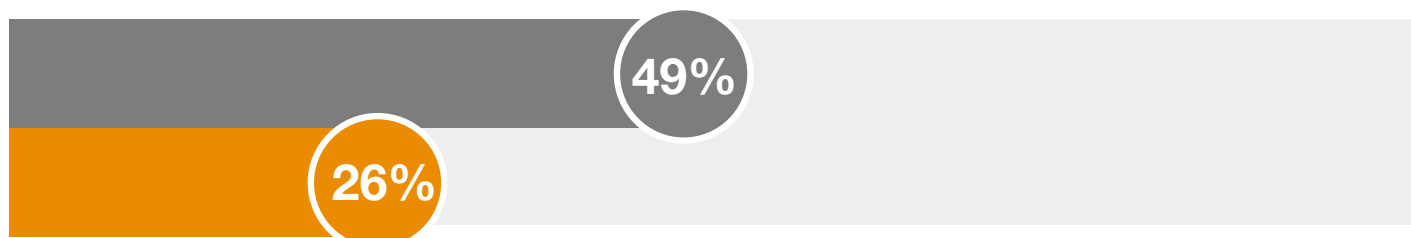
Retos a la hora de reunir capital

● 2022 ● 2023

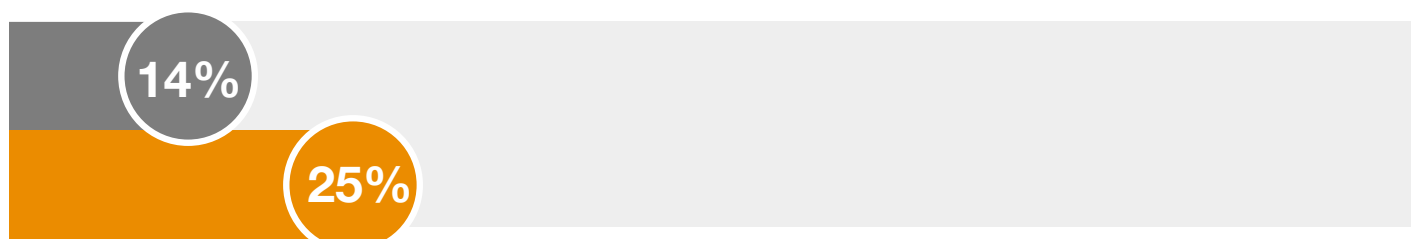
Crisis económica/política



Falta de exposición de la marca



Ausencia o escasez de inversionistas



- La proporción de empresas sin facturación, que alcanzó el 38 % en 2020, cayó en 2022 al porcentaje más bajo registrado en las cinco ediciones de la encuesta, con un **7%**.
- La proporción de empresas con crecimiento cero o negativo sigue disminuyendo: tras caer al 21 % en 2021, ahora alcanza el **19%**.
- El **43%** de las fintechs que participaron alcanzaron el punto de equilibrio (break-even point). En el 2022, eran 35%.

- Más de la mitad de las empresas (**56%**) se centran únicamente en el segmento B2B (soluciones para empresas), que es más rentable. El resultado representa un aumento significativo en comparación con el 40 % de la edición anterior de la encuesta. Mientras tanto, el enfoque exclusivo en B2C (soluciones para el consumidor final) ha caído del 10 % al 6 %.
- El **21%** tiene intención de mantener la empresa en manos privadas, frente al 13 % de 2022, clara señal de que las valuations no son tan atractivas como antes.

- El crédito y los medios de pago siguen siendo los principales segmentos en los que operan las fintechs, pero ahora le sigue la gestión financiera, en lugar de los bancos digitales.



17%

Crédito



16%

Medios
de pago



14%

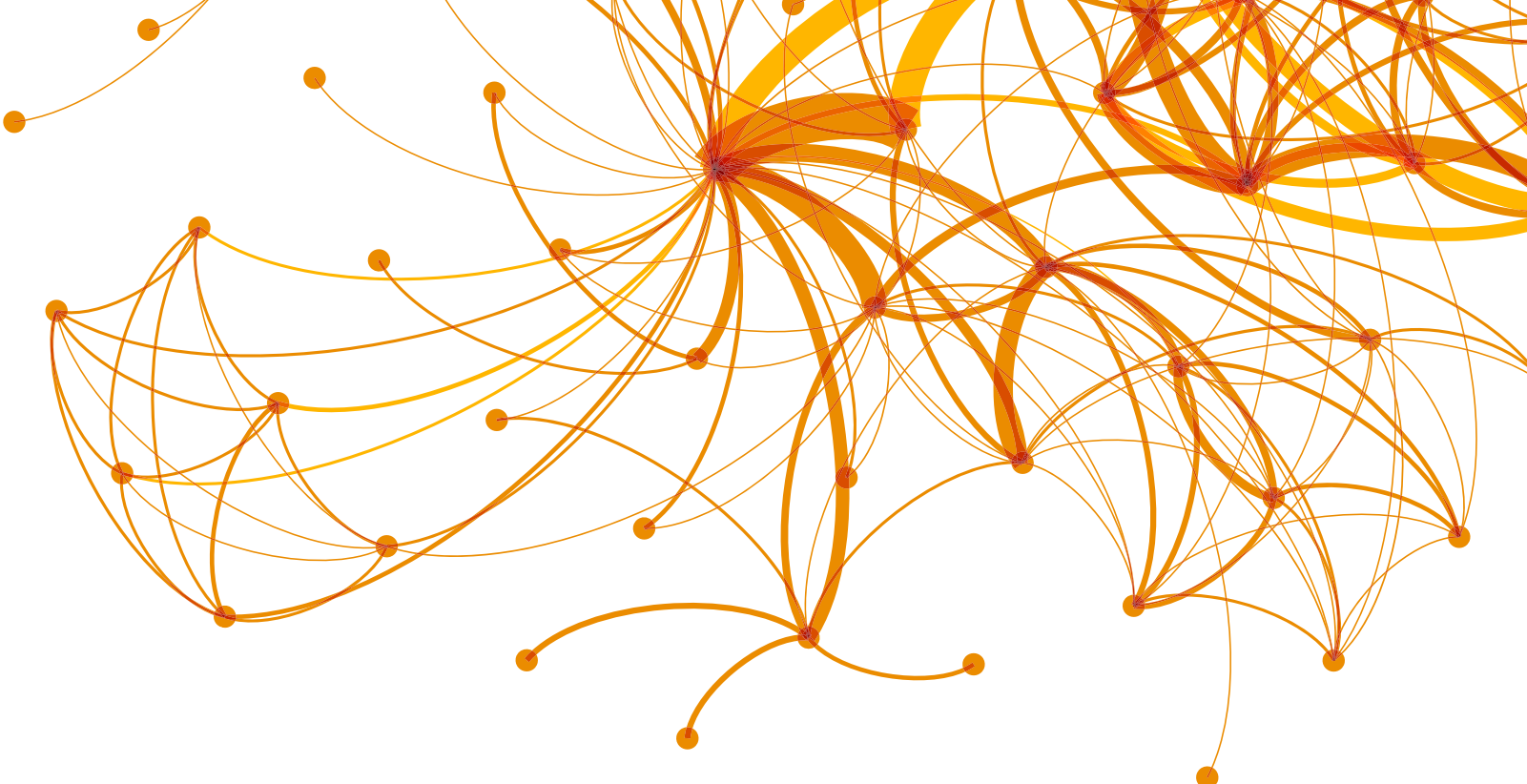
Gestión
financiera



En esta edición de la encuesta, llama la atención el movimiento de las fintechs hacia el segmento B2B. Al principio, vimos que muchas empresas optaban por el B2C, centrándose más en la experiencia del consumidor, pero quedó claro que monetizar este mercado es bastante difícil. Las fintechs empezaron entonces a ver a las pequeñas y medianas empresas como un público desatendido con necesidades específicas. Varios nichos siguen teniendo una calidad de atención insatisfactoria. En esta migración al B2B, intentan captar oportunidades en respuesta a un problema más latente de la pequeña y mediana empresa, generalmente tratada aún como banca minorista por las grandes instituciones financieras.”



Willer Marcondes, socio y líder de Consultoría de Servicios Financieros



Inversores más selectivos

La incertidumbre generada por la pandemia del COVID-19, la subida de los tipos de interés para combatir la inflación en las principales economías y la inestabilidad geopolítica, reforzada por factores como la guerra de Ucrania, han creado un entorno difícil para que los empresarios consigan fondos en los últimos años.

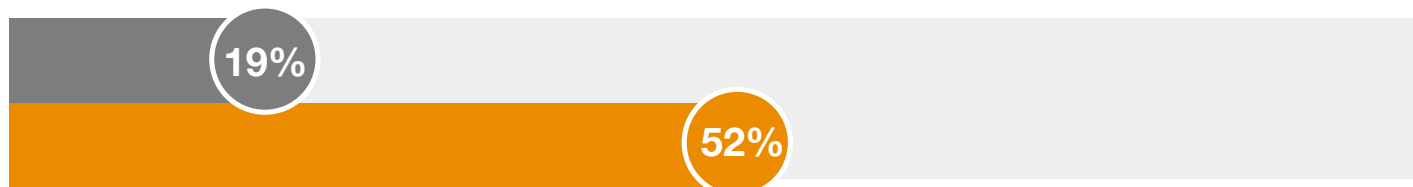
La mayor aversión al riesgo de los inversores ha aumentado la selectividad en la concesión de financiación, con inversiones más conservadoras y costos de endeudamiento más elevados.

Los que participaron de la **Fintech Deep Dive Survey** perciben *este clima de incertidumbre y mencionan la crisis económica/política como el principal obstáculo para atraer inversiones, con el doble de menciones que el segundo punto de la lista y muy por encima de los resultados registrados el año pasado.*

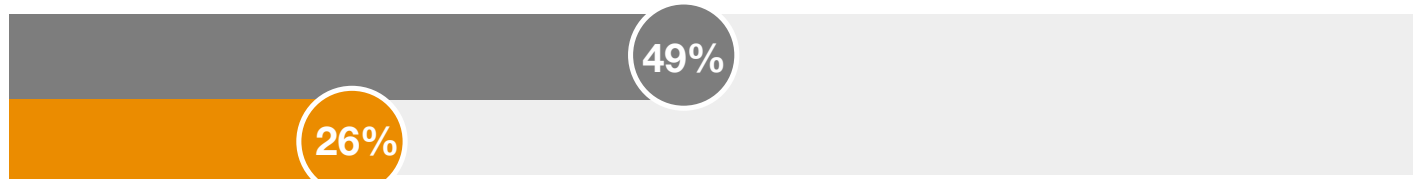
Retos a la hora de reunir capital

● 2022 ● 2023

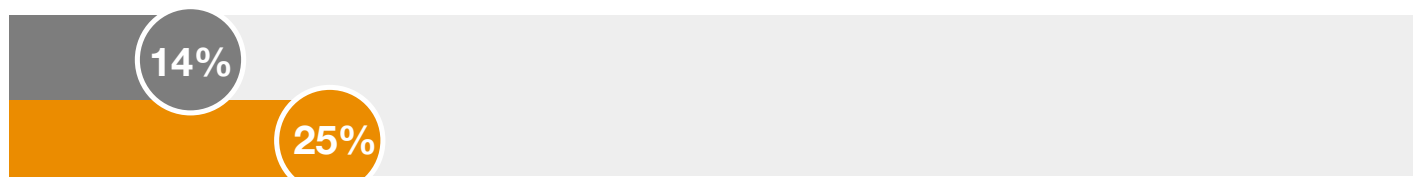
Crisis económica/política



Falta de exposición de la marca



Ausencia o escasez de inversionistas

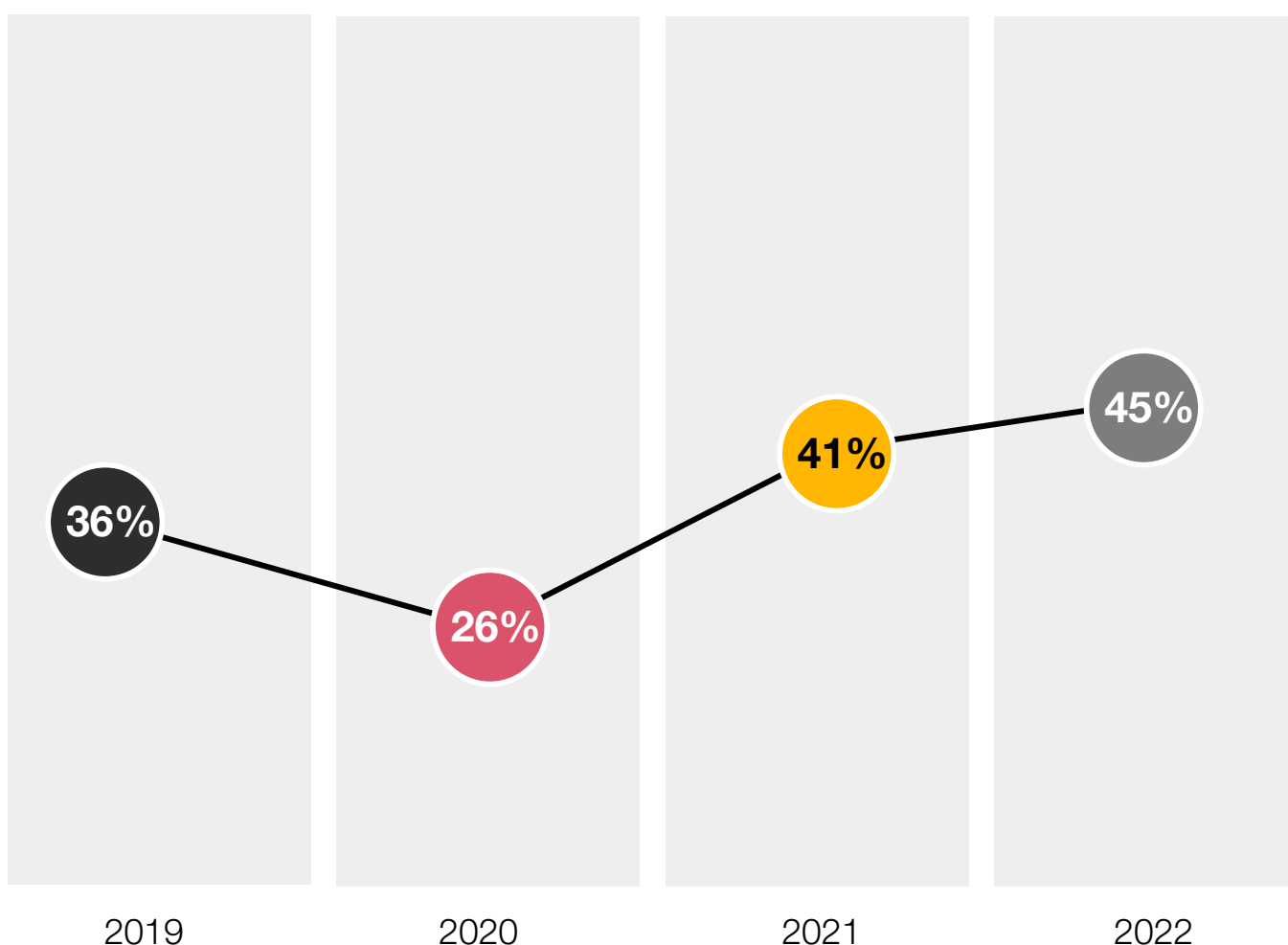


Incluso en este escenario, el segmento de las fintechs parece haberse visto menos afectado que el de las startups en general por la escasez de inversiones.

- La proporción de empresas que recibieron fondos creció del **41%** al 45 % de 2021 a 2022.
- El porcentaje de empresas que recaudaron más de \$10 millones de reales aumentó del 21 % al **31%**.
- La financiación procedió principalmente de fondos de capital de riesgo (**36%**) e inversores particulares (**35%**).
- En el **24%** de los casos, los recursos procedían de fuentes internacionales.
- La proporción de empresas que ya han participado en al menos una ronda de inversión aumentó del 44% al **62%**. Entre las fintechs de crédito, este porcentaje se eleva al **74%**.

La explicación de este fenómeno puede residir en el hecho de que las fintechs se consideran más resistentes a las recesiones económicas que otros tipos de startups, ya que pueden contar con un mercado muy amplio al que recurrir y se pueden destacar por su resiliencia.

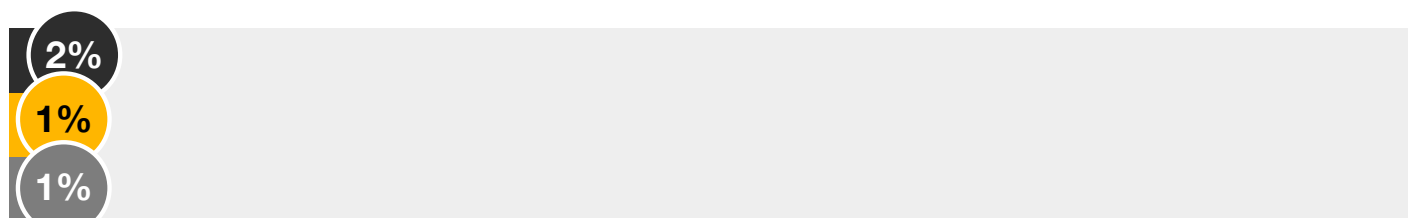
Nuevas inversiones recibidas



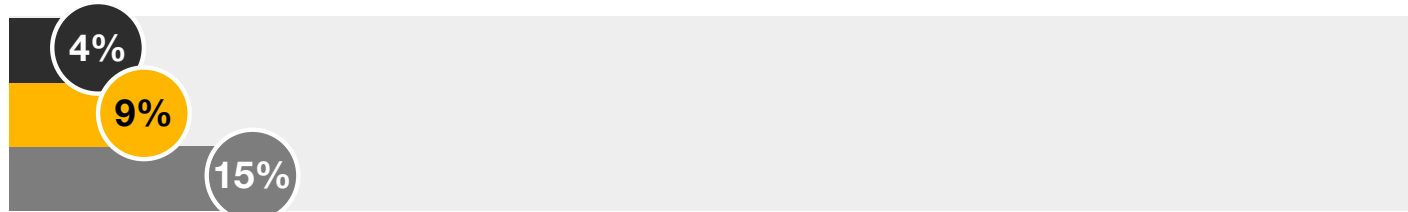
Importe recaudado

● 2019 ● 2021 ● 2022

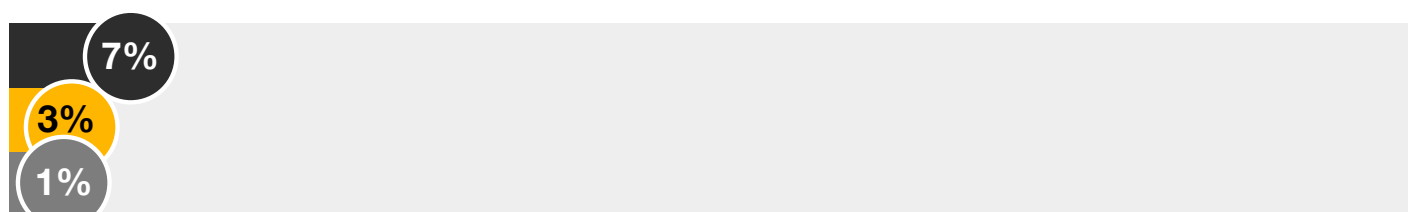
Por encima de R\$ 200 millones



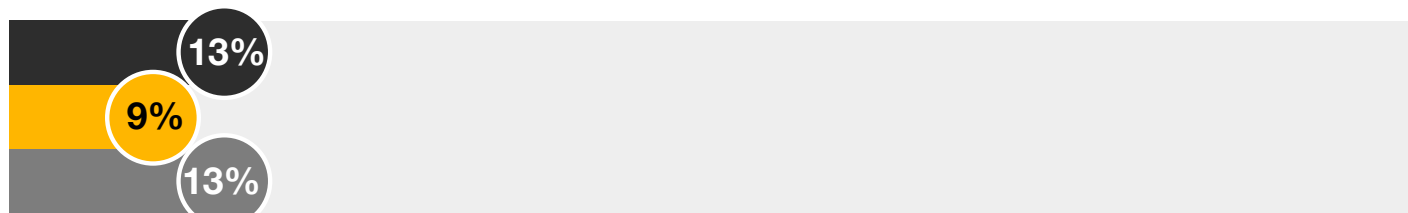
De R\$ 50 millones a R\$ 200 millones



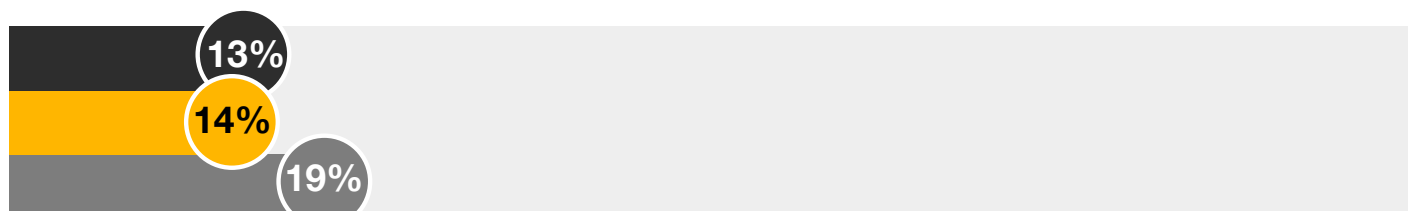
De R\$ 30 millones a R\$ 50 millones



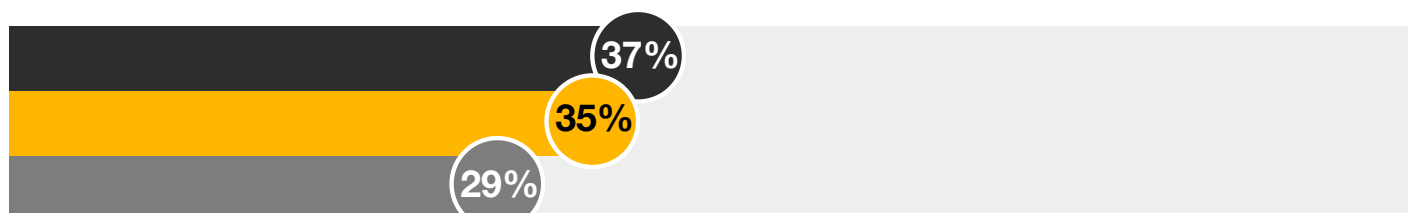
De R\$ 10 millones a R\$ 30 millones



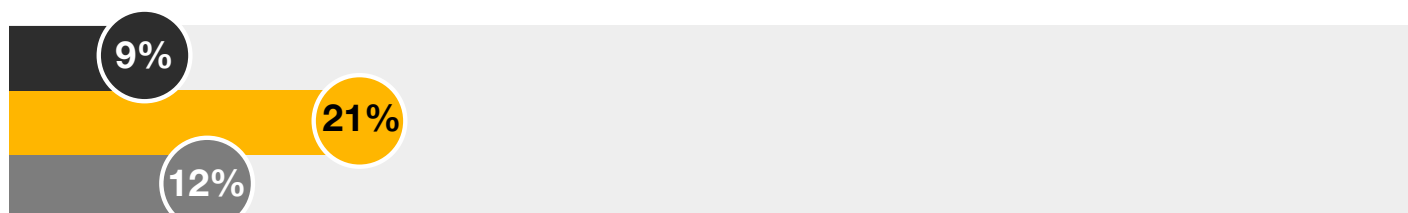
De R\$ 5 millones a R\$ 10 millones



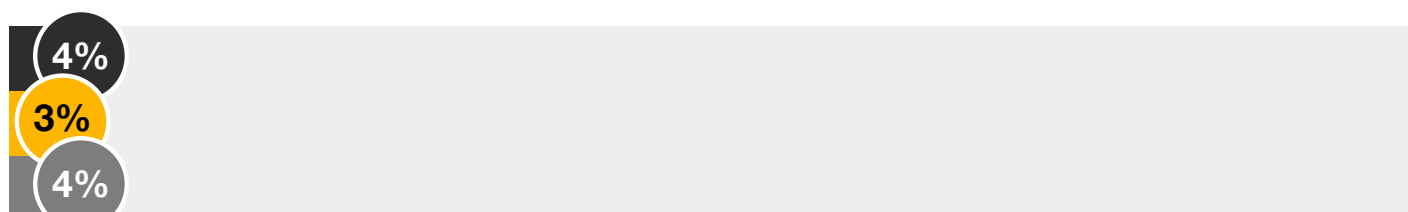
De R\$ 1 millón a R\$ 5 millones



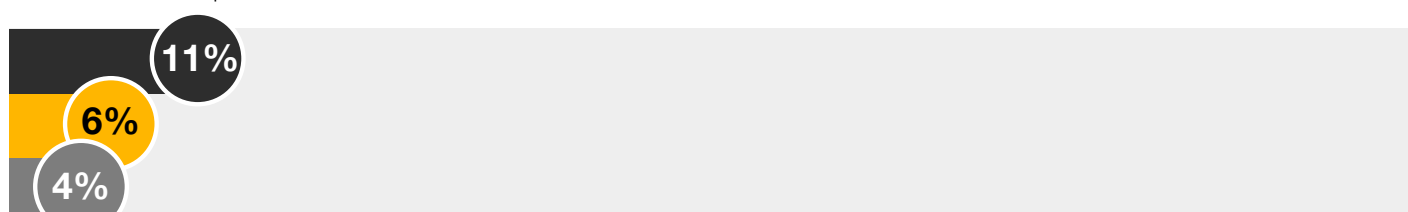
De R\$ 500.000 a R\$ 1 millón



De R\$ 350.000 a R\$ 500.000



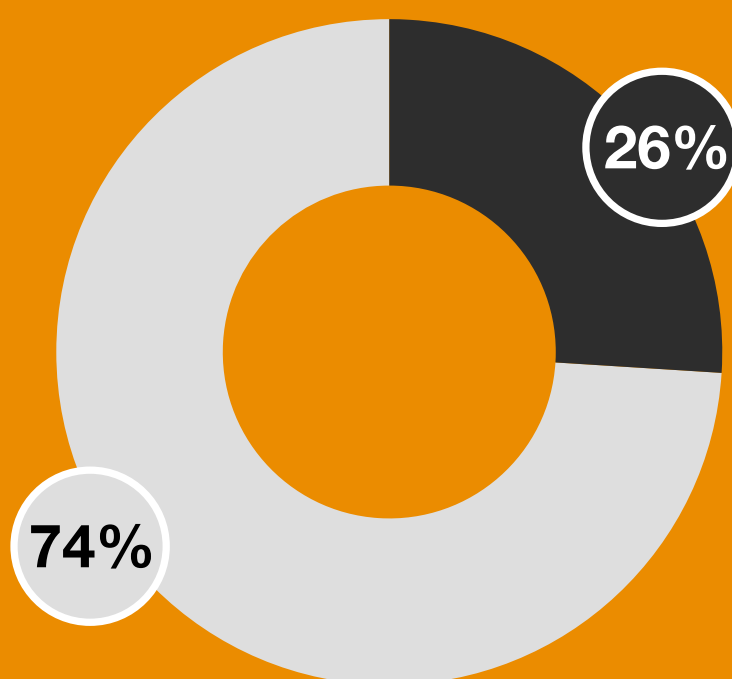
Menos de R\$ 350.000





¿Ustedes buscan inversiones?

- Sí
- No



sus ambiciones de captación de fondos:

55%



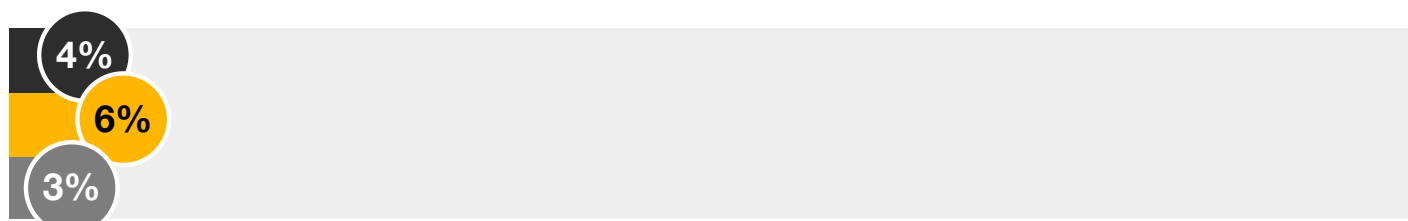
buscan inversiones limitadas a \$ 10

millones de reales. El porcentaje es ligeramente superior al 52 % del año pasado, incluso teniendo en cuenta los efectos de la inflación.

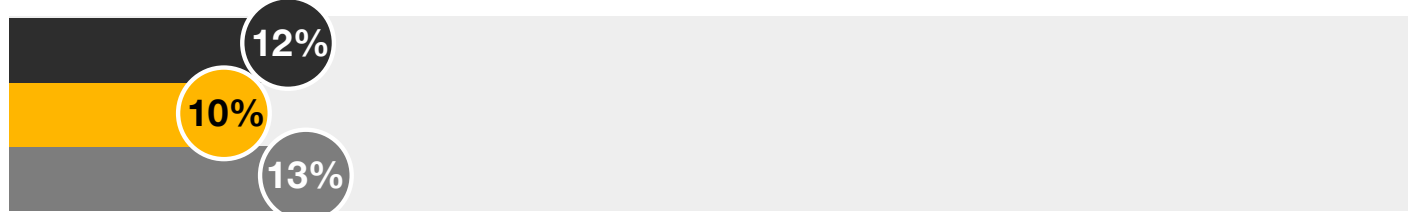
Cuánto quieren recaudar las empresas

● 2019 ● 2021 ● 2022

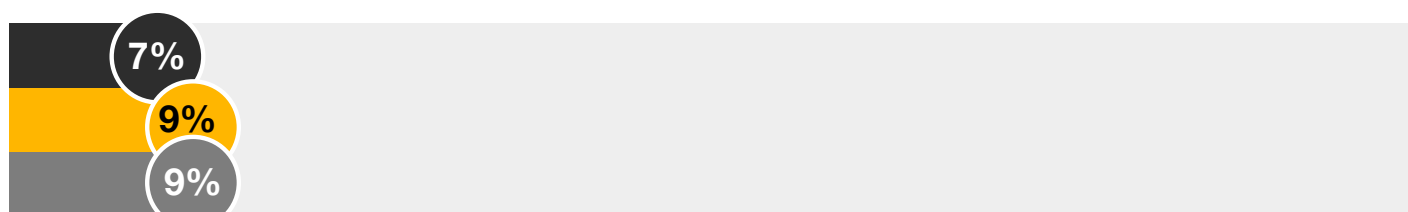
Por encima de R\$ 200 millones



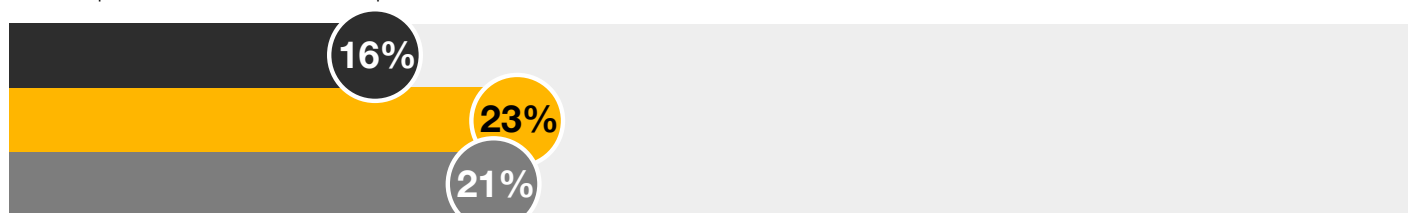
De R\$ 50 millones a R\$ 200 millones



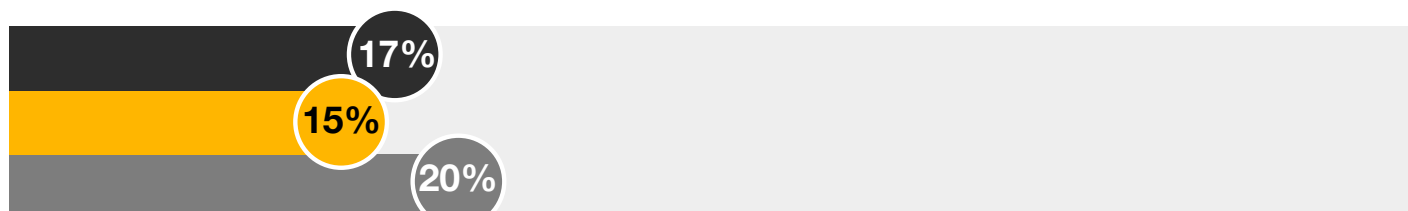
De R\$ 30 millones a R\$ 50 millones



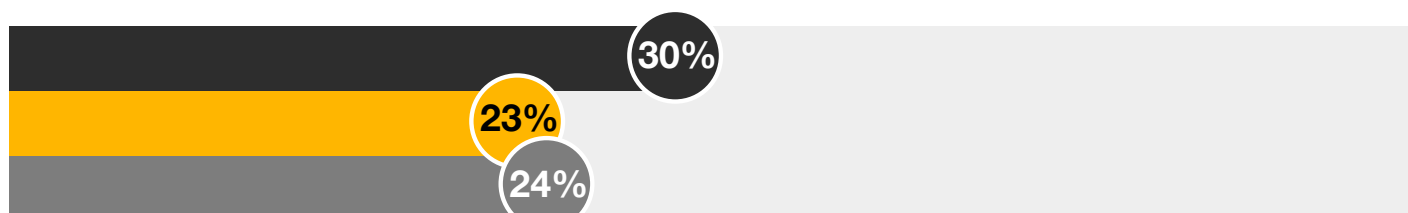
De R\$ 10 millones a R\$ 30 millones



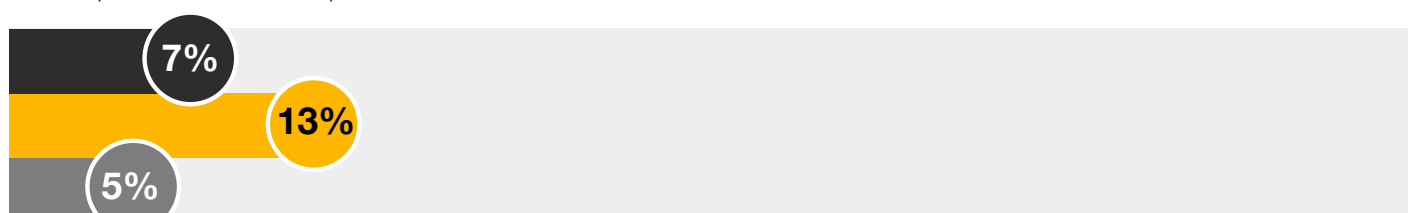
De R\$ 5 millones a R\$ 10 millones



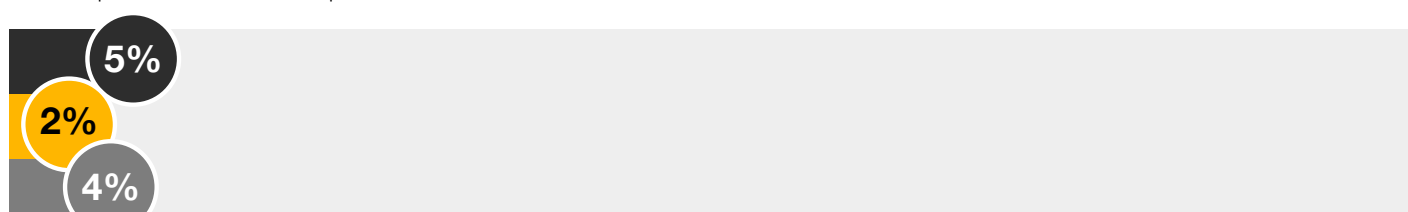
De R\$ 1 millón a R\$ 5 millones



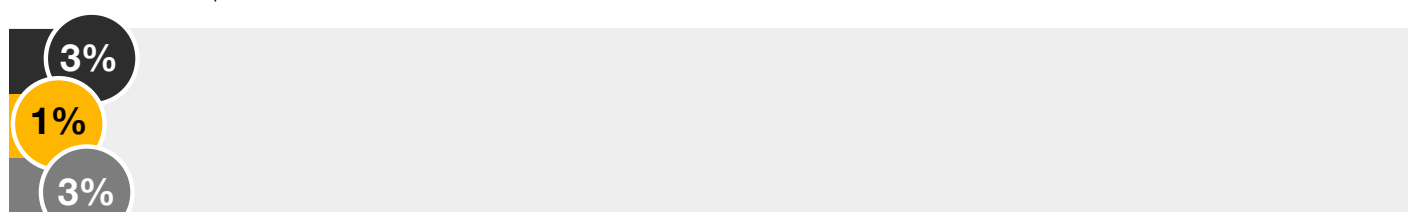
De R\$ 500.000 a R\$ 1 millón



De R\$ 350.000 a R\$ 500.000



Menos de R\$ 350.000

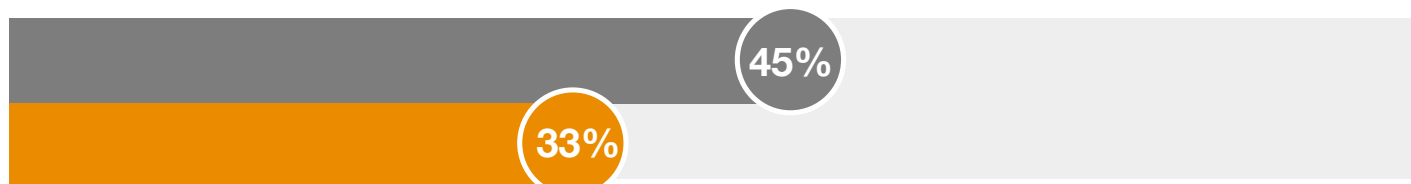


son más prudentes en un panorama aún incierto es también su estrategia de capital prioritario. Ha aumentado el porcentaje de empresas que pretenden preservar su estructura privada y ha disminuido el de las que pretenden recibir inversión de fondos o vender el negocio a un inversor estratégico. En la actualidad, más de la mitad de las empresas de nuestra muestra están solas con capital propio.

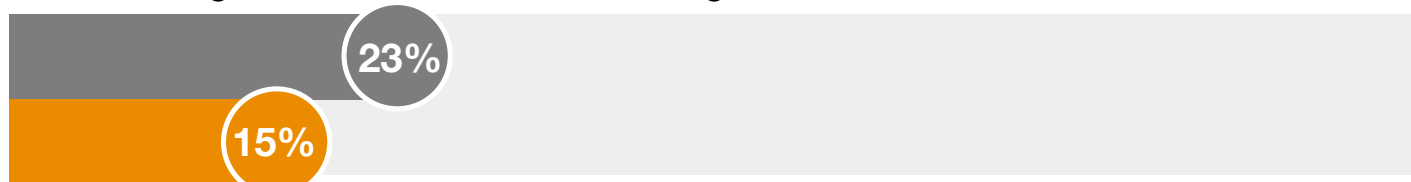
Estrategia de capital

● 2022 ● 2023

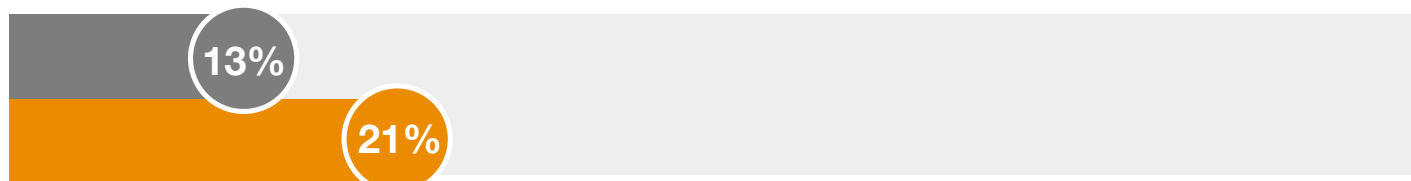
Recibir inversión de fondo



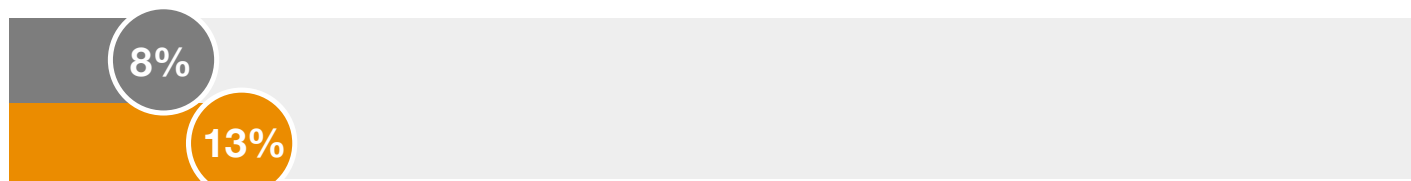
Vender el negocio a un inversionista estratégico



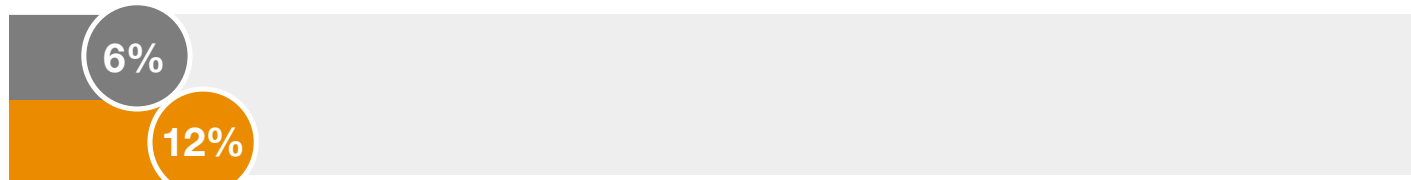
Mantener la privacidad de la empresa



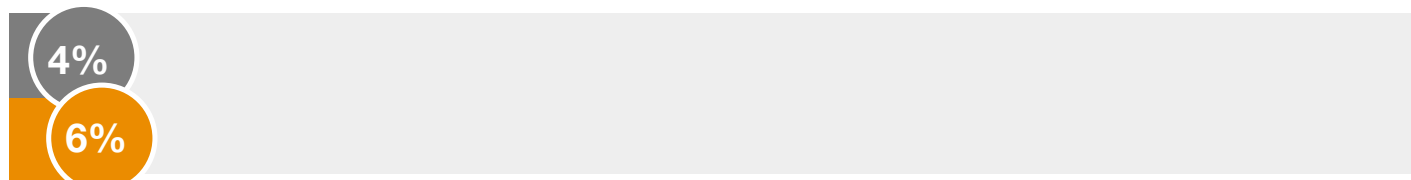
Realizar OPV en el extranjero



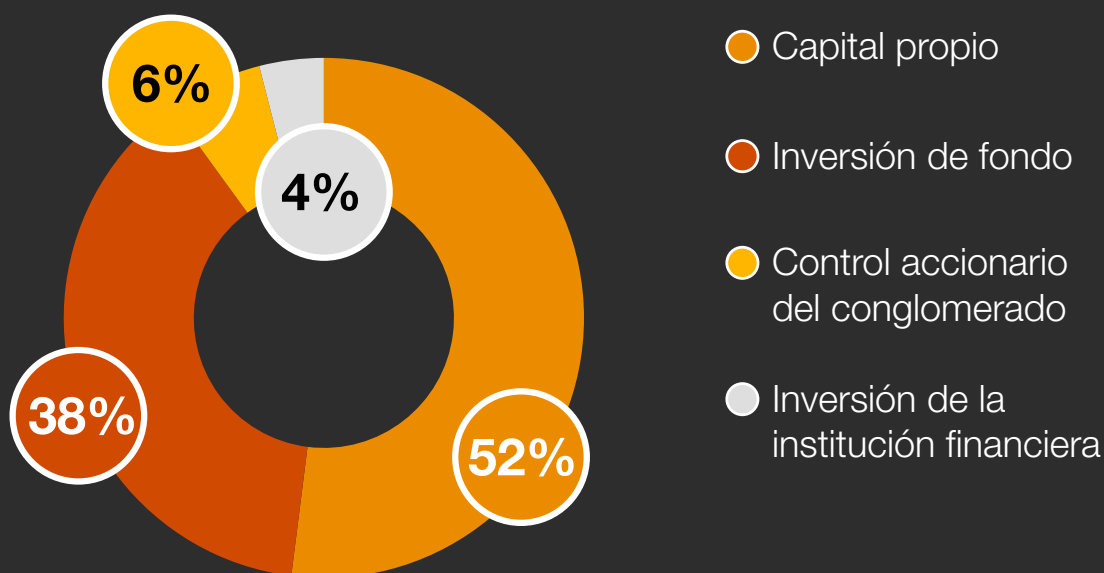
Realizar una OPV en Brasil



Establecer alianzas con empresas internacionales



Estructura de capital

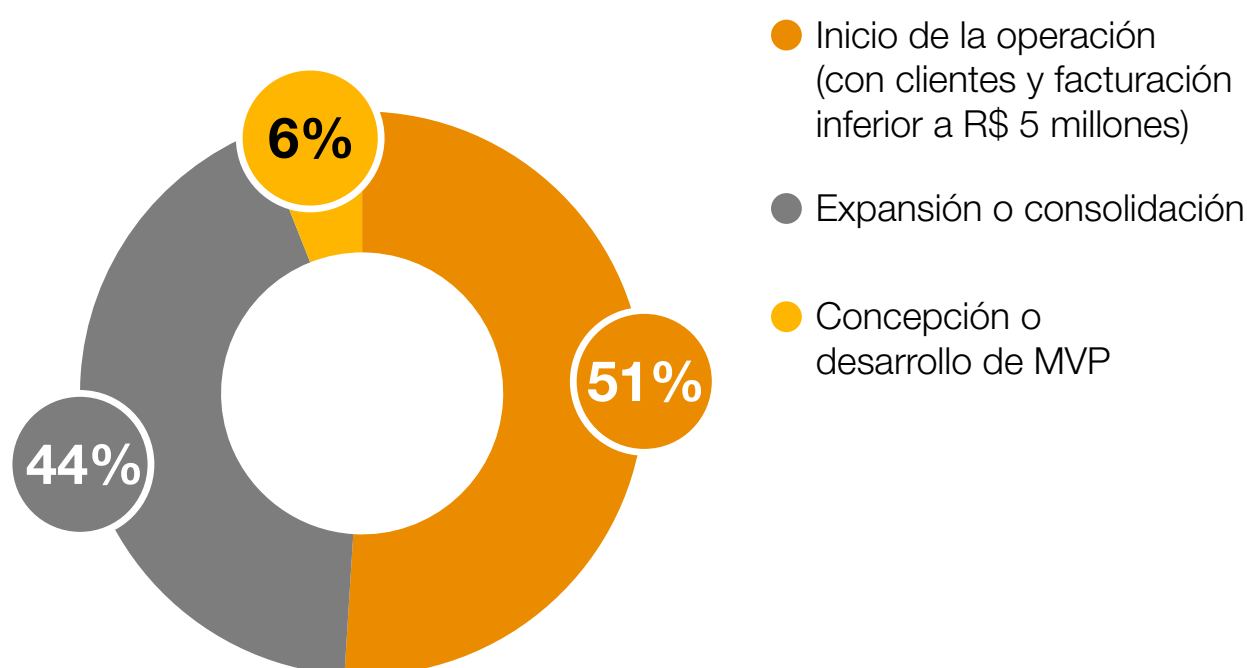




Centrarse en el crecimiento rentable

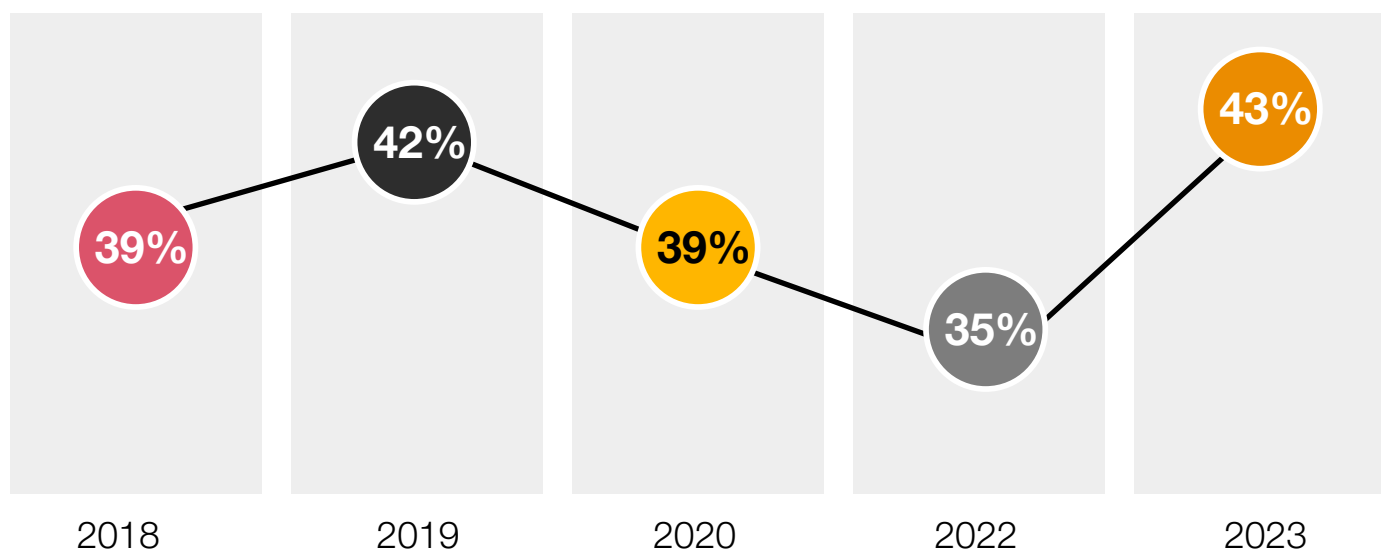
Si bien la mayoría de las empresas aún se encuentran en sus primeras etapas de operación, la proporción de fintechs en la fase de expansión o consolidación ha aumentado del 31% al **44%**, lo que indica una maduración de la industria.

Estado actual de las fintech



También aumentó el porcentaje de las que ya han alcanzado el equilibrio de sus cuentas (break-even point): **43%**, el nivel más alto registrado en las cinco ediciones de nuestra encuesta.

Alcanzado el punto de *equilibrio*

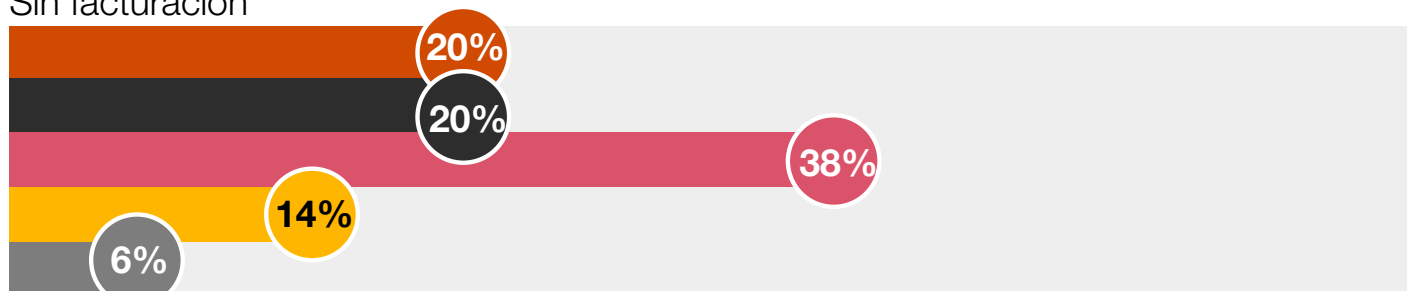


En términos de ingresos brutos, el porcentaje de fintechs sin facturación ha caído al nivel más bajo de nuestra serie histórica (6%). Las que facturan menos de R\$ 350 mil han también disminuido. Las franjas de mayor volumen de negocio registraron un crecimiento o una estabilización: El 22 % de las empresas encuestadas afirman tener ingresos superiores a 10 millones de reales. Este porcentaje alcanza el 33 % entre las fintechs de medios de pago.

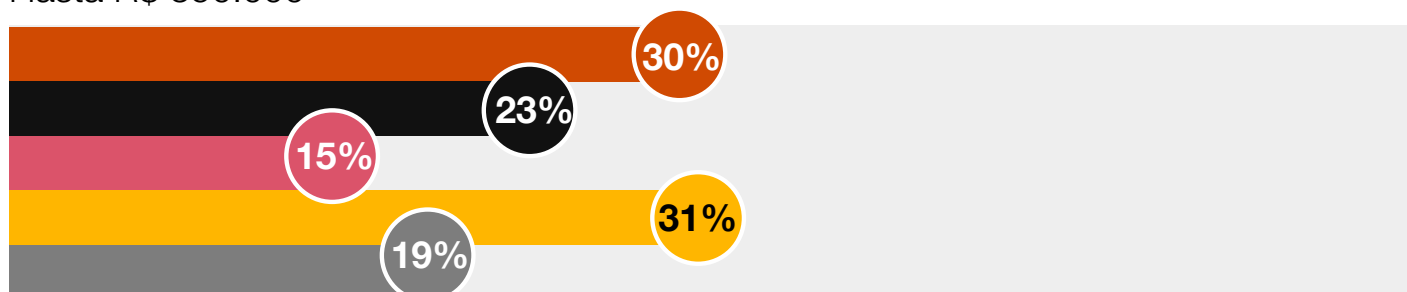
Ingresos brutos

● 2018 ● 2019 ● 2020 ● 2021 ● 2022

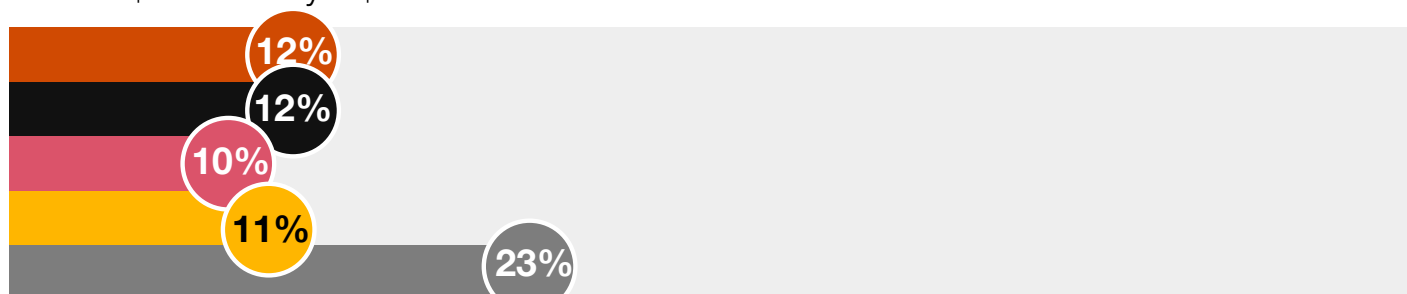
Sin facturación



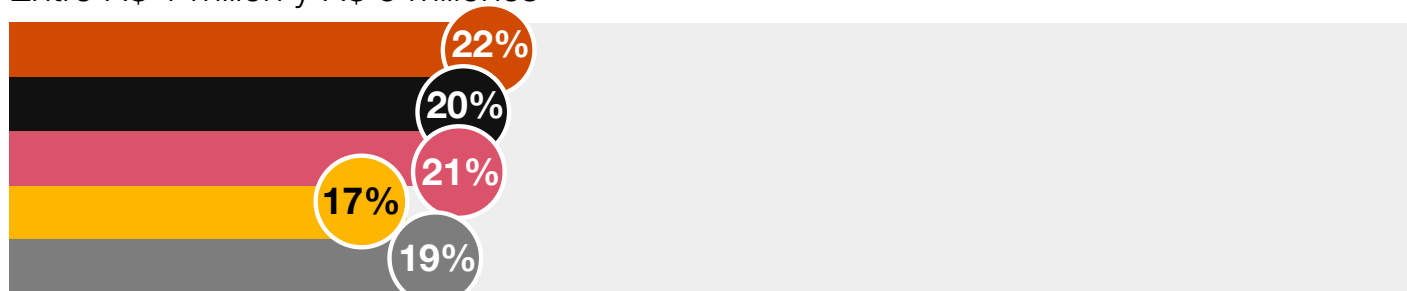
Hasta R\$ 350.000



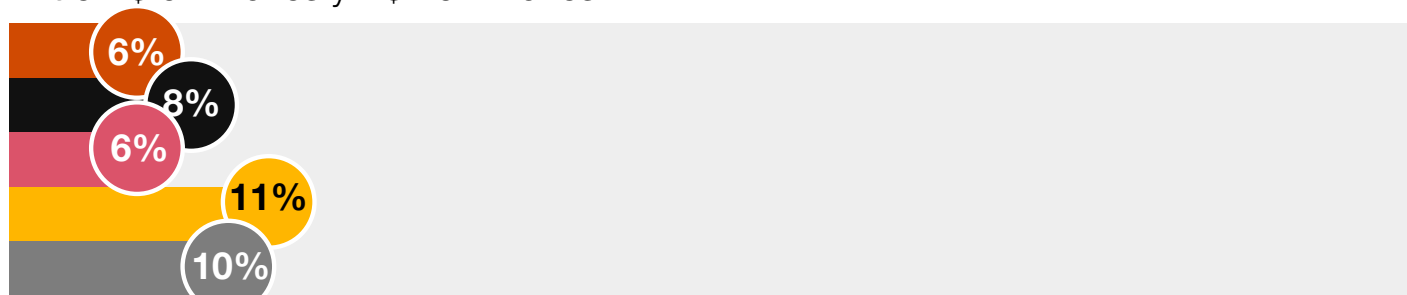
Entre R\$ 350.000 y R\$ 1 millón



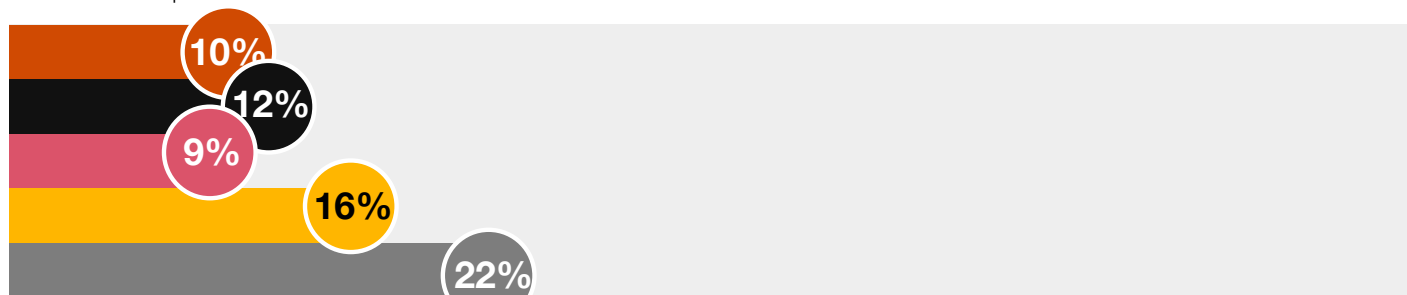
Entre R\$ 1 millón y R\$ 5 millones



Entre R\$ 5 millones y R\$ 10 millones



Más de R\$ 10 millones

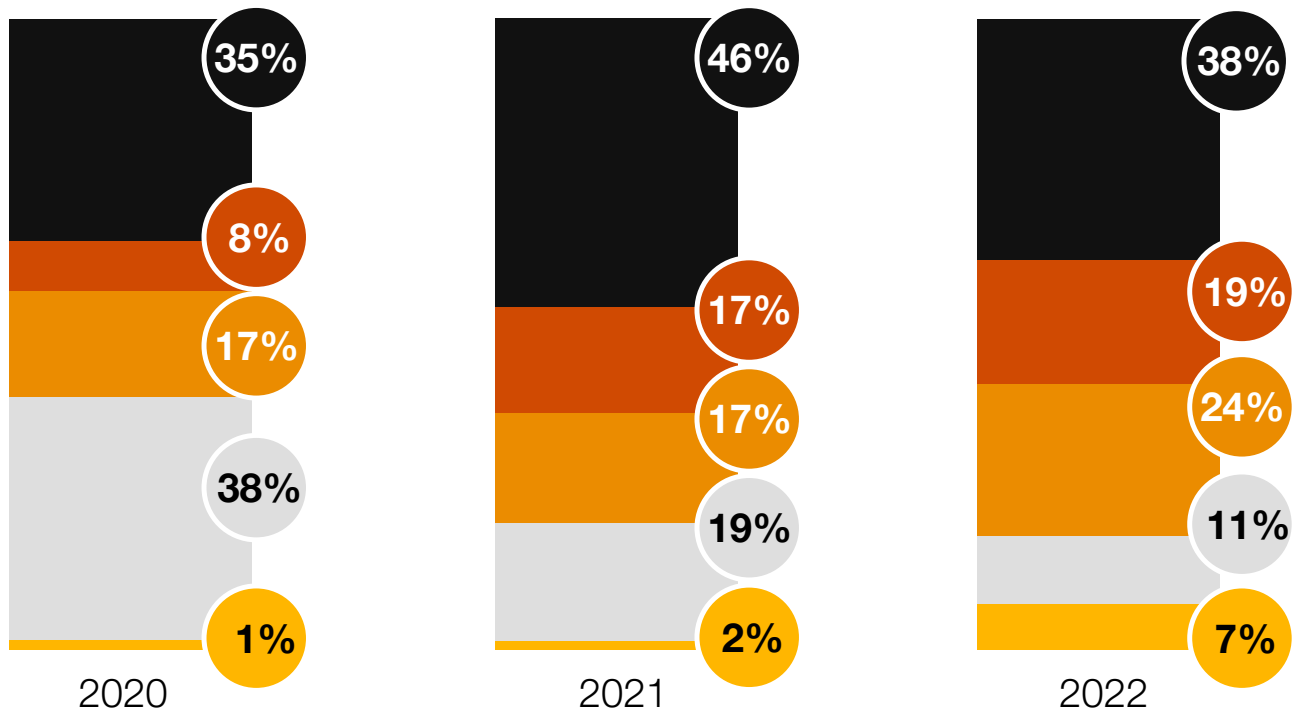


Obs.: Em 2019, 5% preferiram não informar a receita.

Más empresas registraron un crecimiento negativo: **7%** en 2022, frente al 2 % del año anterior. Además, son menos las empresas que crecen por encima del 100 %: ese porcentaje se redujo en ocho puntos porcentuales. Allí, las fintechs de medios de pago han tenido mejores resultados que las de crédito: El 50 % afirma haber duplicado con creces sus ingresos, frente al 29 % de los demás.

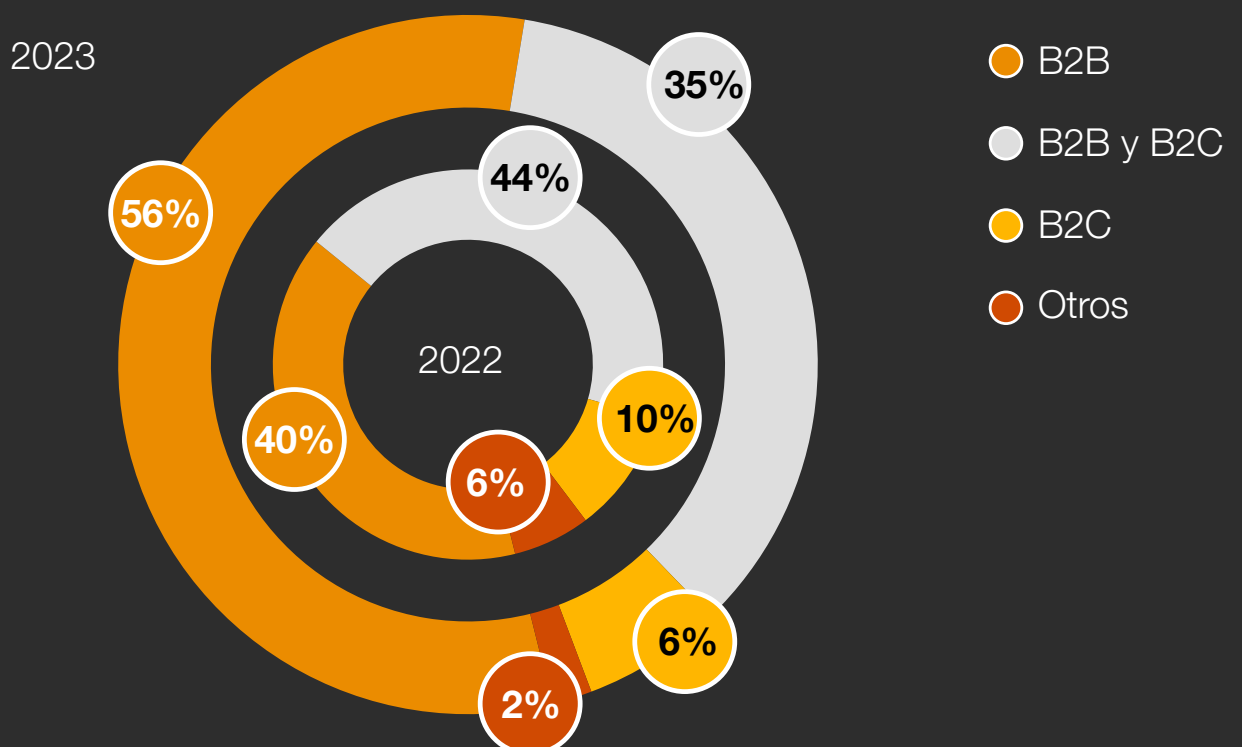
Crecimiento de los ingresos

● -50% a -1% ● 0% ● 1% a 50% ● 51% a 100% ● Por encima del 100%



Para mejorar sus perspectivas de futuro, las fintechs apuestan por nichos de mercado más rentables, como los servicios de empresa a empresa (B2B): esta cuota de clientes se disparó 16 puntos porcentuales de un año a otro. Paralelamente, el enfoque exclusivo en B2C (soluciones para el consumidor final) ha caído del 10 % al 6 %.

Centrarse en la empresa



También se presta más atención a las pequeñas y medianas empresas (PYME), que afrontan retos principalmente de costos para acceder a los servicios que ofrecen las grandes instituciones financieras.

En los últimos años, las fintechs han avanzado para ofrecer soluciones más accesibles y ágiles a las pymes como alternativa al modelo bancario tradicional. Con servicios más personalizados, tarifas competitivas y procesos racionalizados, pretenden satisfacer las necesidades de este mercado con mayor eficacia.

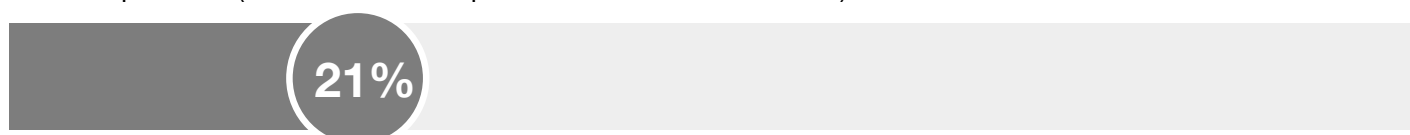
Más de la mitad de las fintechs que participaron en la encuesta (52%) afirman que sus clientes son PYME. El año anterior, el porcentaje fue del 38 %.

Perfil del cliente

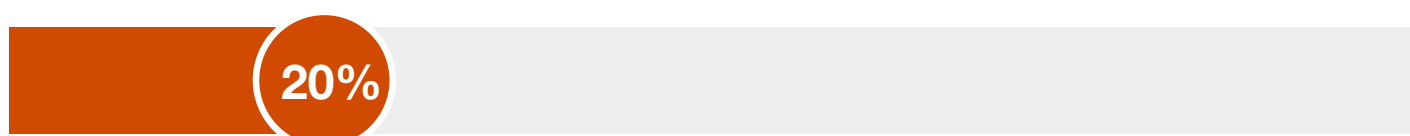
Pequeña o mediana empresa (facturación entre R\$ 2,4 millones y R\$ 90 millones)



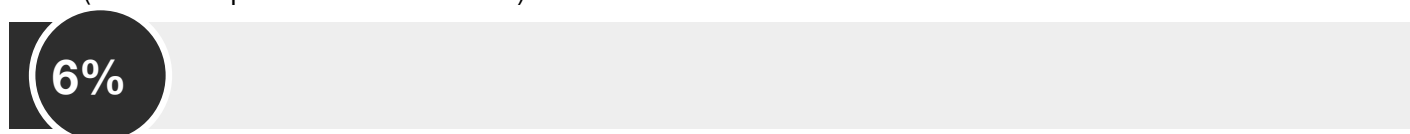
PJ Corporate (facturación superior a R\$ 90 millones)



Persona física con contrato CLT/autónomo



MEI (Microempresario Individual)



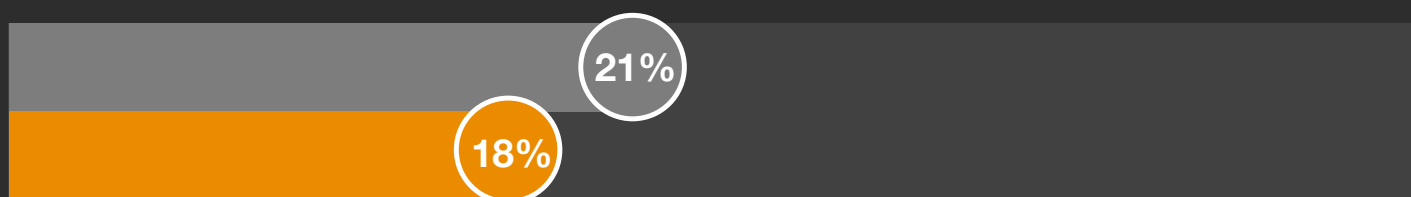
Otro signo de madurez de las fintechs que participaron en el estudio es el descenso del 60 % al **51%** del porcentaje de **empresas con menos de 20 empleados**, normalmente las que se encuentran en las primeras fases de desarrollo. Sin embargo, siguen siendo mayoría en nuestra muestra.

Además, el **69%** de las empresas que participaron fueron **fundadas hace menos de cinco años**, porcentaje similar al de la muestra utilizada en la edición anterior de nuestra encuesta.

¿Cuántos empleados tiene su fintech?

○ 2022 ● 2023

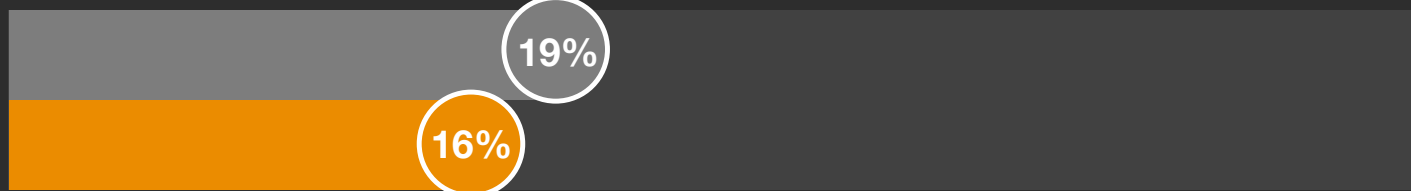
0 a 5



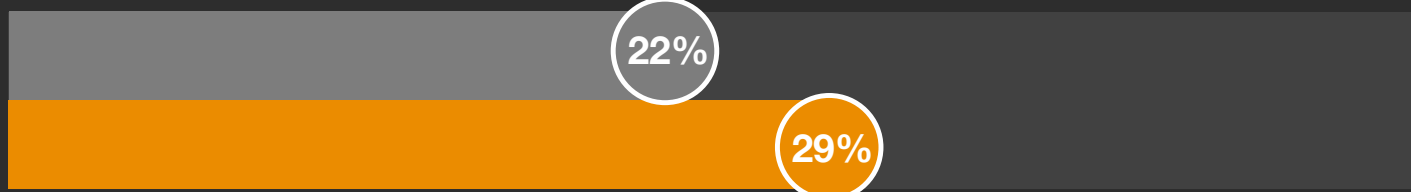
6 a 10



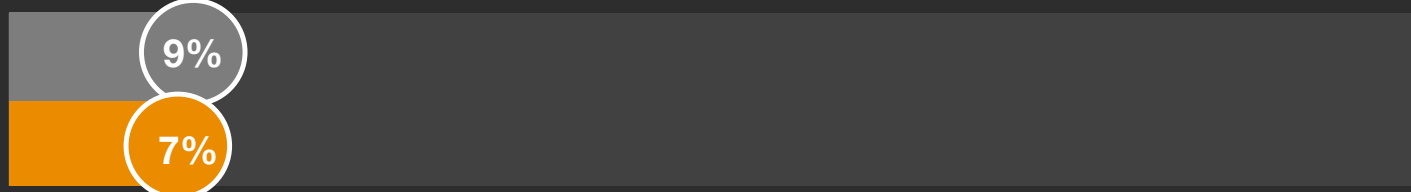
11 a 20



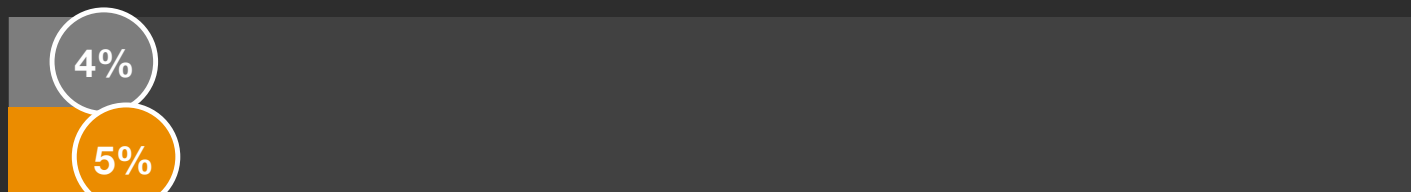
21 a 50



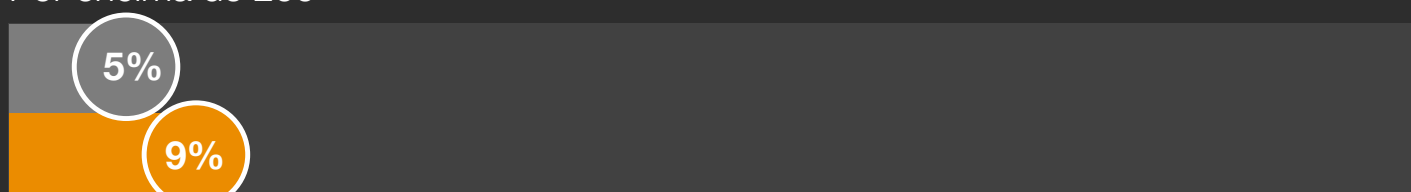
51 a 100



101 a 200



Por encima de 200

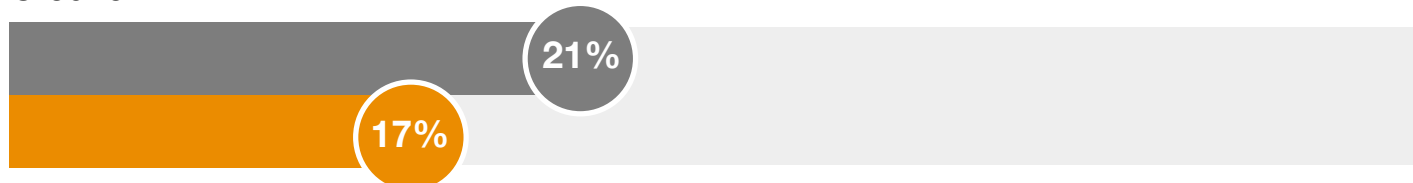


Los segmentos de crédito y medios de pagos siguen siendo los más destacados entre las fintechs. Sin embargo, en tercer lugar, el sector de la gestión financiera pasó al de la banca digital, un movimiento que puede considerarse natural tras la fuerte expansión de la base de clientes de estos bancos durante la pandemia del covid-19 y una posible saturación del mercado.

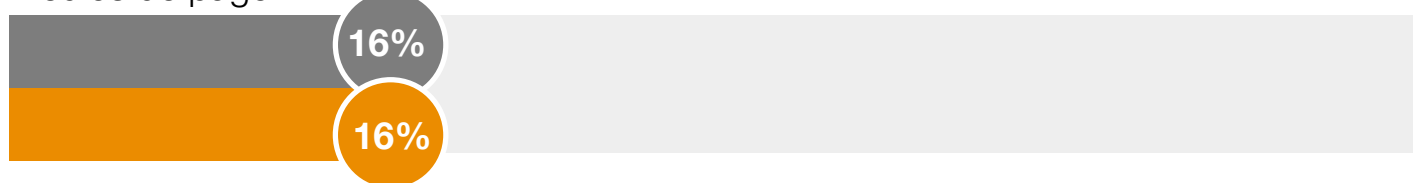
Segmentos clave de actuación

● 2022 ● 2023

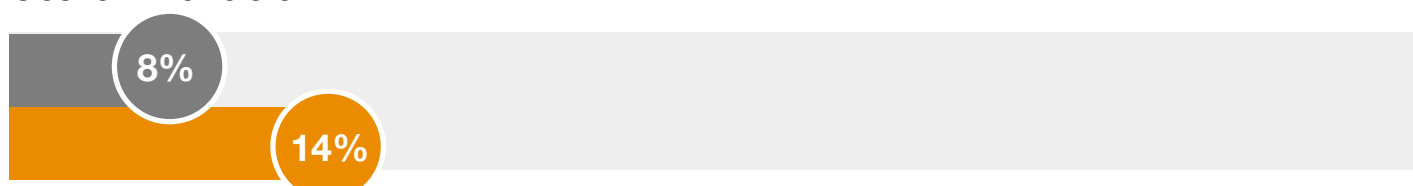
Crédito



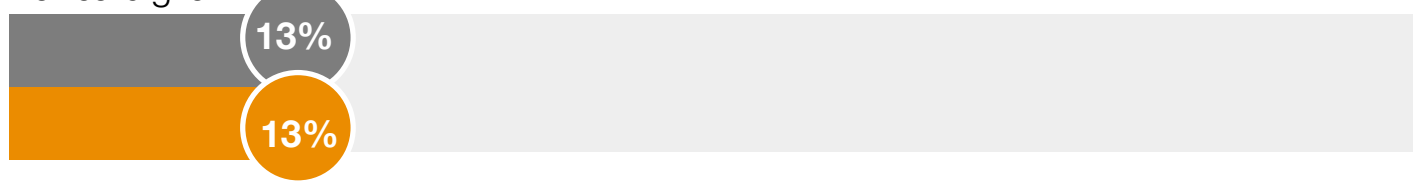
Medios de pago



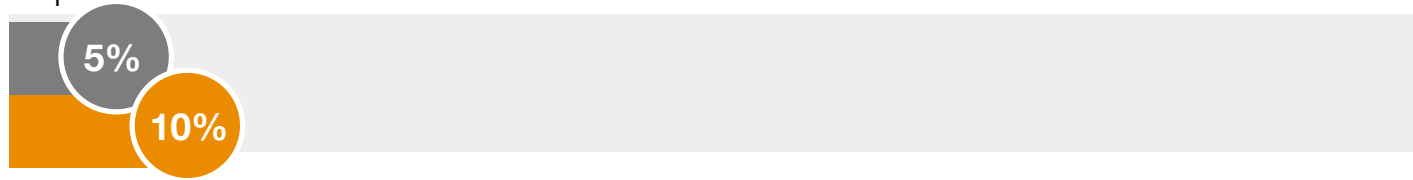
Gestión financiera



Banca digital

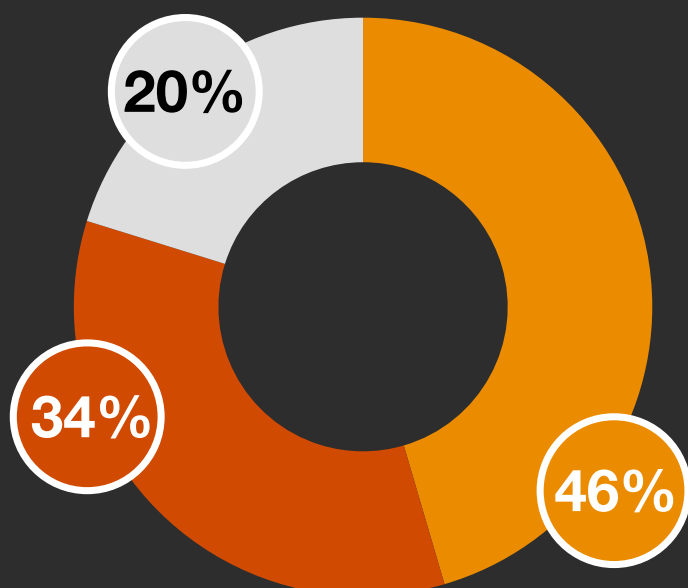


Criptoactivos



Operar en el extranjero

● No, pero tengo la intención de operar ● Sí ● No



Más de la mitad de las fintechs encuestadas operan o tienen intención de operar de manera internacional. Además, el 29% tiene un holding en el exterior.

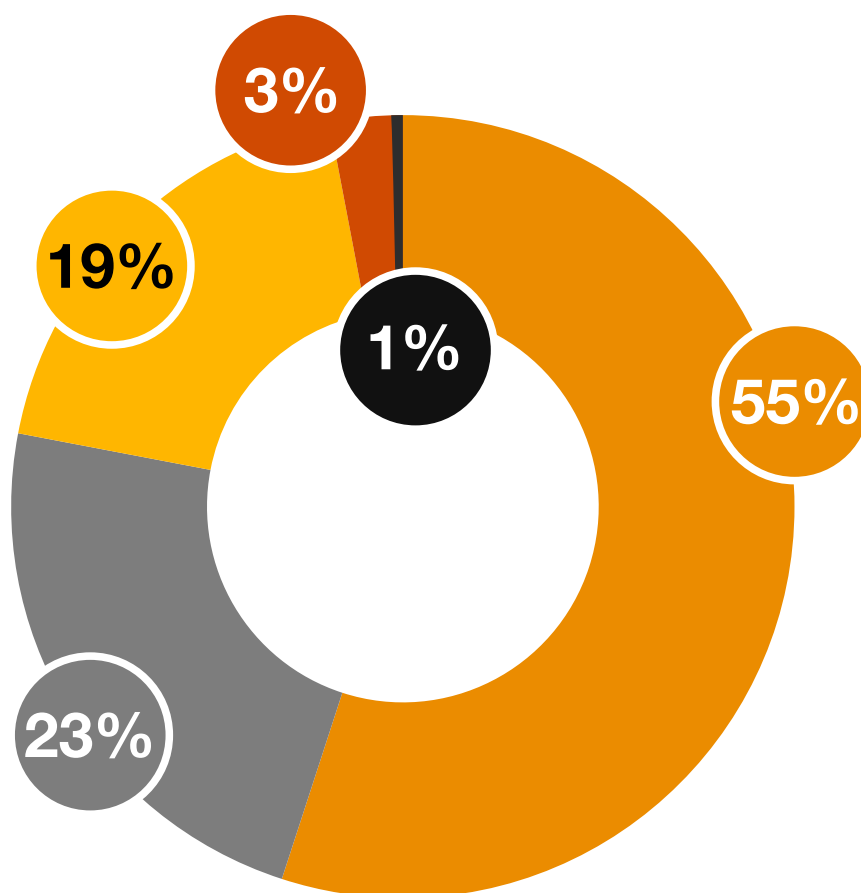


Tendencias y oportunidades

La mayoría de las empresas participantes de la encuesta (**55%**) espera más que duplicar sus ingresos en el 2023. Aunque muy positivo, el resultado está por debajo del 65 % registrado en la anterior edición del informe. Solo el 4 % prevé un crecimiento negativo o nulo.

Expectativas de crecimiento en 2023

● Por encima del 100% ● 51% a 100% ● 1% a 50% ● Sin crecimiento ● -1% a -50%

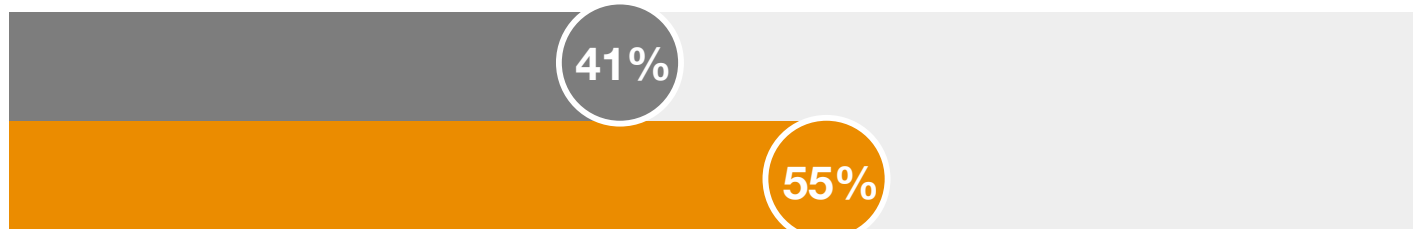


Hasta la anterior edición de la encuesta, atraer talento cualificado era la principal dificultad a la que se enfrentaban las fintechs para garantizar el crecimiento de su negocio. Esta cuestión ocupa ahora el quinto lugar en la lista de retos de gestión. La caída revela hasta qué punto la crisis de los últimos años ha afectado al panorama del mercado para estas empresas. Ganar escala e inversión son las mayores preocupaciones, y esto es más evidente entre las fintechs de crédito que entre las de medio de pago.

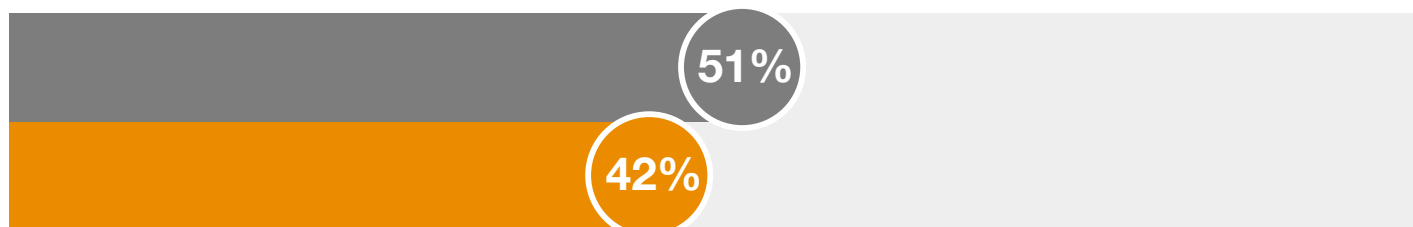
Retos de gestión

● 2022 ● 2023

Lograr la escala requerida para las operaciones



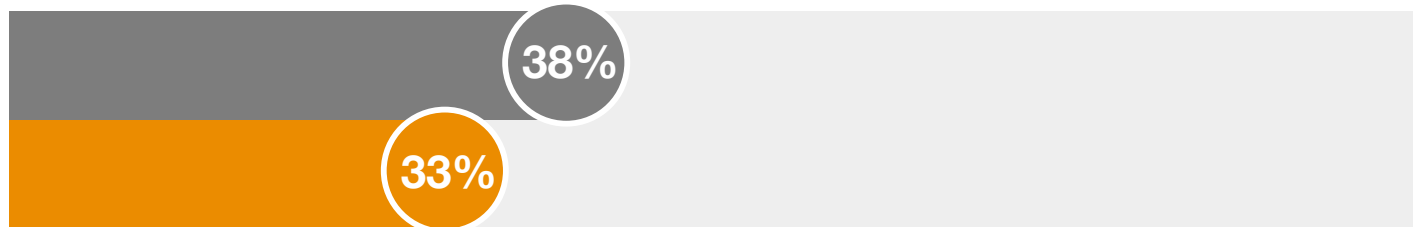
Obtener inversión para el negocio



Generar ingresos



Obtener conocimiento de marca



Atraer recursos humanos calificados



Ofrecer una experiencia diferenciada al cliente se ha convertido en el principal problema que las fintechs quieren resolver. El aumento de la eficacia de las operaciones para los clientes B2B aparece por primera vez en la encuesta y ya ocupa el tercer lugar. Cabe destacar que las menciones a la inclusión financiera como problema a resolver descendieron del 40 % al **28%** (casi la mitad de este porcentaje procede del segmento del crédito).

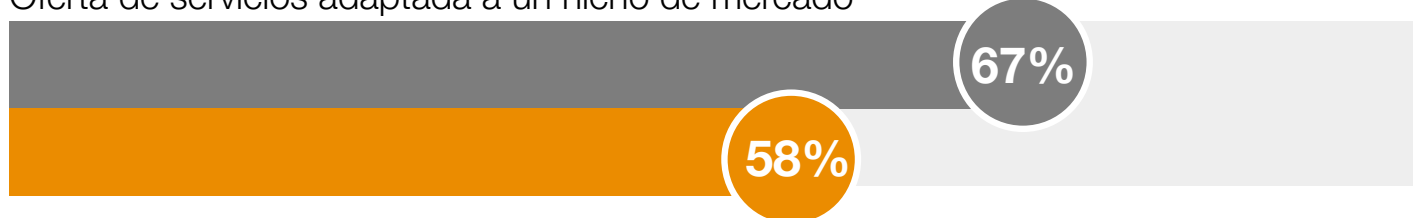
Principales problemas de los usuarios que resuelven las fintechs

● 2022 ● 2023

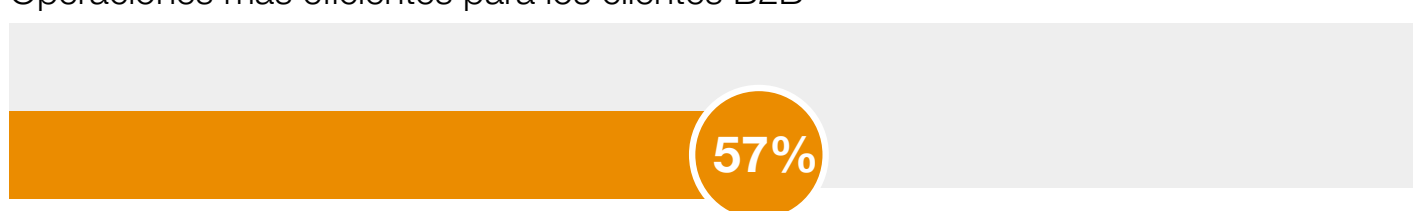
Experiencia diferenciada del cliente



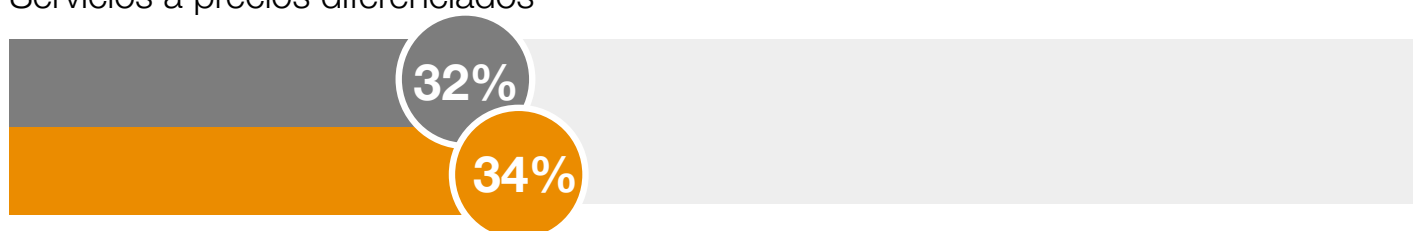
Oferta de servicios adaptada a un nicho de mercado



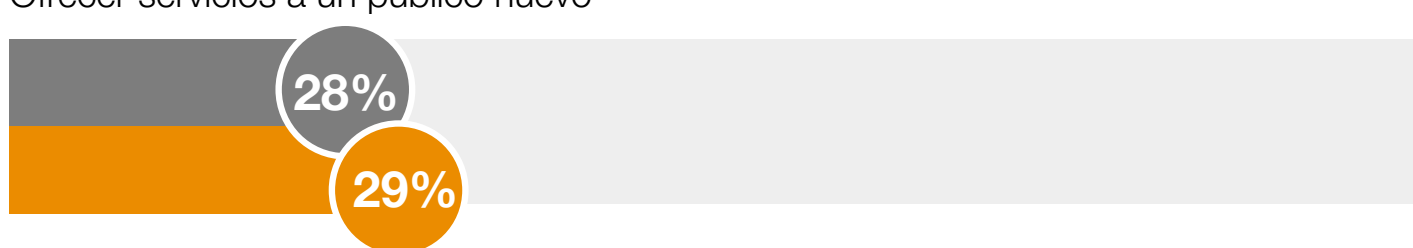
Operaciones más eficientes para los clientes B2B



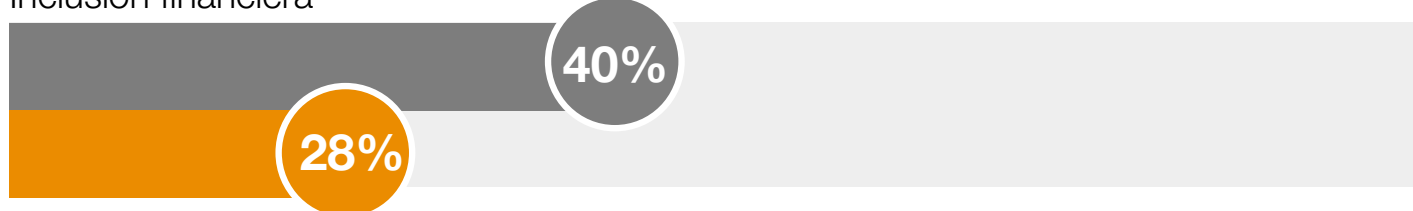
Servicios a precios diferenciados



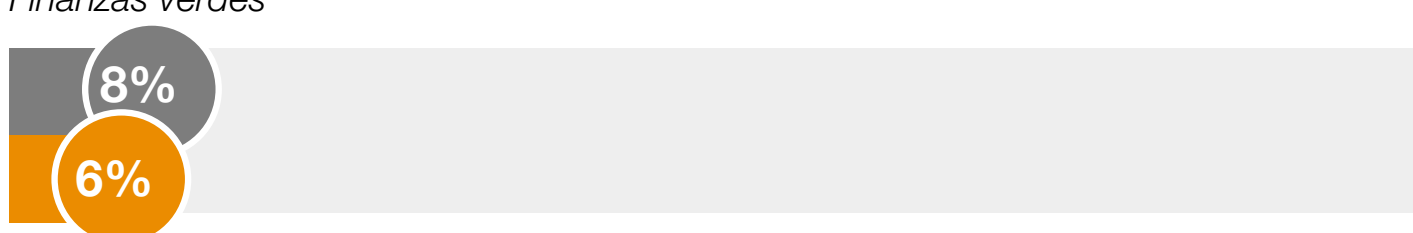
Ofrecer servicios a un público nuevo



Inclusión financiera



Finanzas verdes



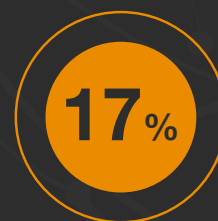
Las ventajas competitivas de las fintechs



Reducción de costos



Automatización de procesos



Integración en ecosistemas asociados

En la edición de este año, preguntamos a las fintechs en qué eslabones del proceso y la experiencia del cliente perciben mayores fricciones o barreras.

Según las fintechs de crédito y medios de pago, los clientes se enfrentan a más dificultades cuando intentan resolver un problema. Para el sector de la inversión, el principal obstáculo es obtener asesoramiento o recomendaciones. En el segmento de los seguros, la cancelación del producto es lo más problemático.

Problemas clave durante el proceso del cliente

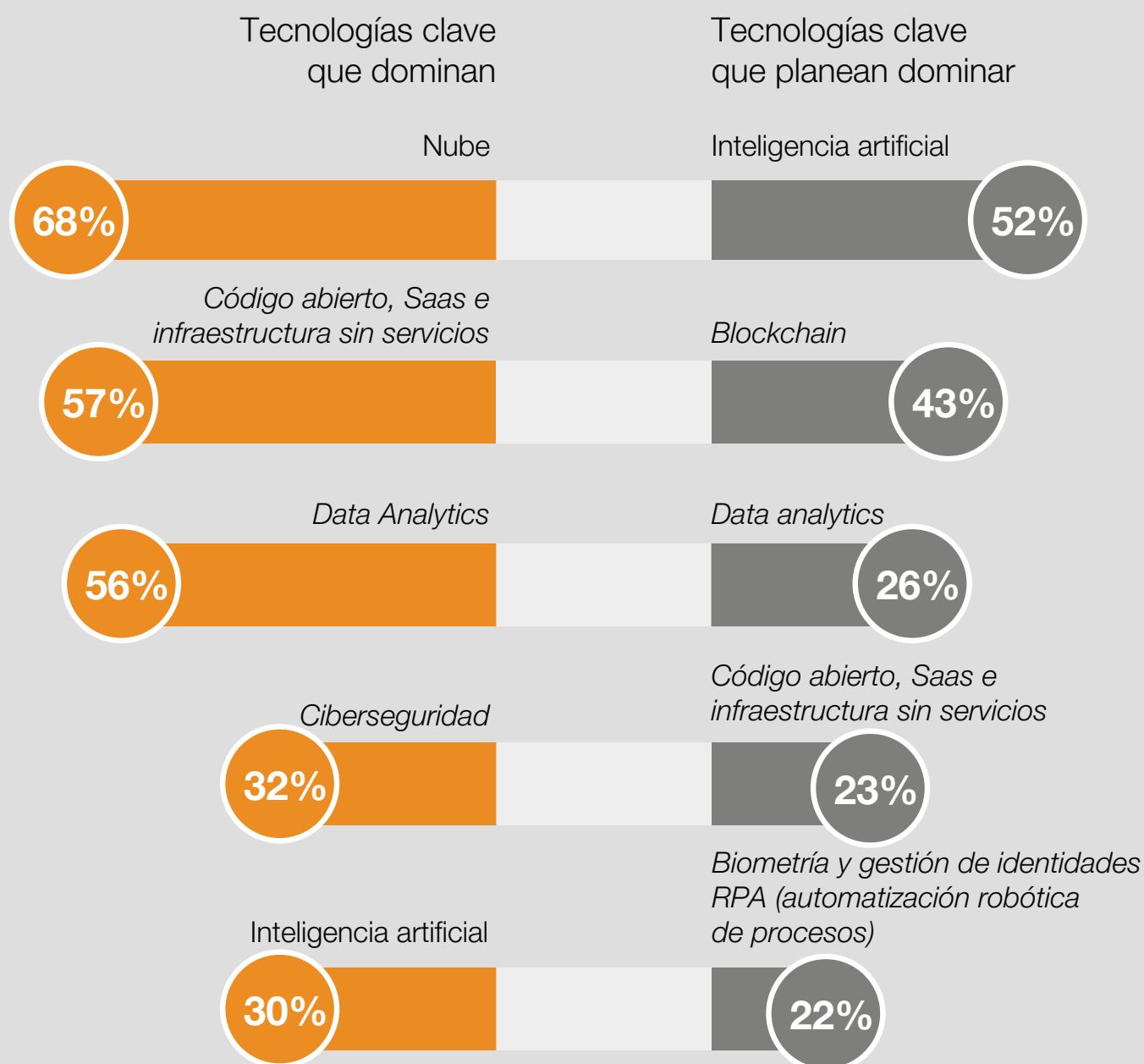
Créditos y préstamos	<ol style="list-style-type: none">1º Resolver un problema2º Habilitación de un nuevo producto Obtener información sobre el producto Operacionalización del producto3º Actualizar los datos de la cuenta o del producto
Inversiones	<ol style="list-style-type: none">1º Obtener consejos o recomendaciones2º Obtener información sobre el producto3º Actualizar los datos de la cuenta o del producto
Pagos	<ol style="list-style-type: none">1º Resolver un problema2º Cancelar producto3º Operacionalización del producto
Seguros	<ol style="list-style-type: none">1º Cancelar producto2º Obtener información sobre el producto3º Habilitación de un nuevo producto Obtener consejos o recomendaciones

La eliminación de estas barreras ofrece oportunidades de negocio y ventajas competitivas a las fintechs. La tecnología puede ser un aliado importante en el proceso.

La inteligencia artificial (IA), que más de la mitad de las empresas aspira a dominar, ofrece potencial no solo en términos de automatización de tareas, sino también de análisis avanzado de datos y detección de fraudes. También es esencial para personalizar la experiencia del cliente, en el sentido de comprender sus preferencias y necesidades, responder a sus preguntas y proporcionarle ayuda con aplicaciones de lenguaje natural, mejorando la interacción general con los servicios financieros.

Sin embargo, esta tecnología sigue ocupando solo el quinto lugar entre las que dominan las fintechs, por detrás de opciones más esenciales hoy en día en términos de retorno para el negocio, como la nube, el código abierto, el SaaS (Software as a Service), la infraestructura sin servidor, la analítica de datos y la ciberseguridad. En la lista de tecnologías que las empresas tienen previsto dominar, las tres primeras opciones siguen siendo las mismas que en la anterior edición de la encuesta.

Menos de un tercio domina el uso de la inteligencia artificial





“

La inteligencia artificial provocará sin duda un vuelco en el mercado y puede determinar el fin de algunas empresas. El problema es que, si crea una aplicación de IA ineficiente, también será su fin. ¿Merece la pena invertir mucho dinero en IA ahora que el capital escasea y cuando es posible centrarse en otras cosas que darán rendimientos más inmediatos? Mi recomendación es empezar a utilizar la IA como un experimento, un piloto no tan estratégico, preferiblemente en colaboración con una gran empresa que disponga de más recursos para asumir la responsabilidad en caso de contratiempo. No intente abrir nuevos caminos, porque eso lo dejará sin dinero”

Diego Perez, Presidente de ABFintechs



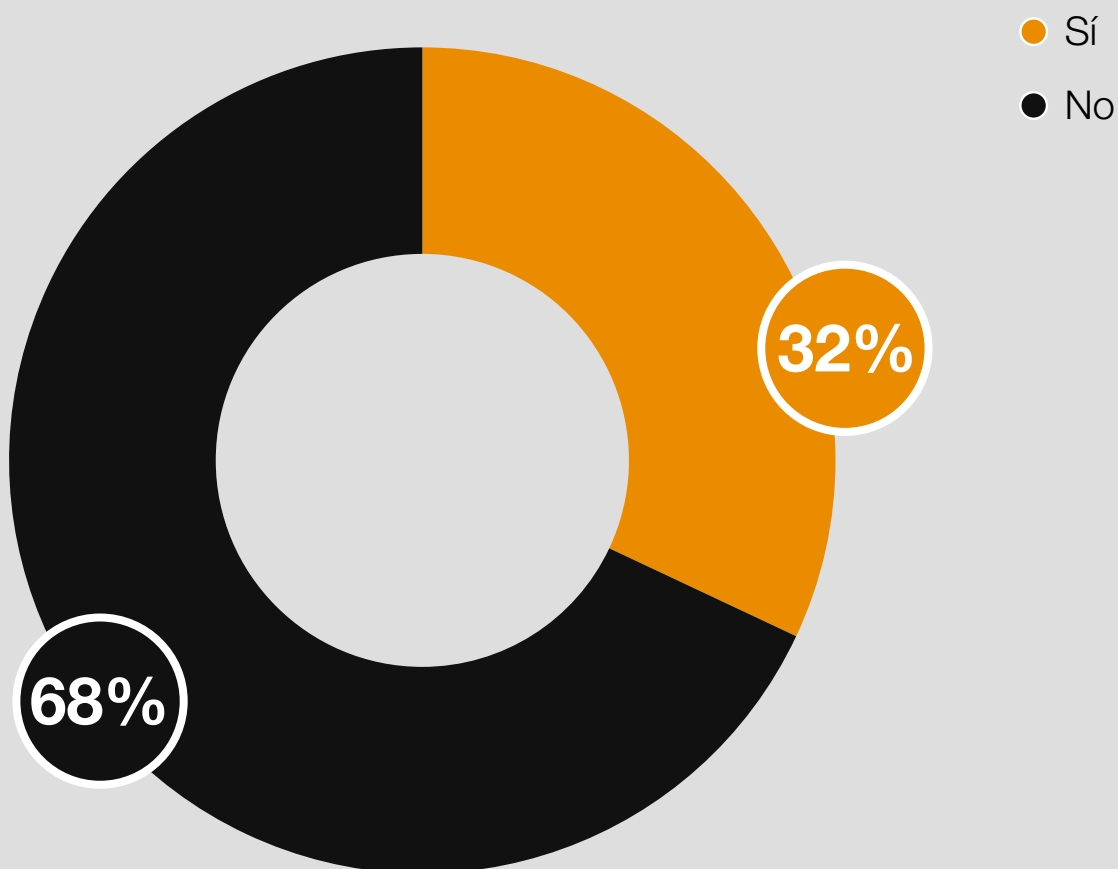


Seguimiento de las criptomonedas

Con la discusión sobre criptomonedas y activos digitales entre las prioridades regulatorias del Banco Central de Brasil, el porcentaje de empresas que dicen operar en el segmento de cryptoactivos ha aumentado del 5 % al **10%** en un año.

Además, casi un tercio de las fintechs están desarrollando soluciones centradas en este tema.

Desarrollar soluciones para los nuevos marcos reguladores de las criptomonedas/creación de monedas digitales centralizadas (CBDC)



Apuestas de futuro

El 42%

prevé que la mayor disponibilidad de información a través de **Open Finance** **ampliará** significativamente la **oferta de créditos y préstamos a públicos y empresas desatendidos**.

El 27%

no desarrolla ninguna solución para **Open Finance or Pix**. Este porcentaje se eleva al 40 % entre las fintechs de crédito. Además, el 43 % ya **capta los beneficios** de estas cuestiones normativas, un resultado que es aún mejor entre las fintechs de medios de pago (61 %).

El 35%

creen que los mercados **B2C** están ampliamente explorados en Brasil, pero existe un margen significativo para que las ofertas crezcan en el sector de medios de pago de **B2B**.

El 34%

percibe la consolidación del **Open Insurance** como un factor de evolución en la suscripción y tarificación de seguros, capaz de reducir el precio final para el cliente.

El 32%

Cree que el **asesoramiento personalizado** será la fuente de valor en el ámbito de la inversión, ya que los **brokers digitales**, las plataformas y los robots de gestión de carteras han convertido la gestión de inversiones en un commodity.

Búsqueda de apoyo a la innovación

Las fintechs encuestadas recurren poco a los programas de aceleración y entornos de prueba normativos para desarrollarse. Aunque más de la mitad participa en algún tipo de ecosistema de innovación, pocos aprovechan los incentivos fiscales que ofrece el gobierno para la innovación tecnológica o han registrado patentes.



75%

no participa de programas de aceleración



88%

no participa en un “entorno de prueba” normativo ni lo ha solicitado.



55%

participa de algún ecosistema de innovación.



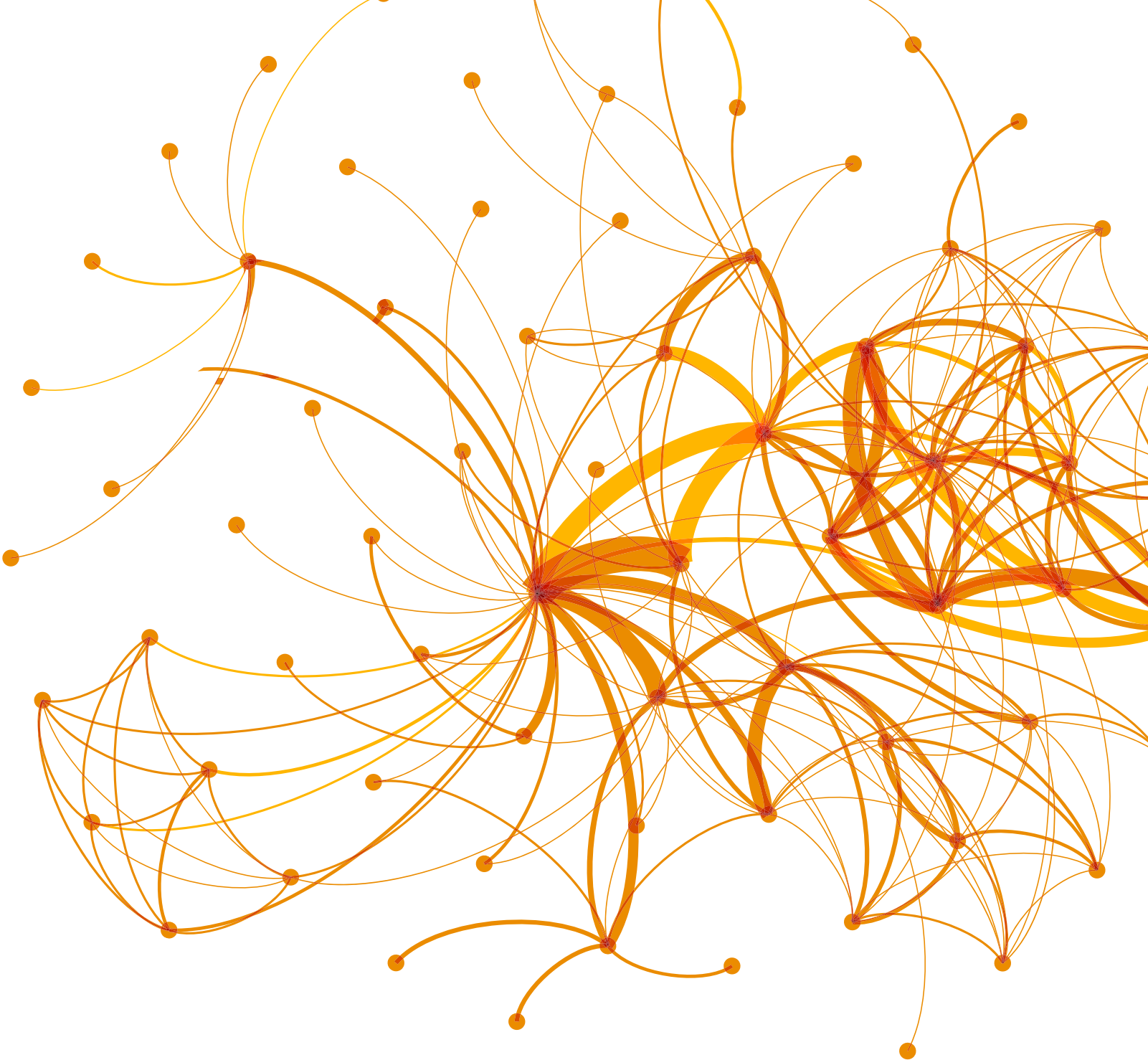
87%

no tiene patentes registradas.



Solo el 8%

se ha beneficiado ya de los incentivos fiscales a la innovación tecnológica de la Ley de Bem (N.º 11.196/05), pero el porcentaje duplica el registrado en la encuesta anterior



Metodología

La Encuesta Fintech Deep Dive 2023 fue realizada por la Asociación Brasileña de Fintechs (ABFintechs) y por la PwC Brasil con base en las respuestas proporcionadas en un cuestionario en línea enviado a representantes de empresas de tecnología especializadas en servicios financieros en Brasil.

Entre febrero y abril de 2023, recibimos respuestas de 108 fintechs. Nuestra muestra incluye empresas de diferentes tamaños y sectores. El análisis de datos fue realizado por especialistas de ABFintechs y PwC. Las respuestas fueron tratadas de forma estrictamente confidencial y analizadas colectivamente. No se hace referencia a empresas individuales en los resultados o en el análisis de datos.

Nos gustaría agradecer a todas las empresas que participaron en nuestra encuesta para ayudar a profundizar el contexto del desempeño de las fintech brasileñas.

Contactos

PwC Brasil

Somos un network de firmas presente en 152 territorios, con más de 320.000 profesionales dedicados a prestar servicios de calidad en auditoría y aseguramiento, consultoría tributaria y societaria, consultoría de negocios y asistencia en transacciones.



Lindomar Schmoller

Socio y líder de Servicios
Financieros de PwC Brasil
lindomar.schmoller@pwc.com



Willer Marcondes

Socio y líder de Consultoría
en Servicios Financieros en
PwC Brasil
willer.marcondes@pwc.com

ABFintechs

Fundada en el octubre de 2016, cuenta con más de 630 asociados y su misión es asegurar que la mayor cantidad posible de empresas fintech se conviertan en una realidad como negocio, además de hacer de Brasil una referencia en innovación en el sector financiero, convirtiéndose en un proveedor para el mundo de la innovación disruptiva en finanzas.



Diego Perez

Presidente de ABFintechs

diego.perez@abfintechs.com.br

Executive Directors



Carlos de Oliveira

carlos.oliveira@abfintechs.com.br



Marcelo Martins

marcelo.martins@abfintechs.com.br



Marian Canteiro

marian.canteiro@abfintechs.com.br



Mariana Bonora

mariana.bonora@abfintechs.com.br



www.pwc.com.br

**ABFIN
TECHS**
associação brasileira de fintechs

www.abfintechs.com.br

 PwC Brasil  PwC Brasil  @PwCBrasil  PwC Brasil  @PwCBrasil  @PwCBrasil

En este documento, “PwC” se refiere a PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda., una firma miembro del network de PricewaterhouseCoopers, o como sugiera el contexto, al propio network. Cada firma miembro de la red PwC constituye una persona jurídica separada e independiente. Para obtener más detalles acerca del network PwC, visite: www.pwc.com/structure

© 2023 PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda. Todos los derechos reservados.