



# Fintech Deep.Dive.2022

Agosto del 2022



ABFIN  
TECHS

associação brasileira de fintechs

# Contenido

**7**

Desempeño

**3**

Aspectos destacados de esta edición

**12**

Escenario

**26**

Capital

**20**

Estrategia

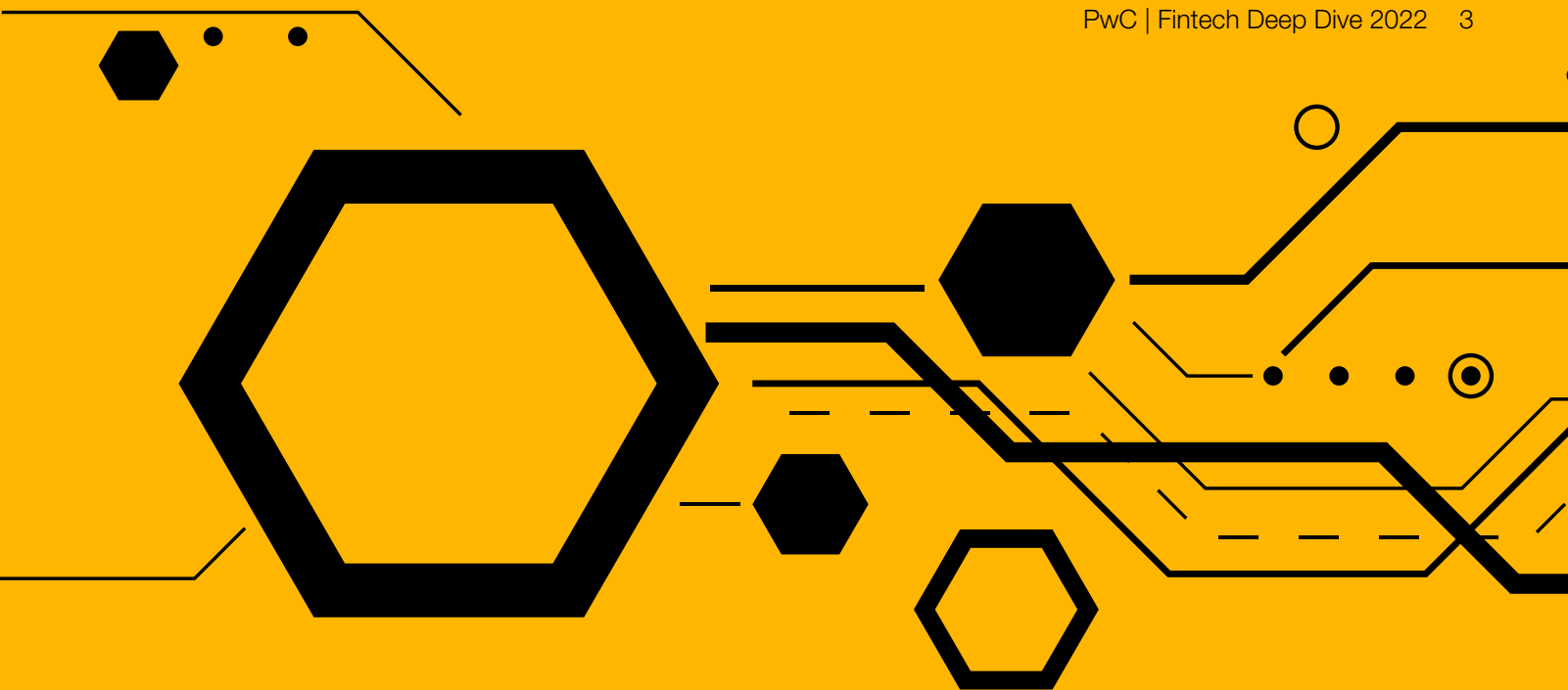
**32**

Metodología

**34**

Contactos





## Aspectos destacados de esta edición

En su cuarta edición, nuestra Fintech Deep Dive, en alianza con ABFintechs, delinea un perfil del ecosistema de innovación y emprendimiento en el segmento de servicios financieros del país con base en información proporcionada, entre marzo y abril del 2022, por 156 empresas fintech de diferentes sectores de actuación. A continuación presentamos algunos aspectos destacados de esta edición.

- Aunque la crisis afectó los ingresos de las fintech, siguió aumentando la proporción de empresas con una facturación por encima de R\$ 5 millones anuales.

El porcentaje de empresas con crecimiento cero o negativo aumentó del **26%** al **39%** del 2019 al 2020. Al año siguiente, se redujo al **21%**.

- Las fintech están apostando fuerte por *open banking* y Pix:

El **72%** está desarrollando soluciones en línea con la normativa asociada a estas iniciativas.

El **79%** ya cosecha beneficios de estas iniciativas o cree que logrará cosecharlos dentro de un año.

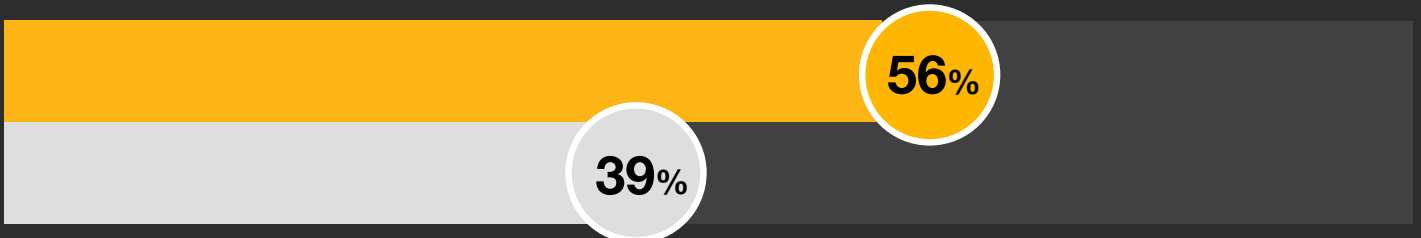
- El crecimiento se topa con algunas dificultades, como la escasez de capital resultante de las incertidumbres políticas, geopolíticas y económicas, y la falta de talentos cualificados en el mercado.

## Principales barreras a la gestión\*

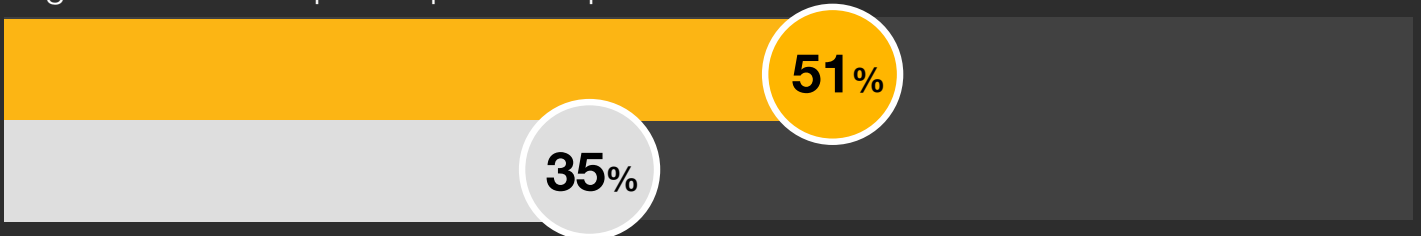
● 2022

● 2020

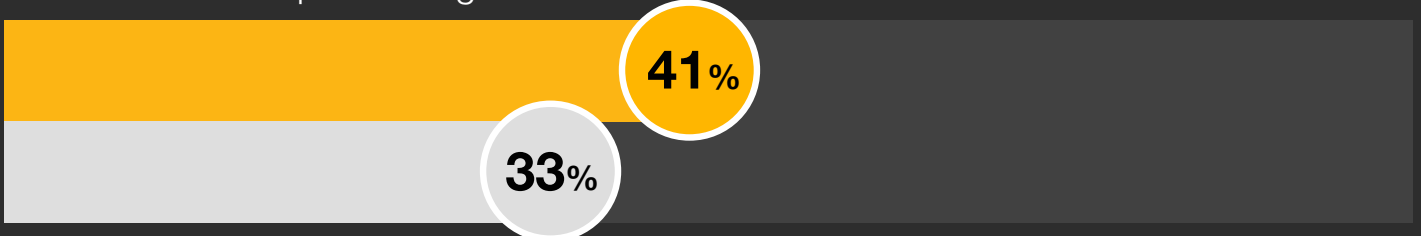
Atraer recursos humanos calificados



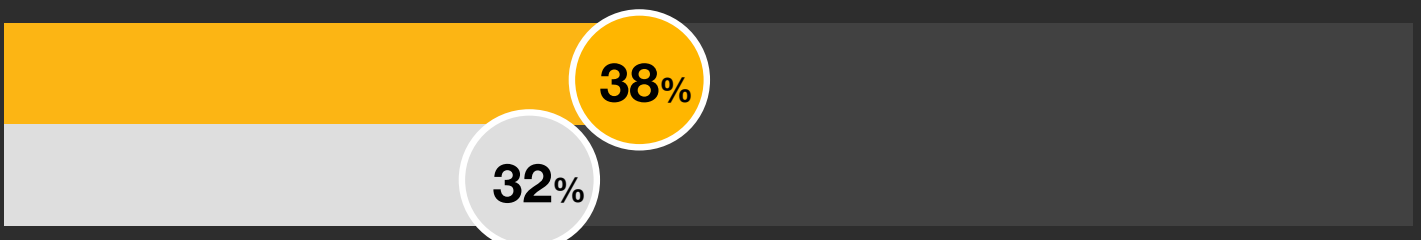
Lograr la escala requerida para las operaciones



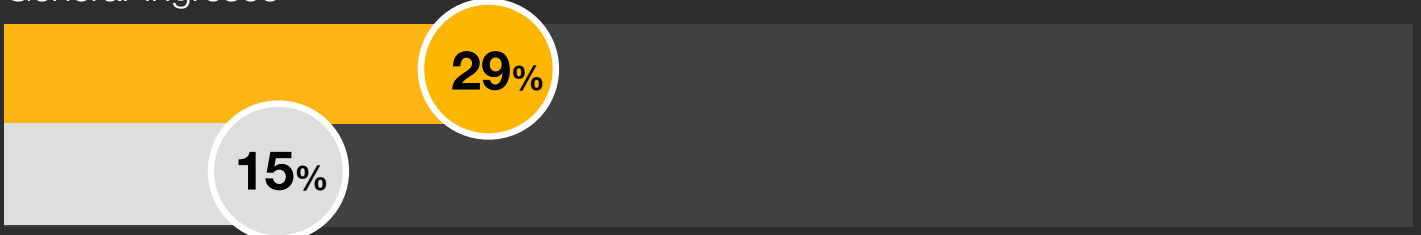
Obtener inversión para el negocio



Obtener reconocimiento de marca

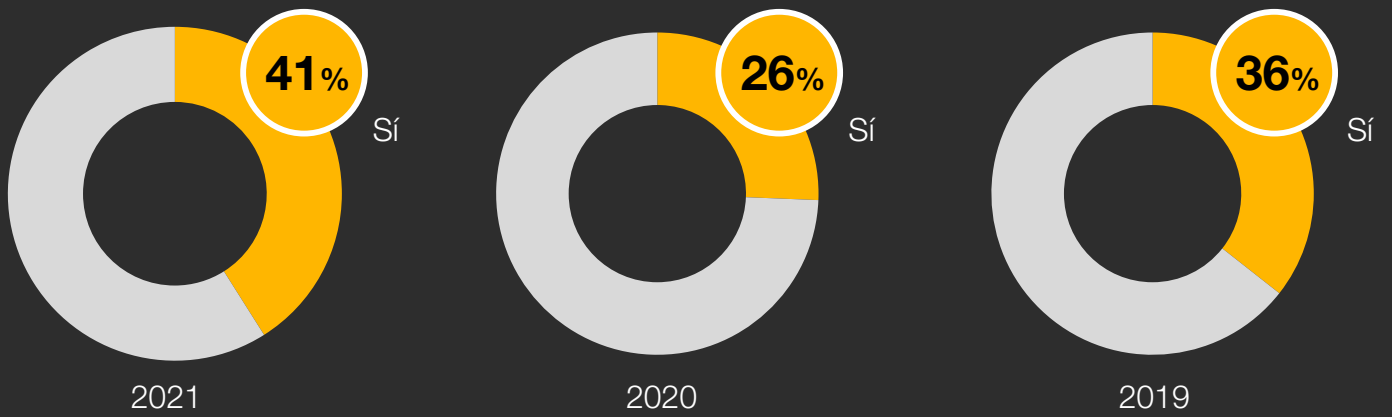


Generar ingresos



\*La edición anterior de la encuesta se realizó en el 2020. Así, la base comparativa es de 2020 y 2022.

## ¿Su fintech ha recibido inversiones?

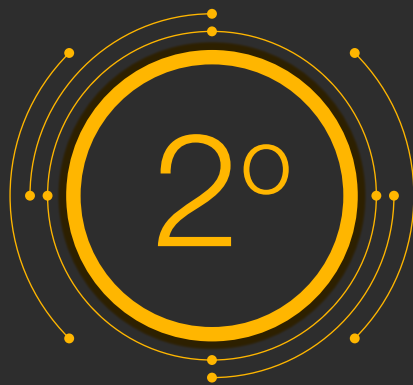


- Los tres segmentos principales en los que operan actualmente las fintech son también aquellos en los que las empresas más pretenden invertir en el próximo año.



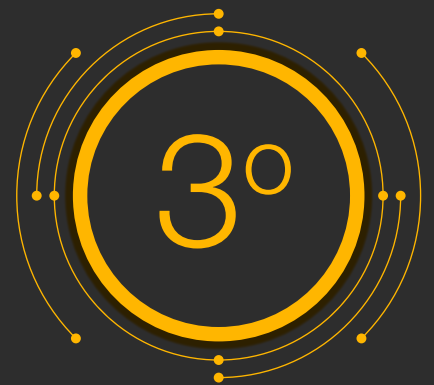
Crédito

36%



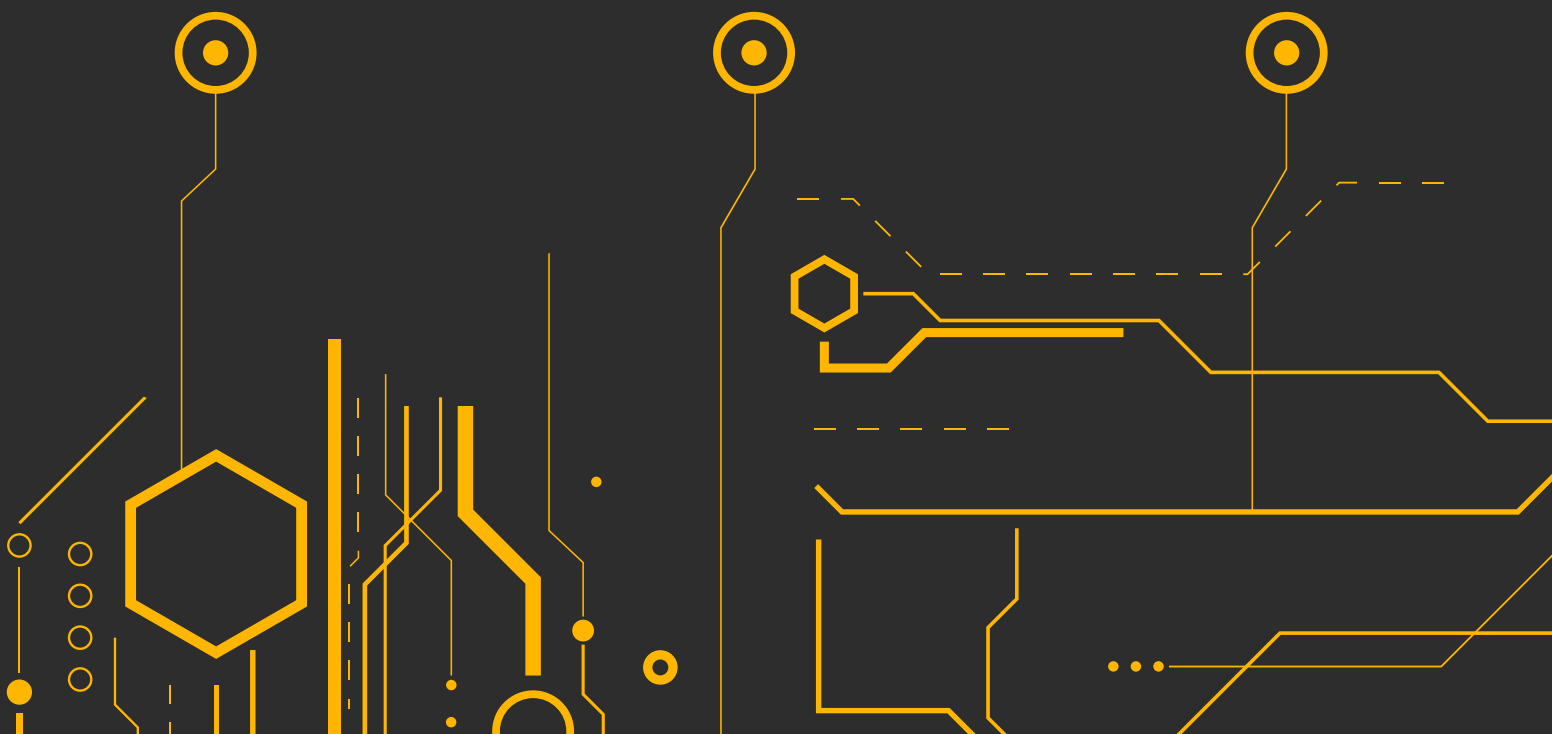
Medios de pago

31%



Banca digital

30%



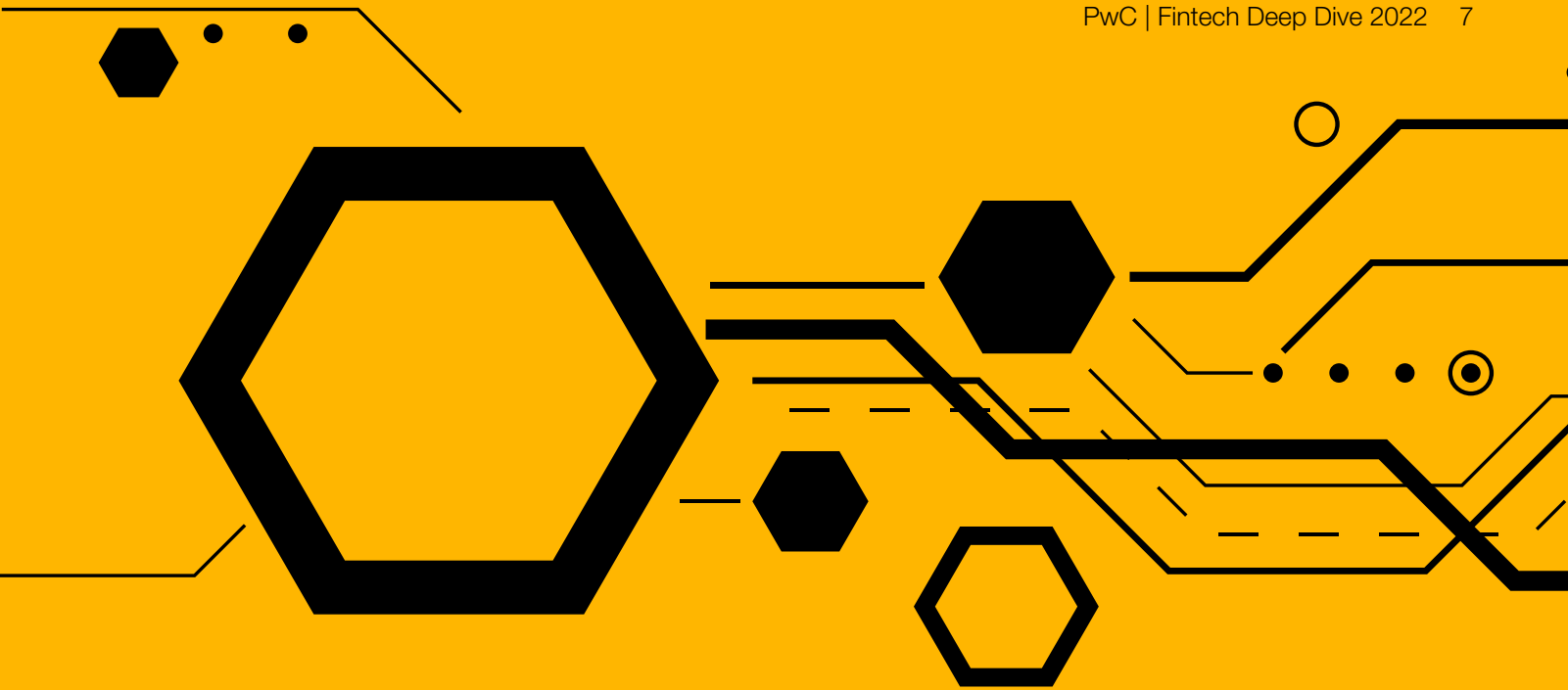
A portrait of Luís Ruivo, a man with short brown hair, wearing a blue blazer over a white shirt. He is looking slightly to the right of the camera with a neutral expression. The background is blurred, showing what appears to be an office or meeting room.

## Luís Ruivo

Socio y líder de Consultoría de Servicios Financieros de PwC Brasil

“

Este segmento, de hecho, se ha consolidado. No vemos el *boom* de nuevas empresas que tuvimos hace cinco años. Las fintech que lograron caminar solas, competir en igualdad de condiciones con las establecidas, muchas veces lo hicieron apoyadas solo en una gran base de clientes, pero aún sin obtener ganancias. Todas tienen en común el pionerismo de entrar en un mercado subatendido usando la receta adecuada. Hoy, sin embargo, los espacios están ocupados, incluso por la fintech, y el desafío es crecer y generar rentabilidad en un escenario de escasez de capital para inversiones”.



# 1. Desempeño

**Las empresas sintieron el impacto de la crisis en los ingresos en el 2020, pero ya muestran una recuperación.**

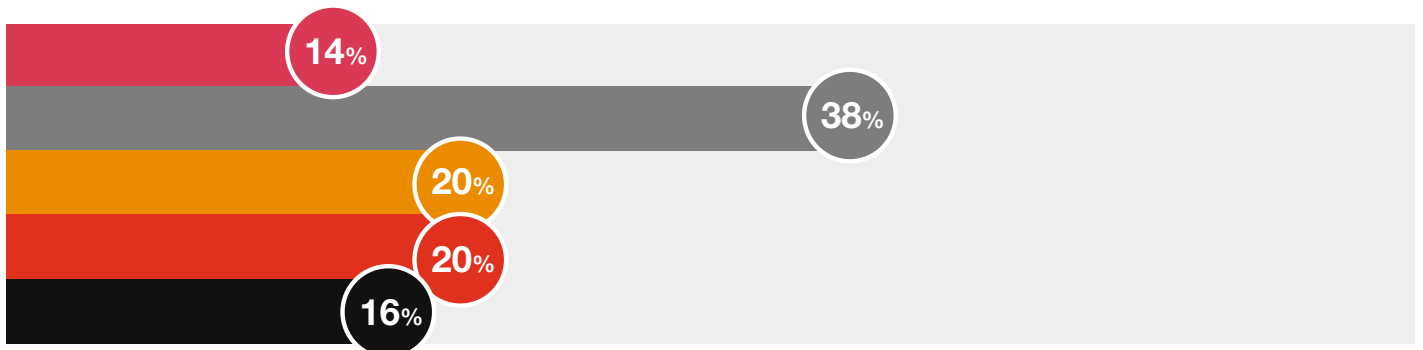
En plena crisis provocada por la pandemia de la covid-19, en el 2020, el porcentaje de empresas sin facturación en nuestra muestra casi se duplicó. Al año siguiente, esta porción se redujo del 38% al 14%. Al mismo tiempo, la proporción de las fintech con el nivel de ingresos más bajo (hasta R\$ 350.000) se duplicó con creces (del 15% al 31%).

En los segmentos con una mayor facturación, aunque el impacto de la crisis también se sintió en el 2020, percibimos que se mantuvo la tendencia observada desde el 2017 de aumento de la proporción de empresas con ingresos superiores a R\$ 5 millones.

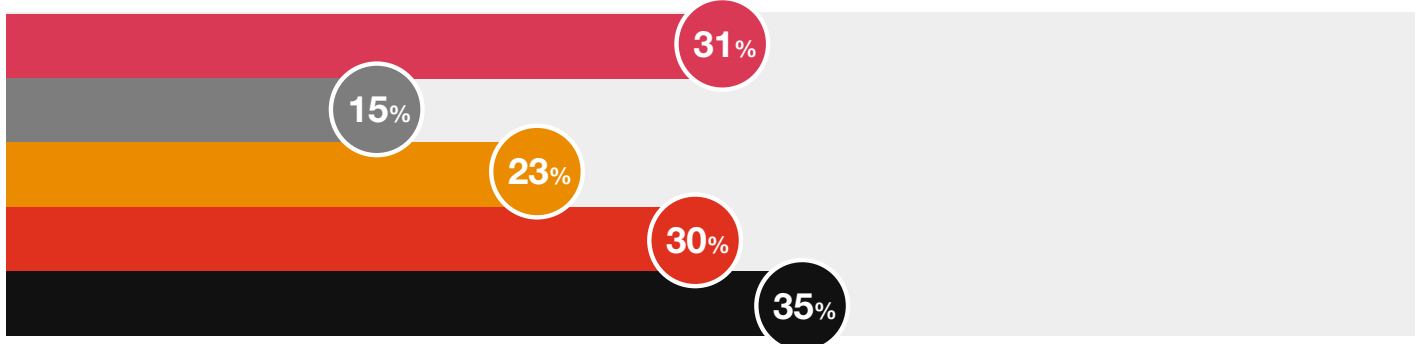
# Ingresos brutos

● 2021 ● 2020 ● 2019 ● 2018 ● 2017

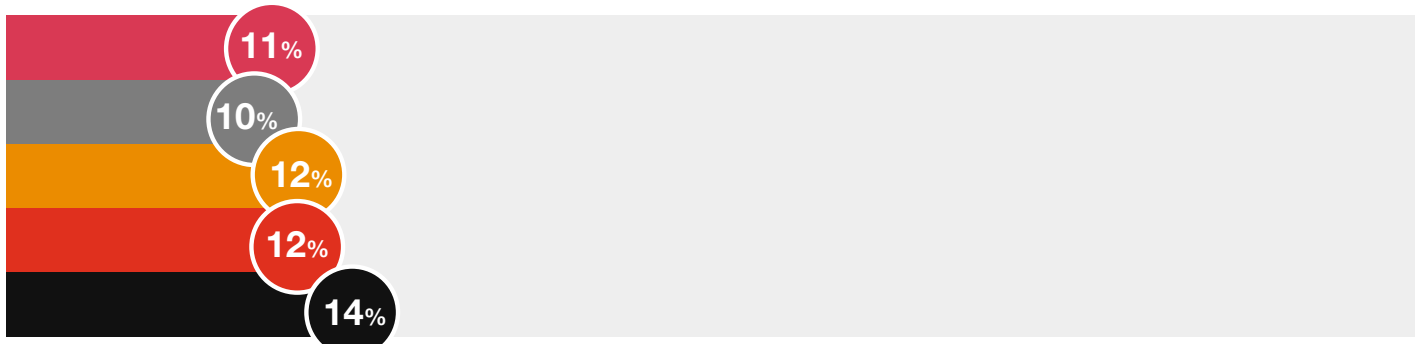
## Sin facturación



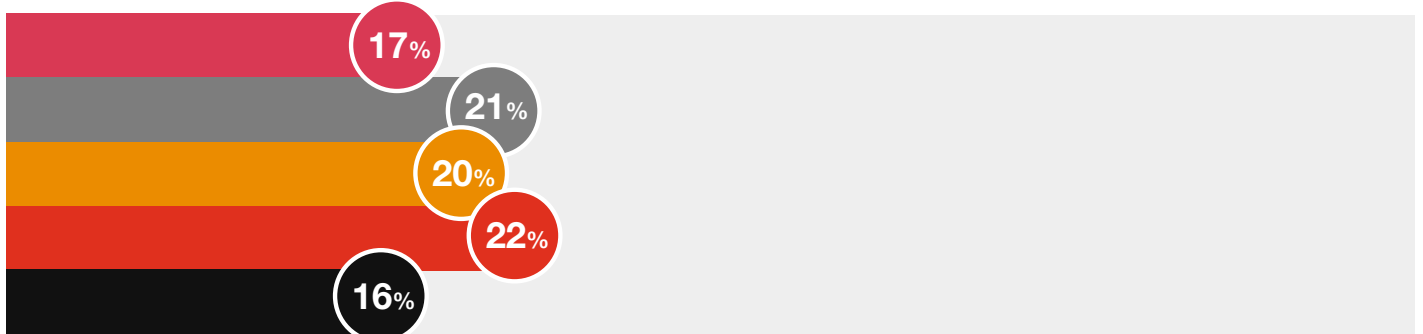
## Hasta R\$ 350.000



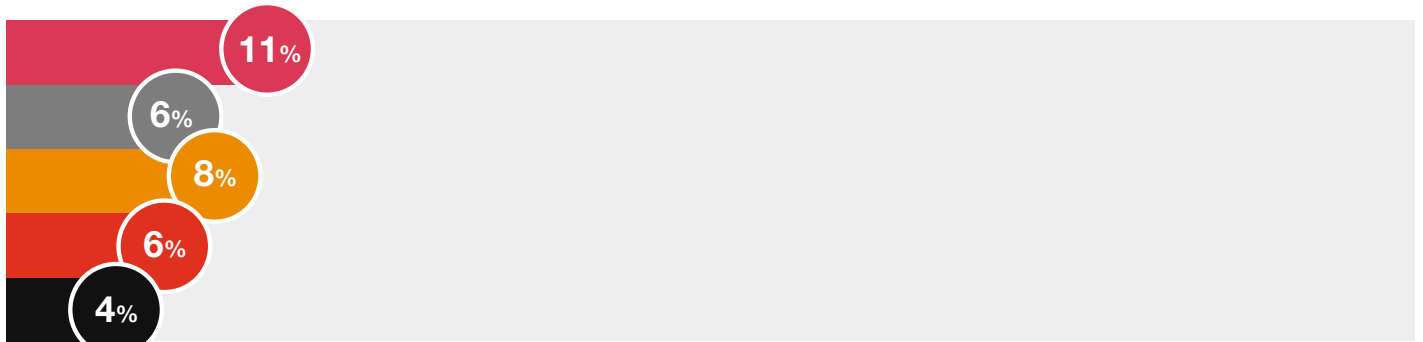
## Entre R\$ 350.000 y R\$ 1 millón



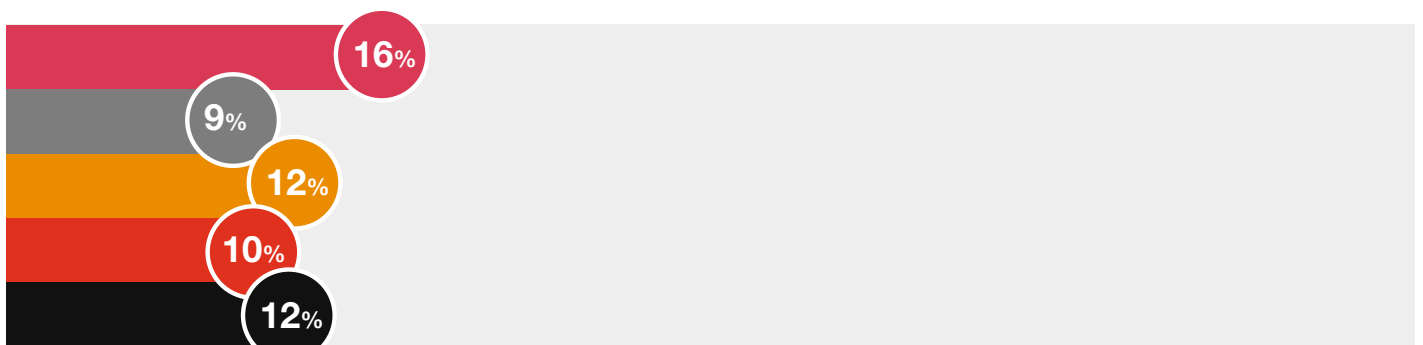
## Entre R\$ 1 millón y R\$ 5 millones



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



## Más de R\$ 10 millones

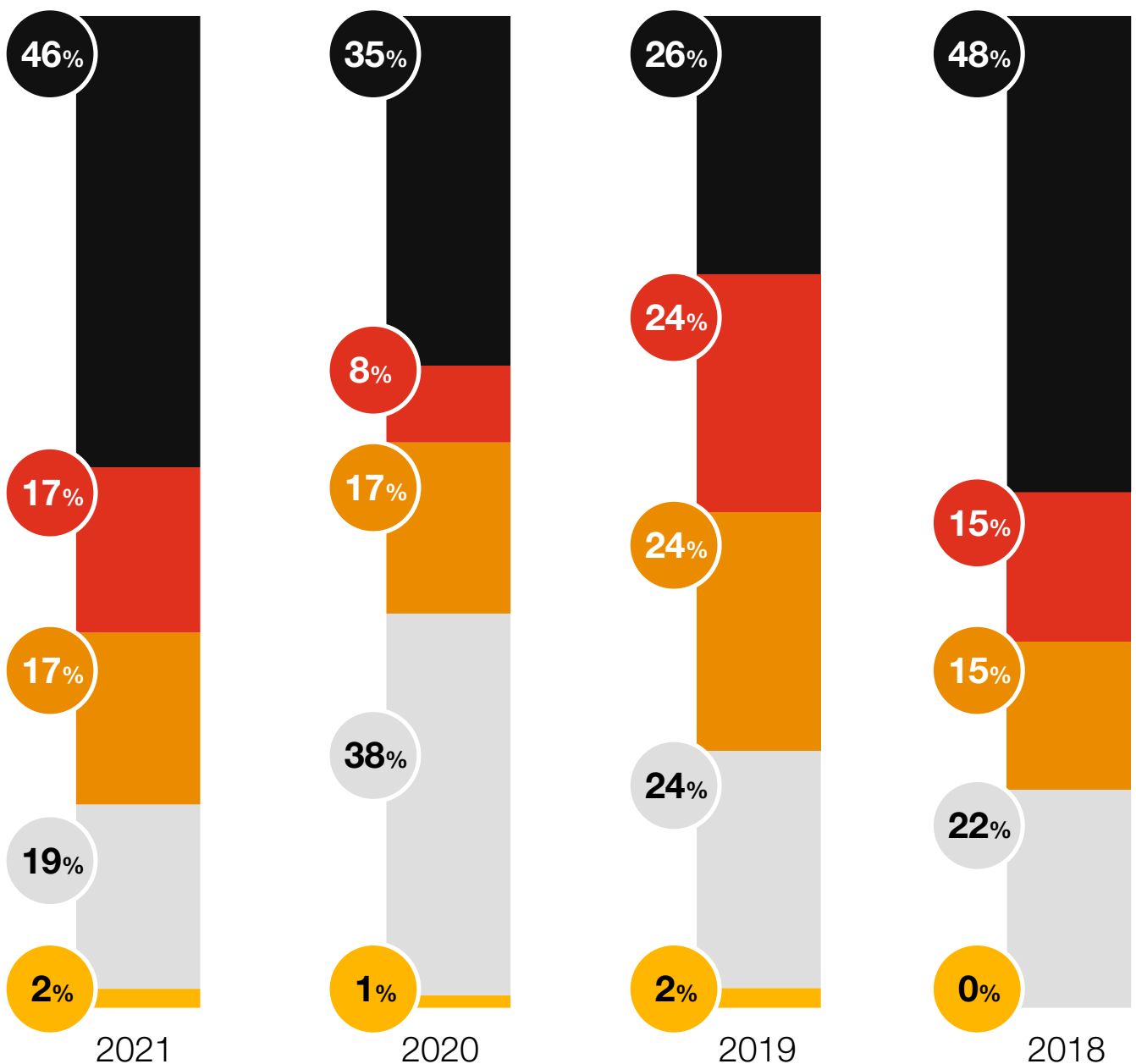




Otra señal de la crisis fue el aumento del porcentaje de empresas con crecimiento cero o negativo, que pasó del 26% al 39% de 2019 a 2020. Sin embargo, también creció el grupo de empresas fintech con variación de ingresos por encima del 100%. En el 2021, los números muestran una recuperación generalizada del mercado.

### Variación de los ingresos con relación al año anterior

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



## Jóvenes, optimistas y en busca de equilibrio financiero



El **68%**

de las fintech de nuestra encuesta tiene menos de cinco años de existencia, tres puntos porcentuales más que en la edición anterior del estudio.



El **65%**

espera más que duplicar sus ingresos en el 2022.



Solo

El **35%**

alcanzó el *break-even*, y más de dos tercios de ellas lo hicieron en hasta dos años.



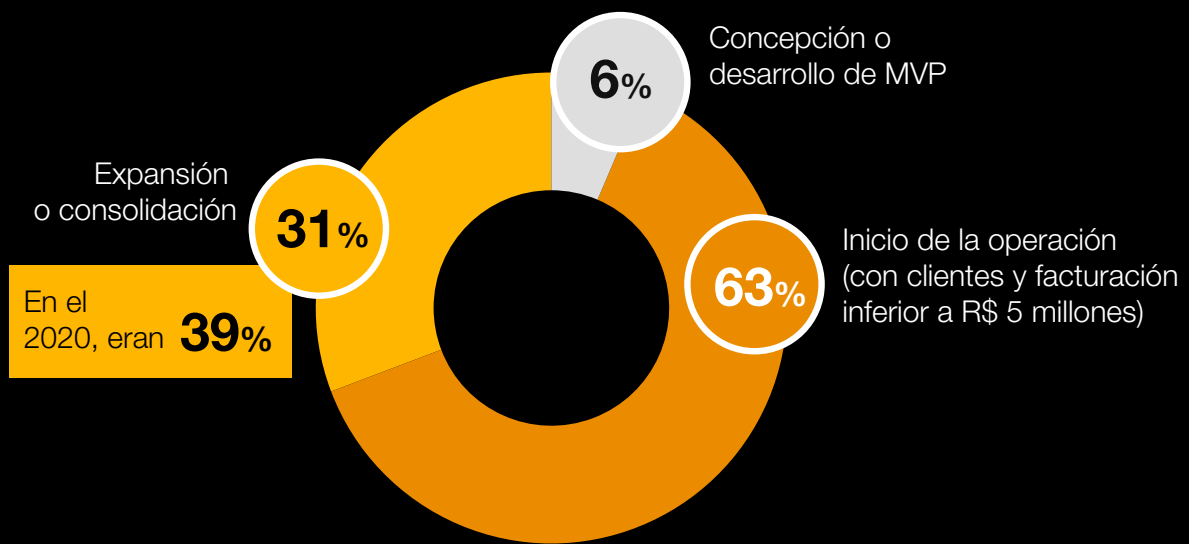
Entre las fintech restantes,

El **52%**

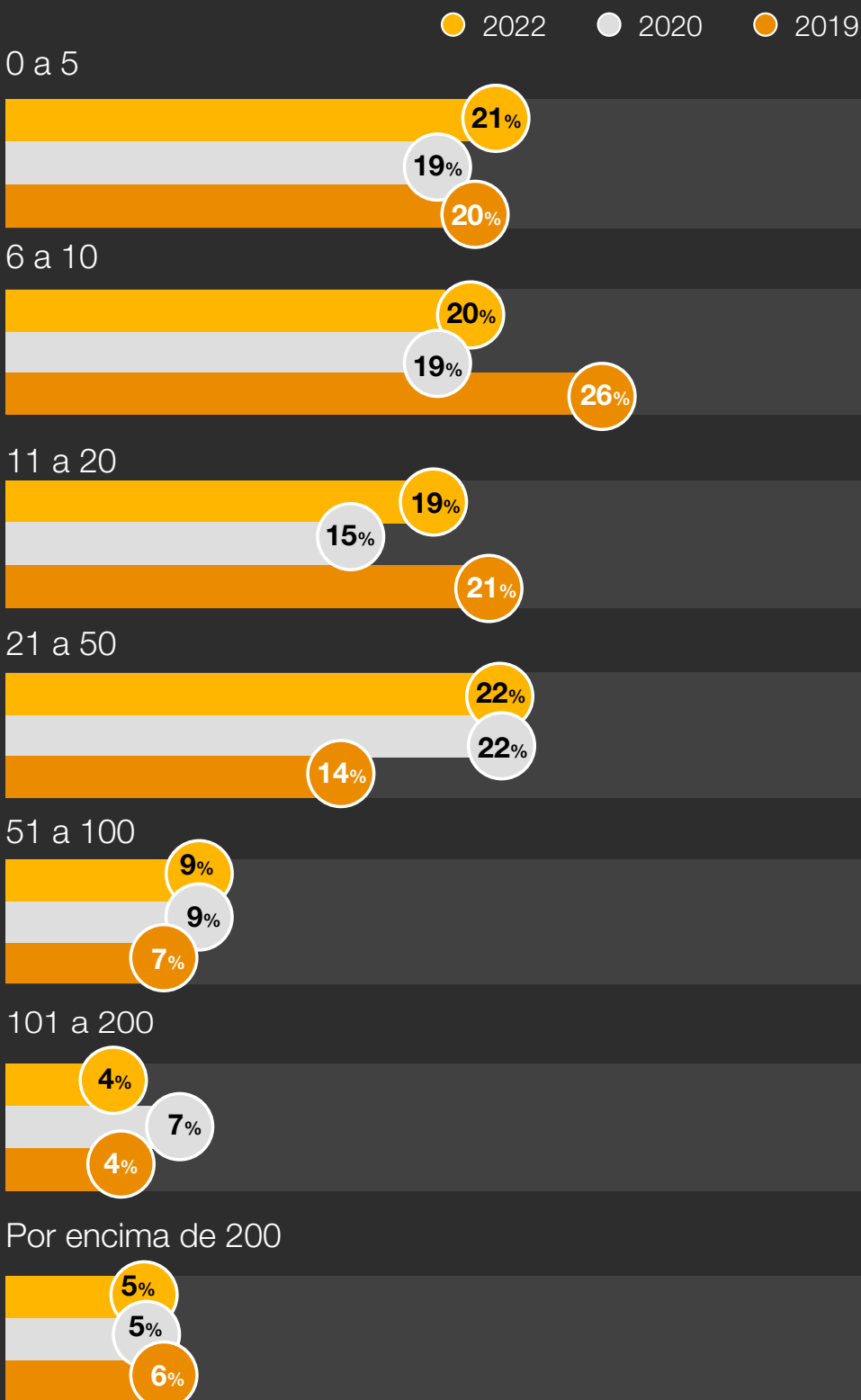
espera alcanzar el *break-even* en hasta dos años.

## Etapa de madurez de las fintech

Disminuyó el porcentaje de empresas en fase de expansión o consolidación (con clientes, validadas por el mercado y facturación entre R\$ 5 millones y R\$ 20 millones).



## Número de empleados



### Hasta 10:

2020: 38%

2022: 42%

### Mas que 100:

2020: 12%

2022: 9%



## 2. Escenario

### **Atentas a las oportunidades del *open banking* y del Pix, las empresas apuestan más por clientes corporativos y se topan con la escasez de talentos cualificados**

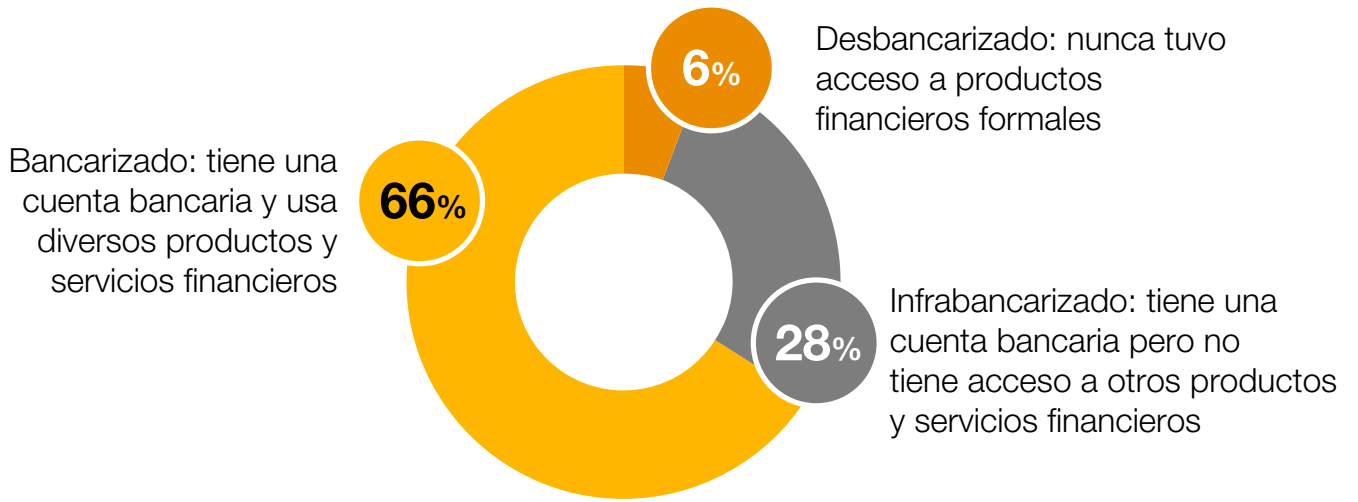
La escala de transformaciones que el *open banking* puede proporcionar en el mercado brasileño depende de cambios en el ecosistema de empresas fintech y bancos que tardan en materializarse. La mayoría de las empresas están invirtiendo en soluciones para explotar las oportunidades prometidas por la integración entre las instituciones financieras y ya están cosechando los beneficios de estas iniciativas.

Con miradas más centradas en el segmento de personas jurídicas, especialmente en las pequeñas y medianas empresas, las fintech dicen que les resulta difícil atraer talentos, lograr escala y reconocimiento de marca, obtener inversiones y generar ingresos.

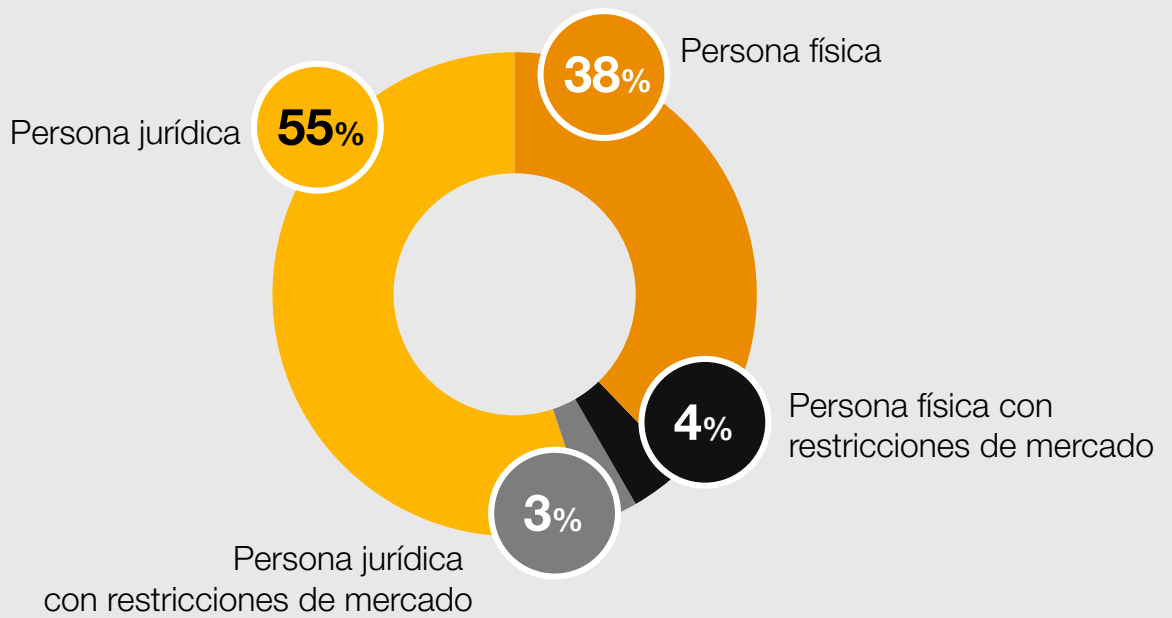
#### **Perfil del cliente**

- Dos tercios de los clientes de las fintech de nuestra muestra tienen una cuenta bancaria y usan diversos productos y servicios financieros.
- El 7% de las empresas atiende a clientes con restricciones de mercado (personas físicas o jurídicas).
- El 58% de las participantes tiene una base de clientes formada por personas jurídicas.
- Las pequeñas o medianas empresas representan la principal categoría de clientes corporativos de las fintech de nuestra muestra, con el 38% de las menciones

## Acceso del cliente al sistema financiero



## Tipo de cliente

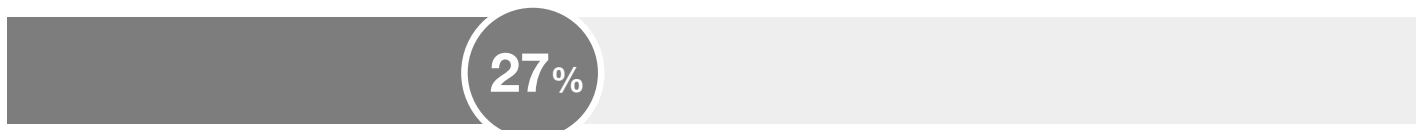


## Perfil del cliente

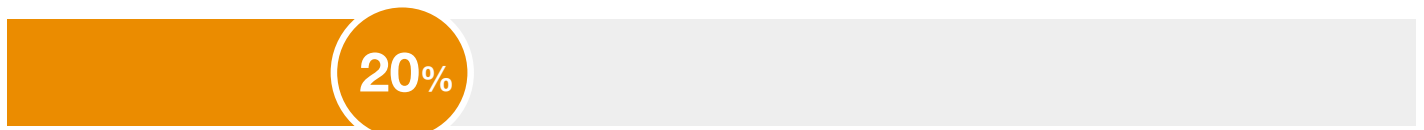
Pequeña o mediana empresa (facturación entre R\$ 2,4 millones y R\$ 90 millones)



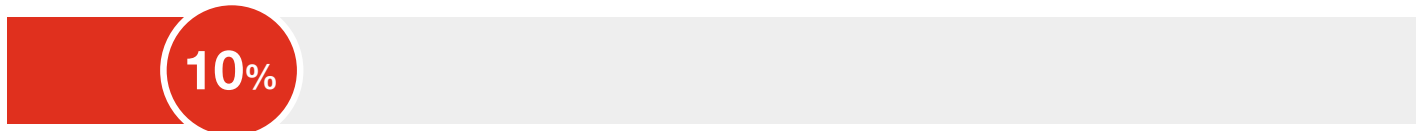
Persona física con contrato CLT



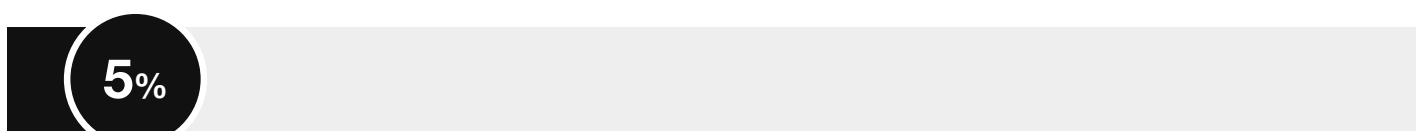
PJ Corporate (facturación superior a R\$ 90 millones)



Autónomo



MEI (Microempresario Individual)





## Diego Perez

Presidente de ABFintechs



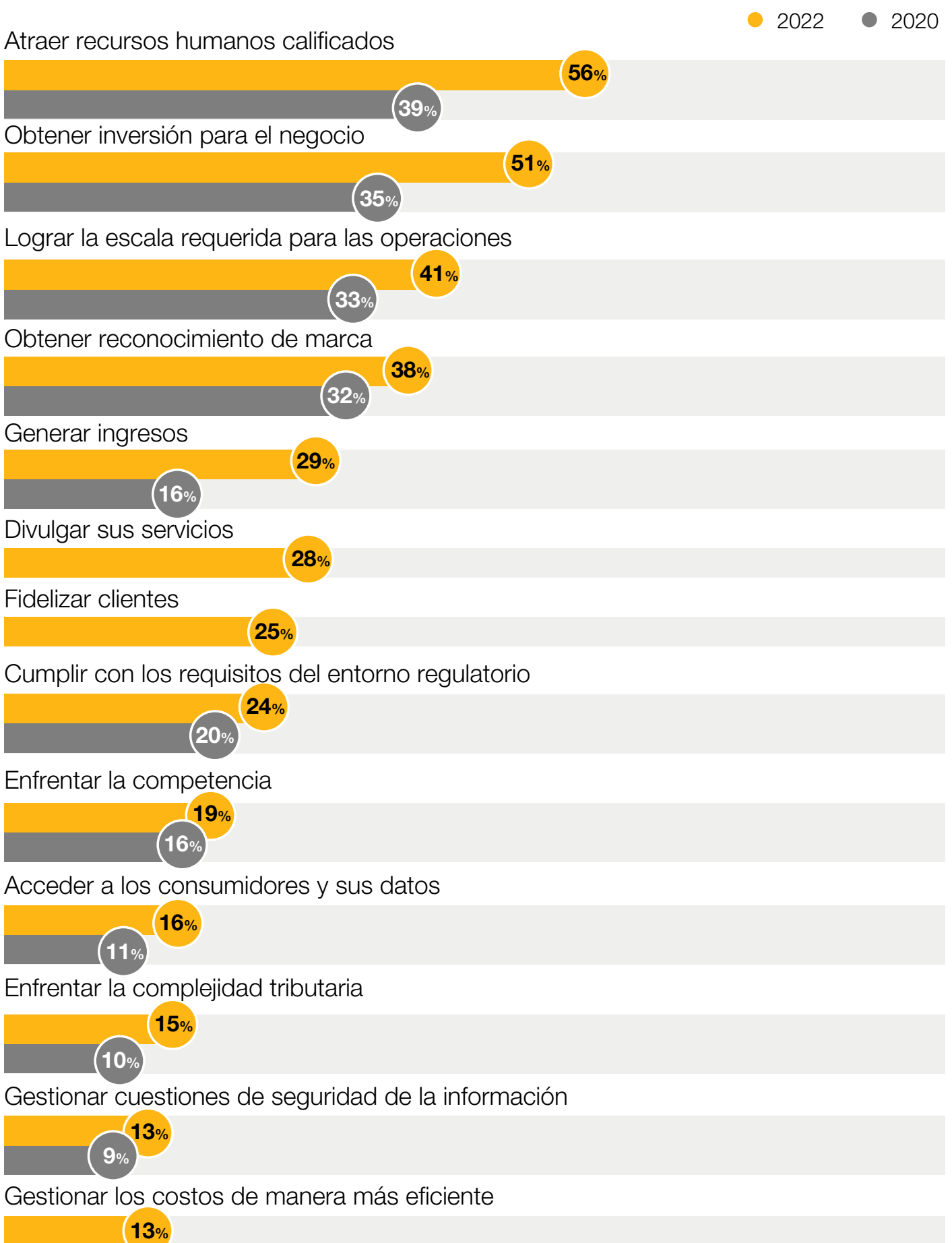
Las fintech lograron una buena penetración tanto entre los jóvenes de la generación digital como entre la población de bajos ingresos, que tiene menos acceso a la tecnología. En el primer grupo, satisfacen la necesidad de alta disponibilidad y la experiencia más agradable. Los jóvenes quieren abrir y cerrar una cuenta bancaria con la misma rapidez que descargan o borran un juego en su teléfono celular. Entre la población de bajos ingresos, las fintech supieron crear productos que hacen un uso básico de la tecnología disponible o hacen el acceso a ella mucho más barato. En los barrios periféricos de los grandes centros, por ejemplo, es fácil ver a pequeños emprendedores o trabajadores informales usando sus máquinas de tarjeta para recibir pagos por Pix”.

## Principales barreras a la gestión

En un segmento que constantemente necesita innovar y depende de tecnologías de punta, atraer recursos humanos cualificados sigue siendo el principal desafío de gestión y preocupa a una porción mucho mayor de las empresas que participaron en la encuesta.

Generar ingresos subió dos lugares en el ranking y actualmente ocupa el quinto lugar. A ese ítem le siguen dos nuevas barreras encuestadas este año: divulgar servicios y fidelizar clientes.

Todas las barreras encuestadas recibieron más menciones de los participantes que en la edición anterior de la encuesta, un indicador de las dificultades a las que se enfrentaron las fintech durante la crisis provocada por la pandemia.



## La regulación crea presiones y oportunidades

### *Open banking* y Pix

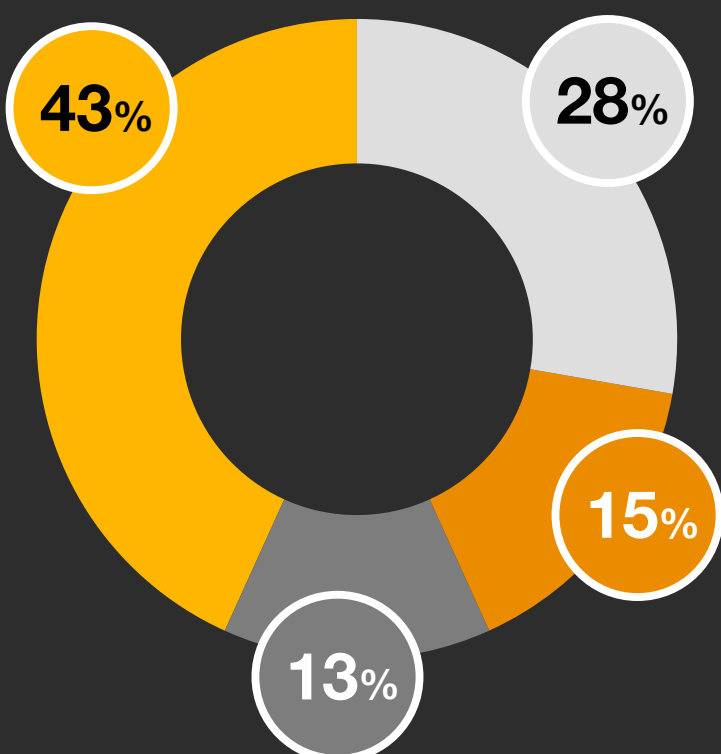
La mayoría de las fintech afirma que ya está cosechando o que está a punto de cosechar beneficios de sus inversiones en soluciones relacionadas con el *open banking* y con el Pix. Después de la adhesión masiva de brasileños al Pix, las empresas aún ven oportunidades para explorar la nueva modalidad de pago para diversificar su oferta de productos y servicios y atraer clientes.

Asimismo, el *open banking* aún no mostró completamente su potencial de transformación del mercado. La regulación ya existe, pero la transición lleva tiempo, ya que es necesario desarrollar la infraestructura de integración del *open finance*, necesaria a la instalación de los *marketplaces* de productos y servicios financieros.

Cuando estén disponibles, la comparación de precios será más fácil y el impacto en la vida de las personas y en el mercado será más visible. Esto será especialmente beneficioso para el segmento de crédito, y los jóvenes deberán ser el principal público atendido.

¿Desarrollan soluciones para *open banking* y Pix?

- *Open banking* y Pix
- Solo para Pix
- Solo para *open banking*
- Ninguna



El **72%**

está desarrollando soluciones alineadas para *open banking* y Pix.



El **79%**

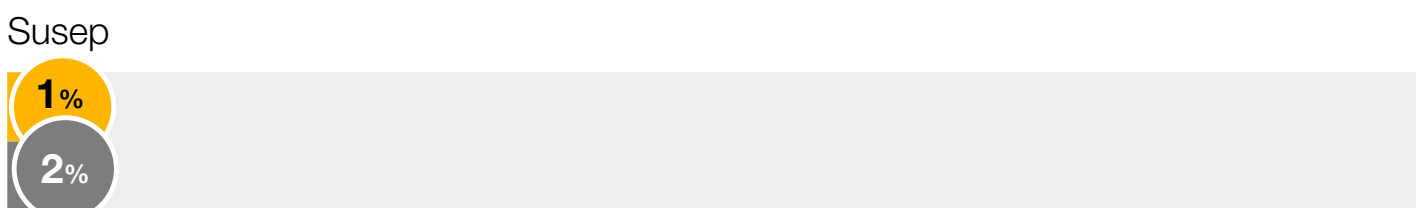
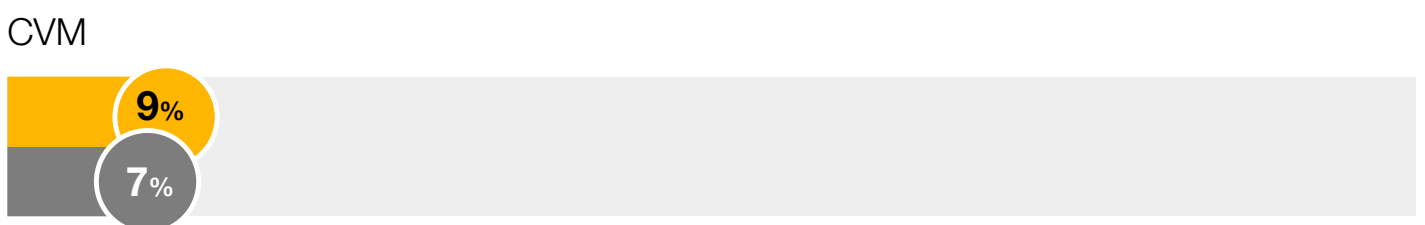
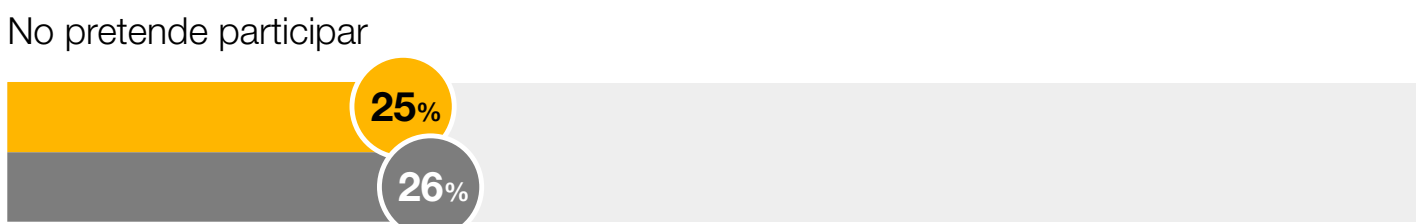
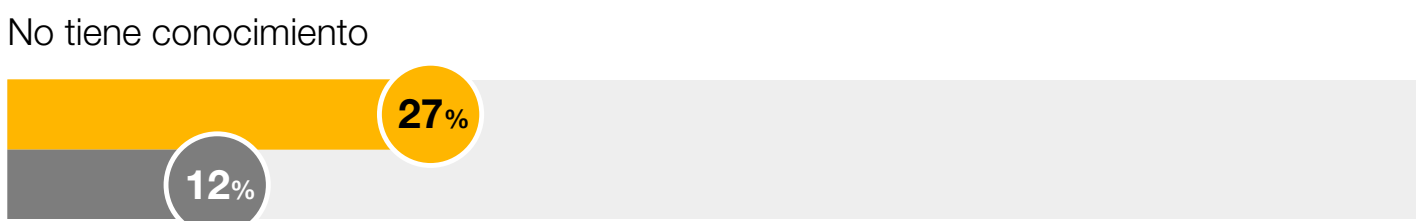
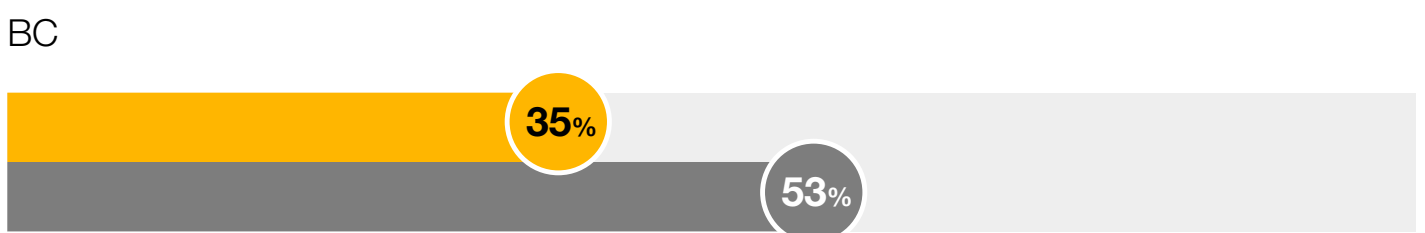
ya cosecha beneficios de estas iniciativas o cree que logrará cosecharlos dentro de un año.



## Participación en *sandbox* regulatorio

Más de la mitad de las fintech no pretende participar en un *sandbox* regulatorio o no tienen conocimiento acerca del tema. El porcentaje es muy superior al 38% de la edición anterior.

● 2022 ● 2020



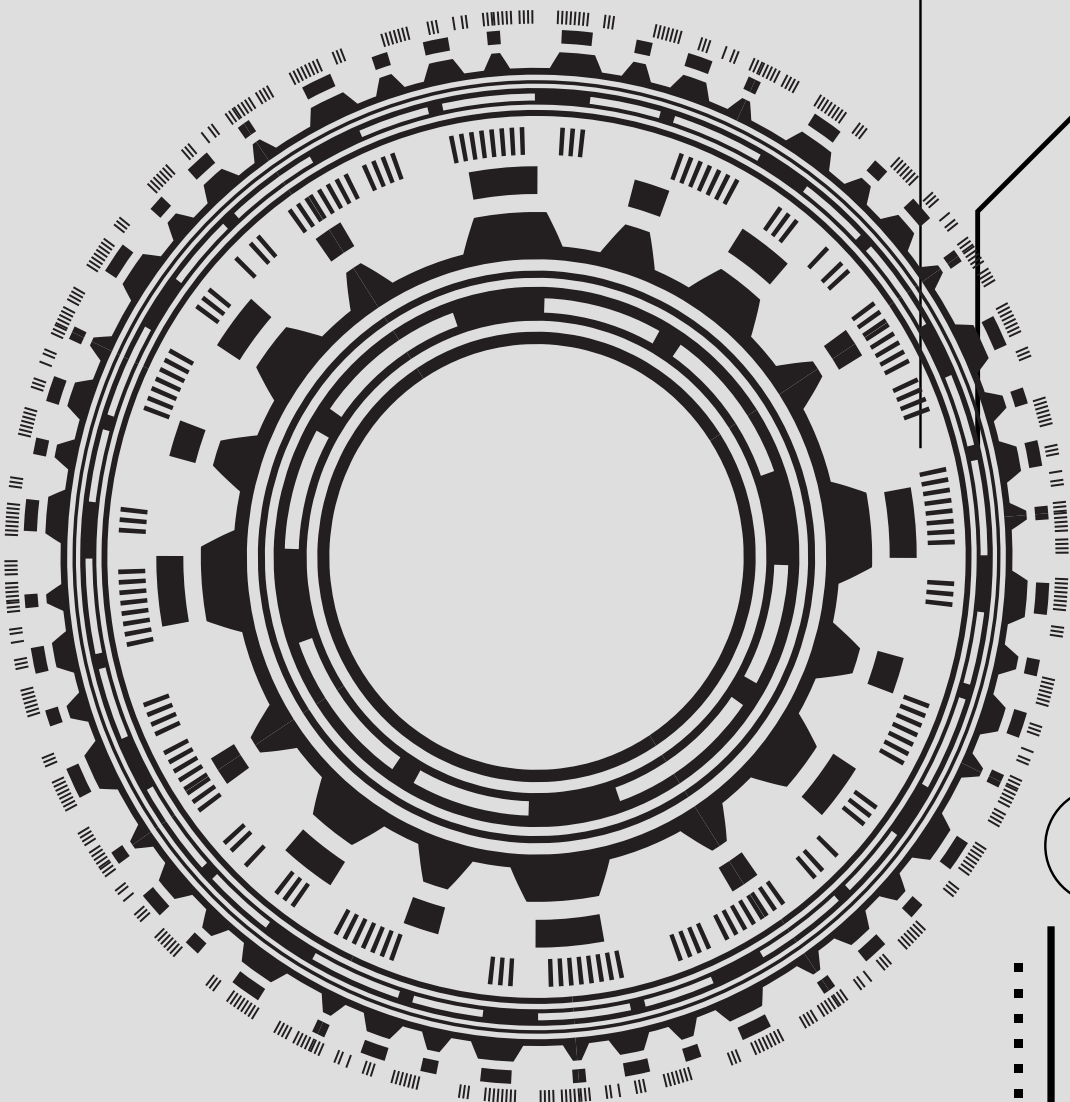
## Ley del Bien

Pocas empresas recorren a la Ley del Bien, uno de los principales incentivos a la innovación. Las razones pueden ser la falta de conocimiento, la falta de controles internos o el hecho de que aún no han alcanzado el nivel de facturación para el régimen de ganancia real. Hoy en día, la Ley del Bien solo se aplica a empresas rentables.



El **96%**

nunca se benefició del incentivo fiscal a la innovación tecnológica previsto en la Ley del Bien (Ley n.º 11.196/05)



## Riesgos cibernéticos y de fraude



El **92%**

dice que ya se ha adaptado a la Ley General de Protección de Datos (LGPD).



El **84%**

dice que ya se ha adaptado a la Ley para la Prevención de Lavado de Dinero.

La adaptación a la ley es diferente a estar preparado para enfrentar los riesgos. Si bien aún no son el objetivo principal de la actuación de *hackers* y defraudadores en el sector financiero, las fintech que no cuentan con una estructura adecuada para hacer frente a amenazas cibernéticas, fraudes y delitos financieros seguirán expuestas a situaciones que podrán tener graves impactos en su operación, reputación e incluso supervivencia, aunque se hayan adecuado a los requisitos legales.

## 3. Estrategia

**Centradas en reducir los costos de productos y servicios, las fintech apuestan por la expansión de los segmentos de crédito, medios de pago y banca digital**

Los principales segmentos en los que operan las fintech se mantienen casi sin cambios con relación a la edición anterior, a excepción de la banca digital, categoría que ha avanzado claramente al tercer lugar en la preferencia de las empresas, superando a las soluciones de gestión financiera.

Cinco segmentos clave de actuación

● 2022 ● 2020

Crédito



Medios de pago



Banca digital



Gestión financiera



Gestión de inversiones

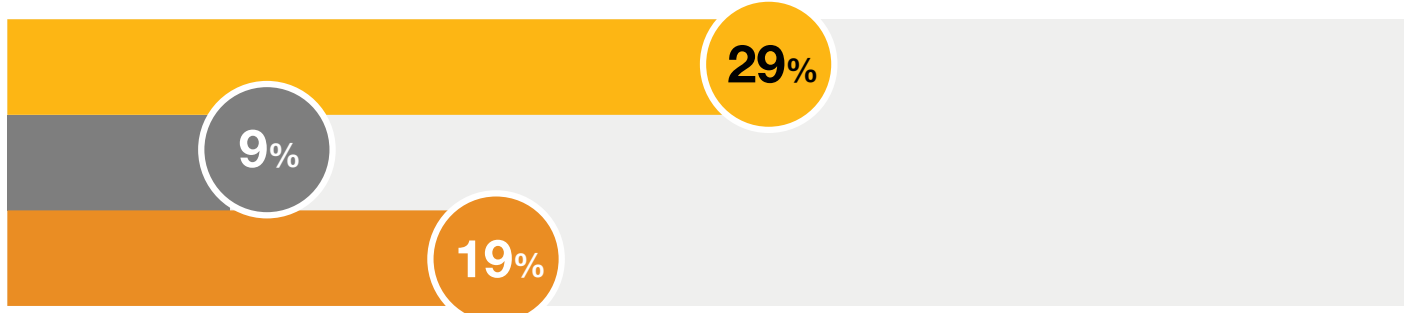


## Áreas en expansión

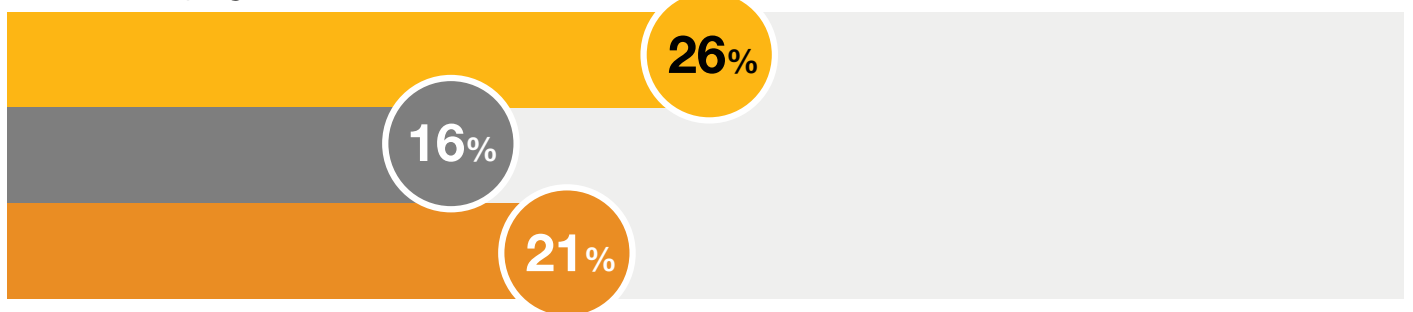
La apuesta por el segmento de la banca digital ha ido en aumento cada año.

● 2022 ● 2020 ● 2019

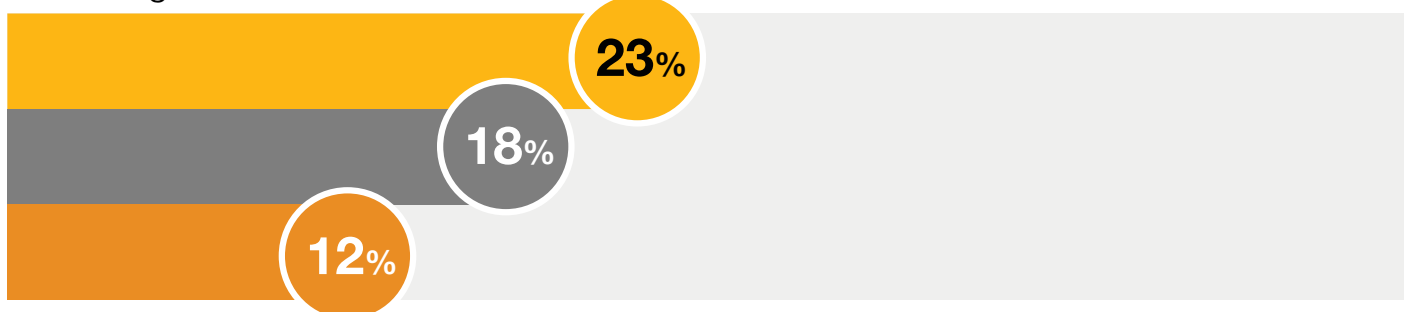
### Crédito



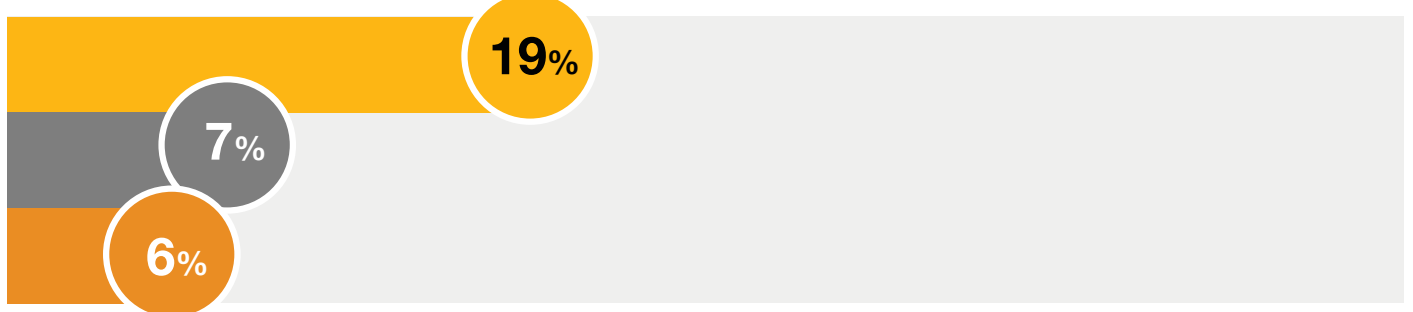
### Medios de pago



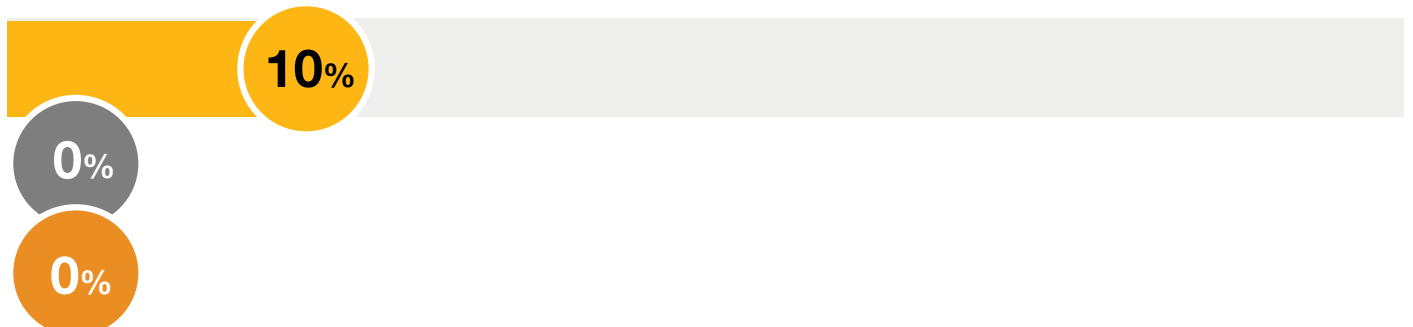
### Banca digital



### Gestión financiera



### Gestión de inversiones



Las tres verticales clave del sector son actualmente también los segmentos en los que las fintech más pretenden invertir en el próximo año.



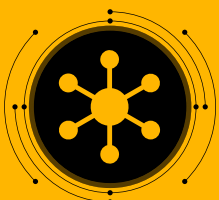
## 1° Crédito - 36%

Hay mucho espacio para el avance de las fintech de crédito, considerando la falta de conocimiento general de la población sobre las soluciones que ofrecen estas empresas. El impacto del *open banking* en el mercado, que aún ha sido muy poco sentido, será especialmente beneficioso para este nicho de actuación de las fintech.



## 2° Medios de pago - 31%

La creciente tendencia de digitalización de la economía seguirá impulsando la expansión de las empresas que actúan en el sector de los medios de pago, simplificando el proceso de compra y venta.



## 3° Bancos digitales - 30%

El mayor espacio de crecimiento radica en la creación de bancos vinculados a empresas de segmentos no financieros, como minoristas, distribuidoras de bebidas y concesionarias de energía, por ejemplo, que pueden conceder a sus clientes tasas de financiación ventajosas para reducir los costos financieros, con la emisión de facturas y con el incumplimiento. Se volvió más barato ofrecer una cuenta digital, sin tener que ser un banco.

## Foco de actuación

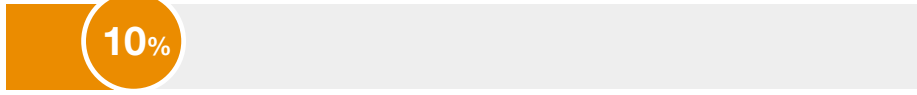
B2B y B2C



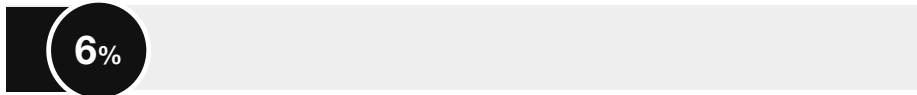
B2B



B2C



Otros



Solo

El **10%**

de las fintech está centrada exclusivamente en el consumidor final (B2C).

Dos tercios pretenden ofrecer servicios adaptados a un nicho de mercado, mientras que el **62%** busca una experiencia de cliente diferenciada y el **40%** pretende aumentar la inclusión financiera.

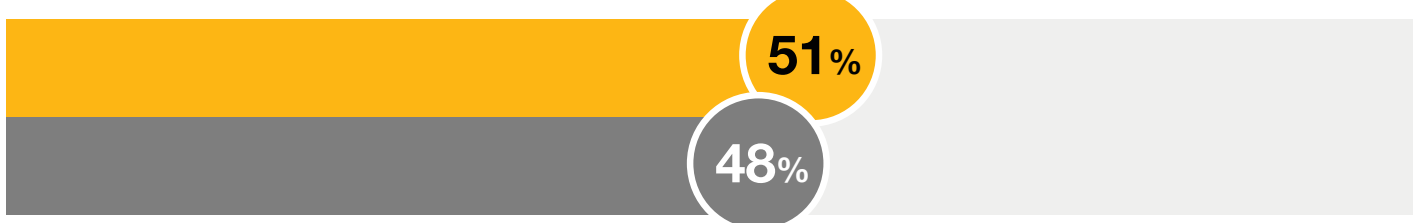
Más de una cuarta parte de las empresas (**28%**) ofrece un servicio aún no disponible en el sistema financiero tradicional, como los criptoactivos y el *crowdfunding*.

Más de la mitad de las fintech eligen la reducción de costos como su principal diferenciador.

## Diferencial principal

● 2022 ● 2020

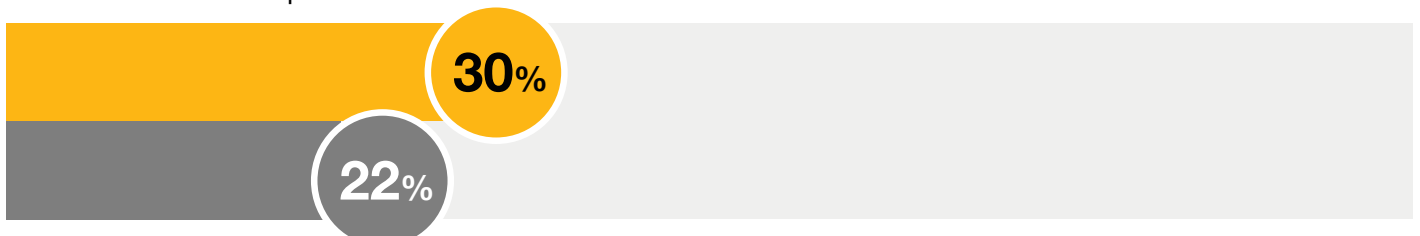
Reducción de costos



Desintermediación



Acceso a una amplia base de usuarios



## Actuación internacional



El **29%**

actúa en el extranjero y el **47%** pretende actuar. El **88%** empleará alianzas.



El **12%**

tiene su sede en el extranjero

## Principales regiones en planes de internacionalización

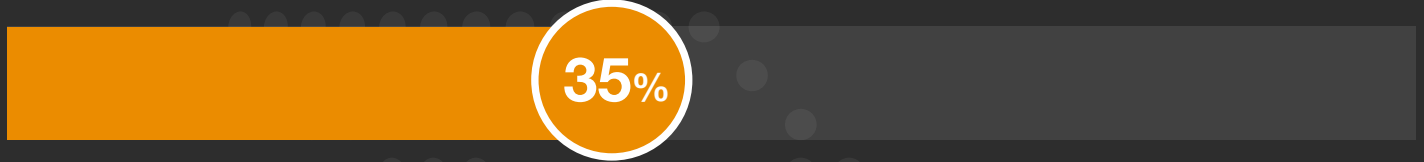
América Latina



Europa



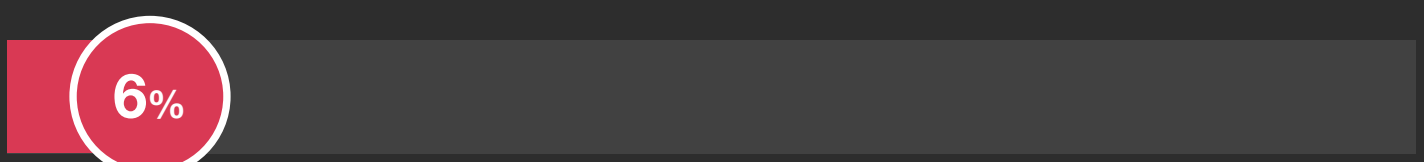
América del Norte



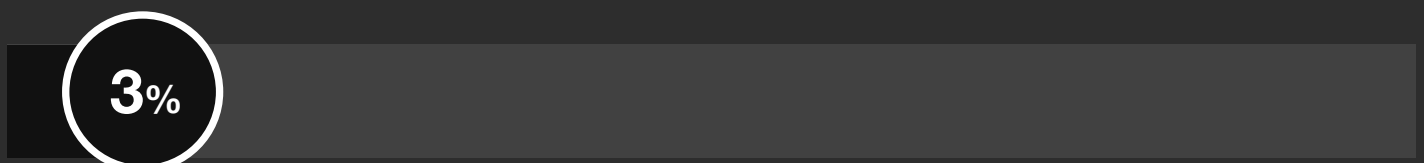
Asia



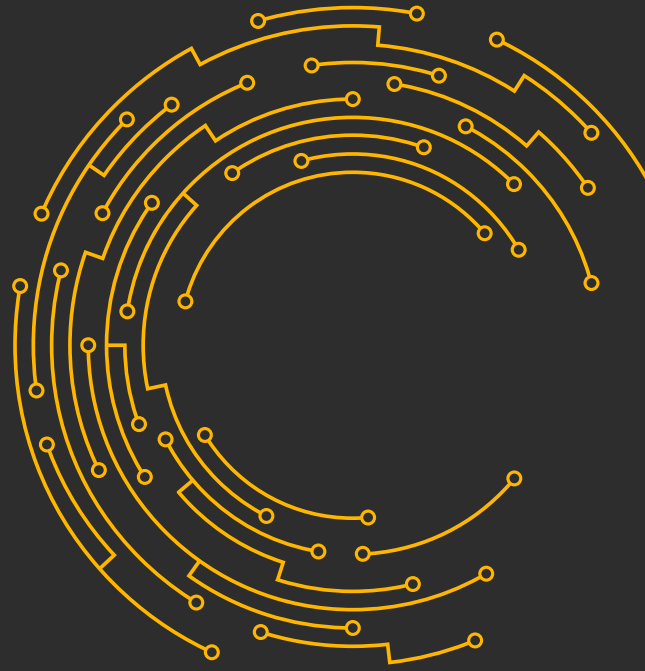
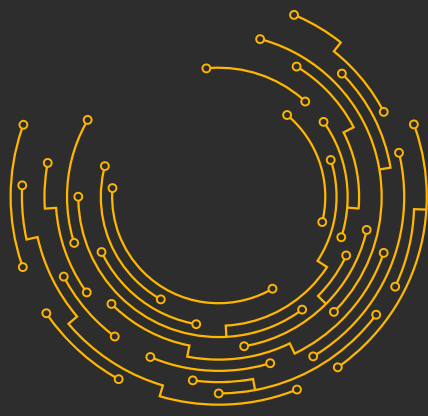
Oriente Medio



Oceanía





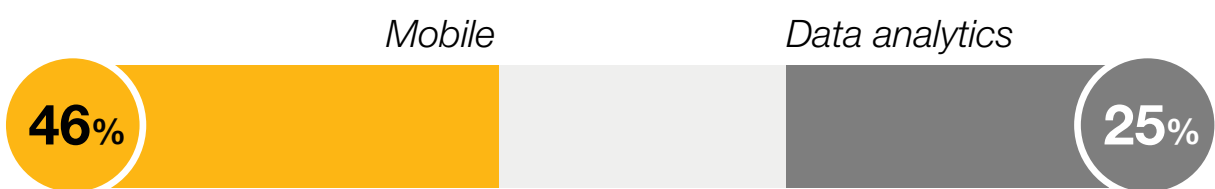
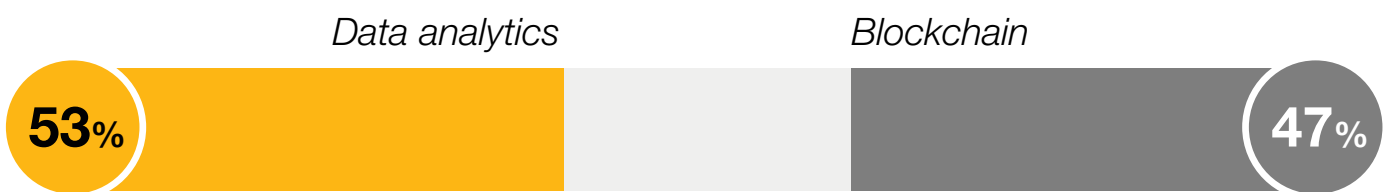
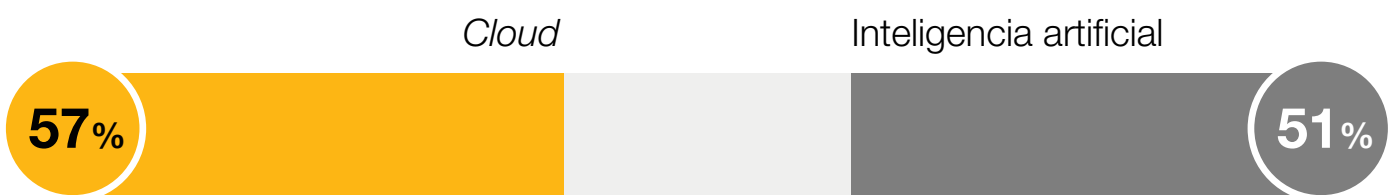


## Las principales apuestas tecnológicas

Las tecnologías que dominan las fintech siguen siendo las mismas que en la edición anterior de nuestra encuesta. Las apuestas para el futuro se centran principalmente en la inteligencia artificial, el *blockchain* y el análisis de datos, que serán fundamentales para la personalización de productos.

3 tecnologías clave que dominan

3 tecnologías clave que planean dominar



## 4. Capital

**La mayoría de las fintech encuestadas financian actividades con recursos de los propios emprendedores. La crisis redujo el apetito por el riesgo de los inversionistas.**

El movimiento de las fintech es el resultado de una combinación de factores: exceso de recursos en el mercado en busca de buenos rendimientos, sentido de rebelión en lugares específicos, apoyo del regulador, voluntad de innovar y nuevas tecnologías capaces de abaratar la construcción de la infraestructura de innovación.

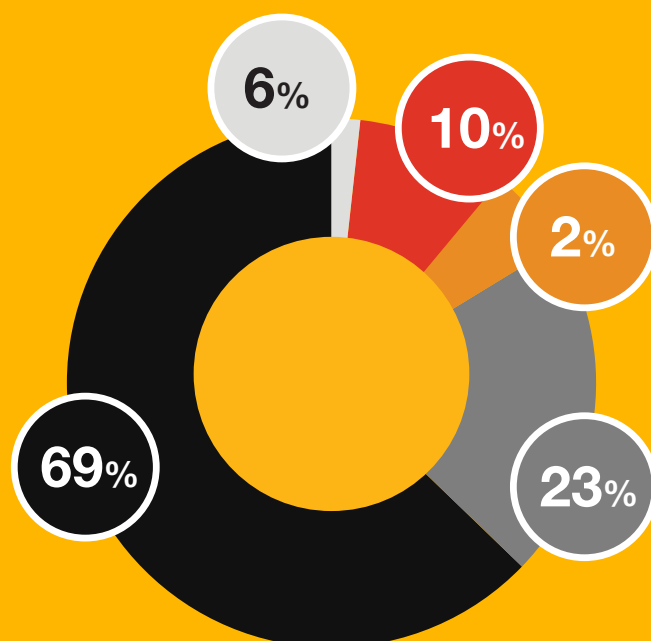
Actualmente, hay poco capital de riesgo disponible para financiar la innovación de las startups, en virtud del congelamiento de algunas inversiones debido al período electoral brasileño y a las incertidumbres relacionadas con los precios y las tasas de interés en todo el mundo, que se vieron agravadas por la invasión de Ucrania por parte de Rusia a principios del 2022.



- Capital propio
- Inversión de fondo
- Control accionario del conglomerado
- Autónomo
- Inversión de la institución financiera

El **69%**

de las empresas tiene capital propio



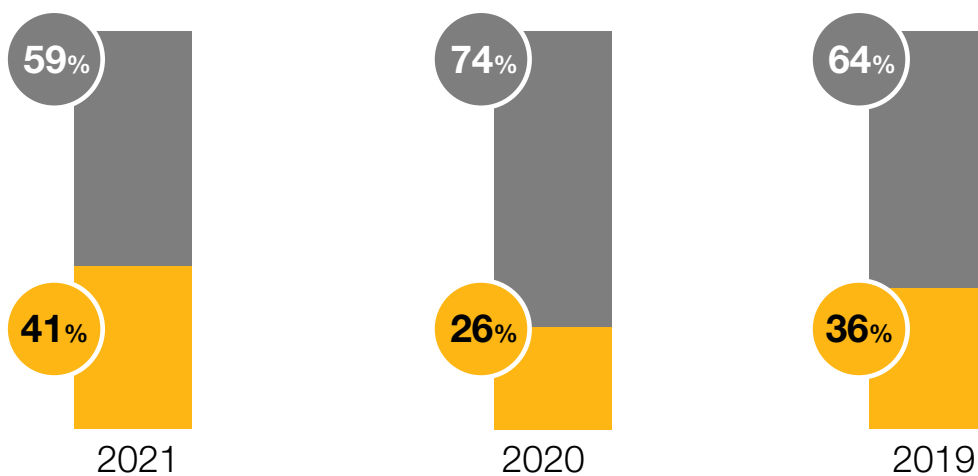
El alto porcentaje de empresas que financian sus propias operaciones es un reflejo de la crisis económica desencadenada por la pandemia y por cuestiones geopolíticas —que secaron las fuentes de capital para las startups—, pero también podría ser el resultado de iniciativas de empresas establecidas, que están decidiendo abrir sus propias fintech —bancos digitales, por ejemplo— para facilitar sus negocios.

## Reducción de inversiones

La proporción de empresas que recibieron inversiones disminuyó en el 2020, pero volvió a crecer en el 2021.

¿Su fintech ha recibido nuevas inversiones?

● Sí ● No



 El **31%**

clasifica a sus inversionistas como “ángeles” y el **27%**, como *venture capitalists*. Las aceleradoras son el **15%**.

 El **72%**

ve a las instituciones financieras tradicionales como aliadas, actuales o futuras.

Para

 el **85%**

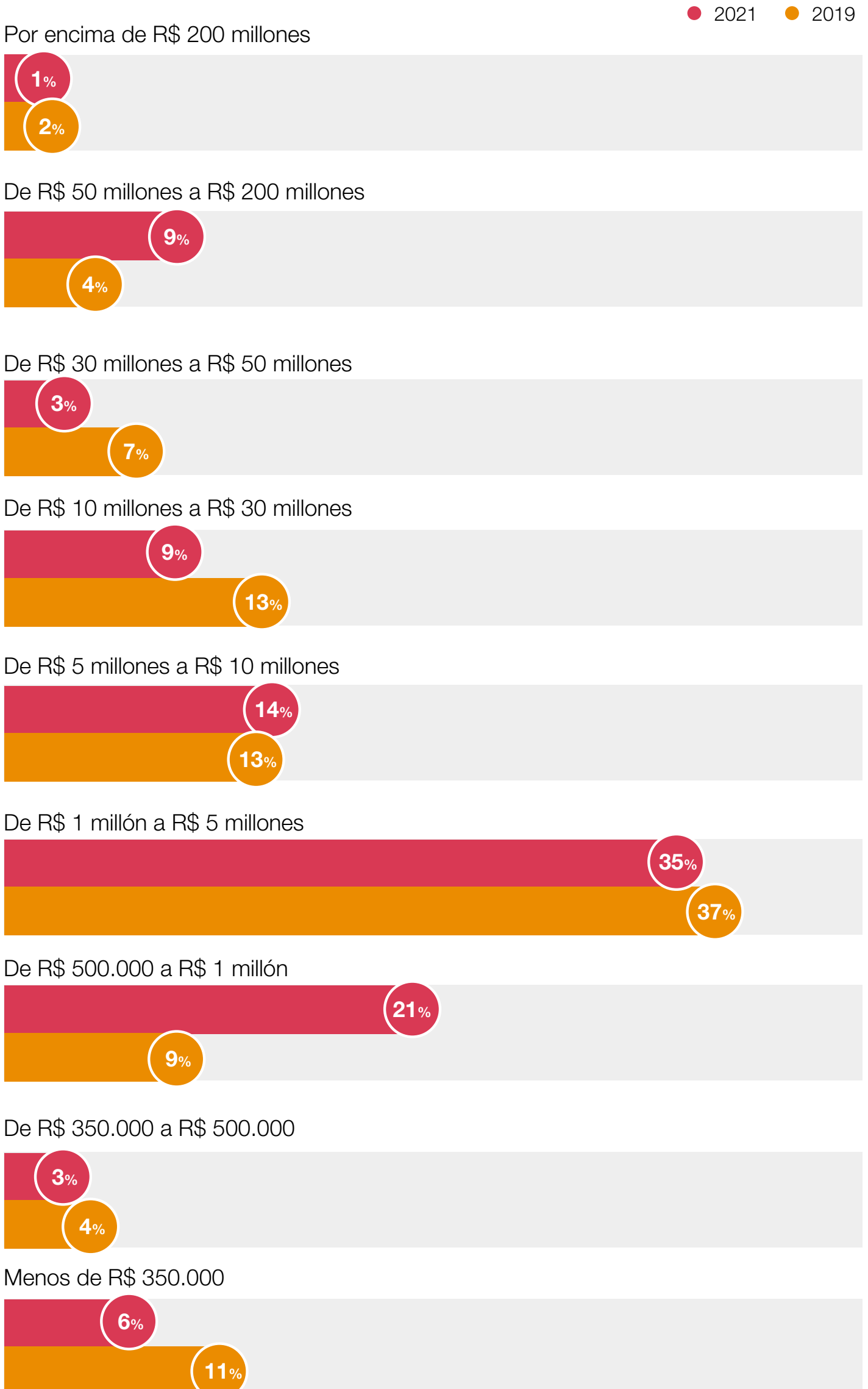
de las fintech, las inversiones internacionales representan hasta el **0,1%** del total recibido.

 el **56%**

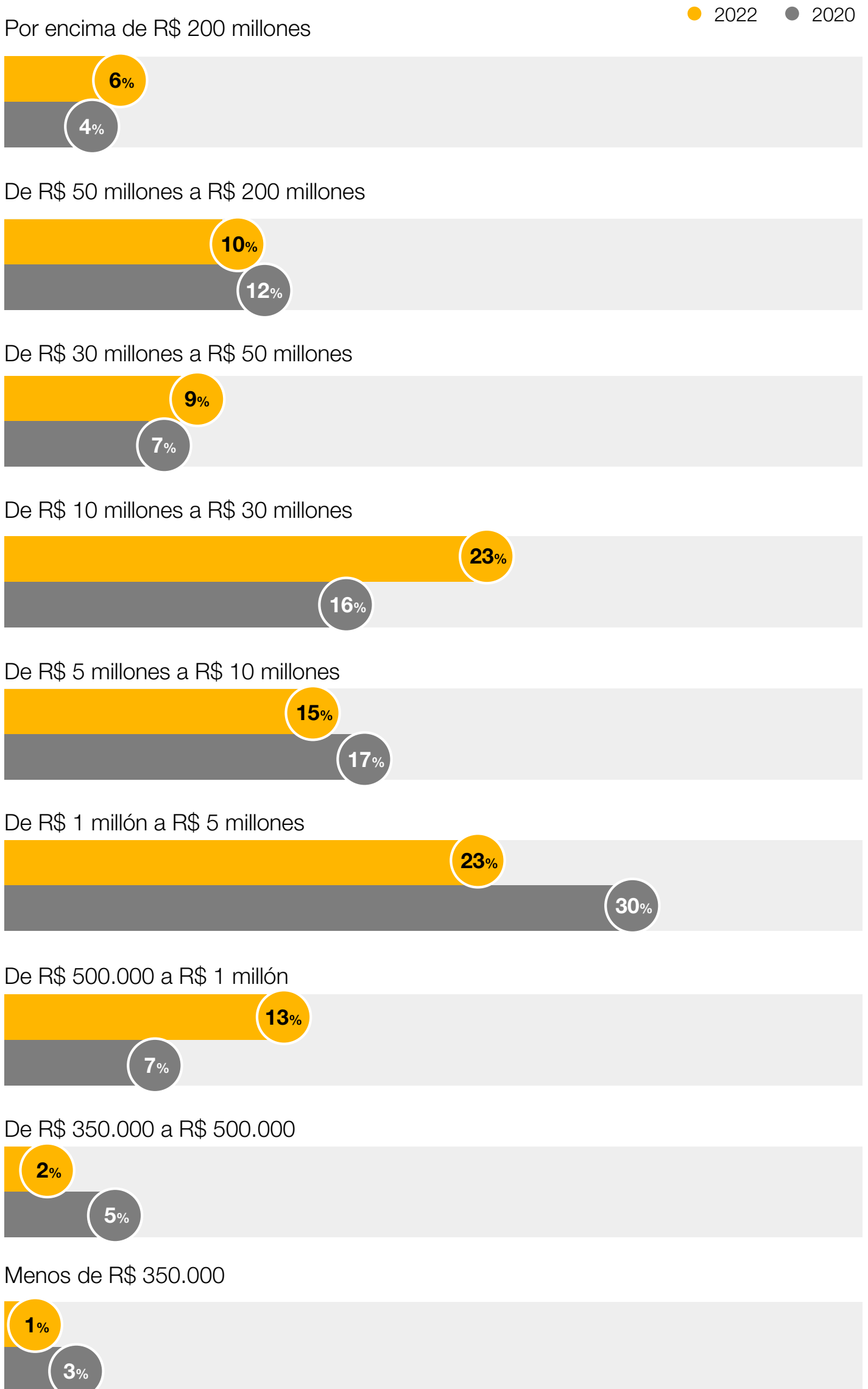
nunca participó en una ronda de inversiones.

## Captación

Entre los que recibieron inversiones, el 49% informó haber captado entre R\$ 1 millón y R\$ 10 millones. En la edición anterior, este porcentaje era prácticamente el mismo (50%).

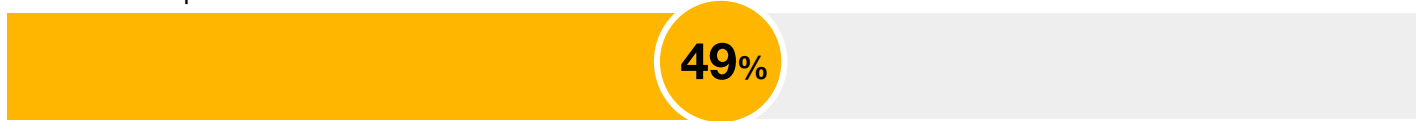


En el momento de la encuesta, el **80%** de las fintech buscaba inversiones o planificaba hacerlo en los próximos 12 meses. En ese grupo, el **60%** pretendía obtener valores entre R\$ 1 millón y R\$ 30 millones.

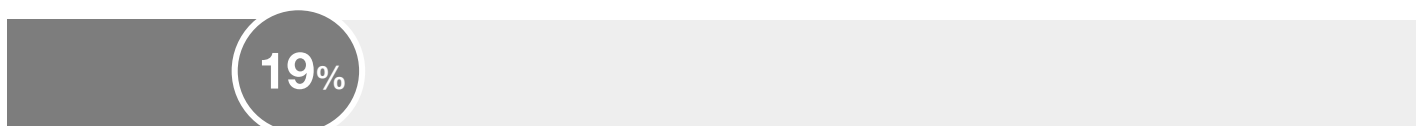


La falta de exposición de la marca desafía a casi la mitad de las fintech en la búsqueda de capital. Los otros factores más mencionados son la crisis económica/política y la escasez de inversionistas.

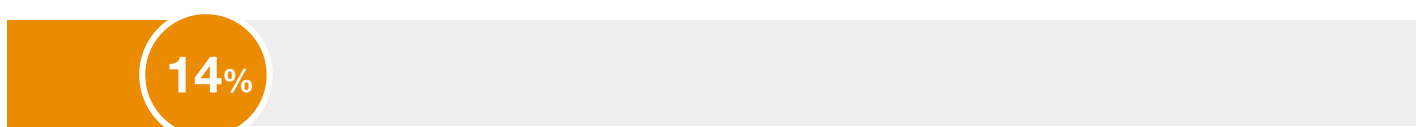
Falta de exposición de la marca



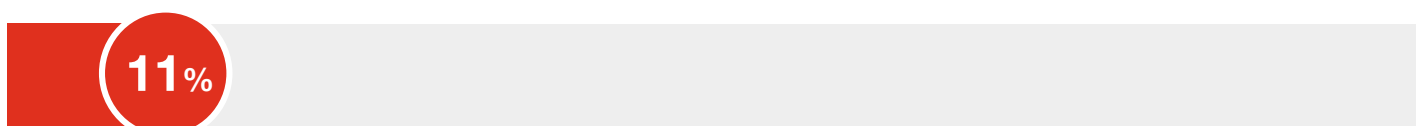
Crisis económica/política



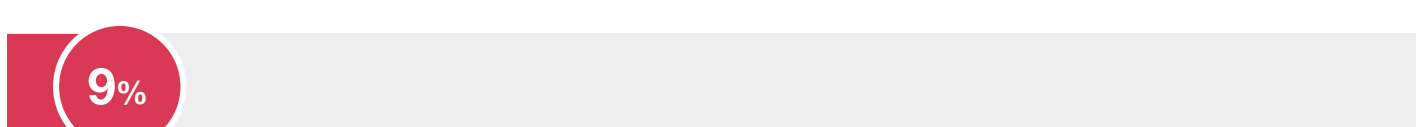
Ausencia o escasez de inversionistas



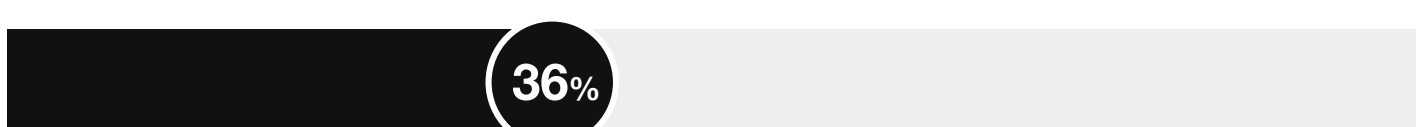
Competencia



Falta de regulación adecuada



Otros



Nota: los participantes podían seleccionar más de una respuesta.

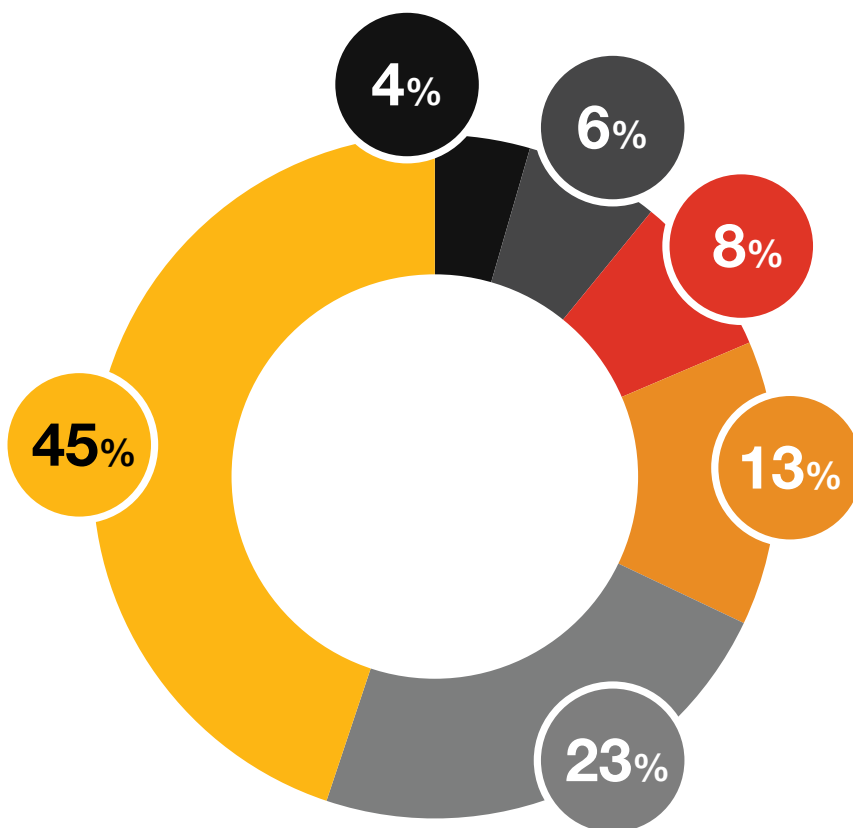


## Estrategia de capital

Casi la mitad de las fintech pretenden obtener inversión de fondos como estrategia para financiar sus actividades. La crisis provocada por la pandemia, que generó incertidumbres con relación a precios y tasas de interés, agotó las fuentes de capital disponibles para que estas empresas realicen OPV tanto en Brasil como en el extranjero.

Desde el 2019, el porcentaje de las fintech participantes que pretendían realizar una OPV en el extranjero se redujo del 18% al 8%. Para la salida a la bolsa en el país, la reducción fue del 12% al 6%. Las posibilidades de vender el negocio a inversionistas estratégicos también se restringieron: las intenciones se redujeron del 42% de las fintech al 23%.

- Recibir inversión de fondo
- Mantenerla como empresa privada
- Realizar OPV en Brasil
- Vender el negocio a un inversionista estratégico
- Realizar OPV en el extranjero
- Establecer alianzas con empresas internacionales



An abstract graphic at the top of the page features a large, thick black hexagon on the left. To its right, a network of black lines and smaller hexagons of various sizes and orientations extends across the top. Some lines are solid, while others are dashed. There are also small black dots and a small white circle with a black outline scattered throughout the graphic.

# Metodología

La Fintech Deep Dive 2022 fue realizada por la Asociación Brasileña de Fintechs (ABFintechs) y por la PwC con base en las respuestas proporcionadas en un cuestionario en línea enviado a representantes de empresas de tecnología especializadas en servicios financieros en Brasil.

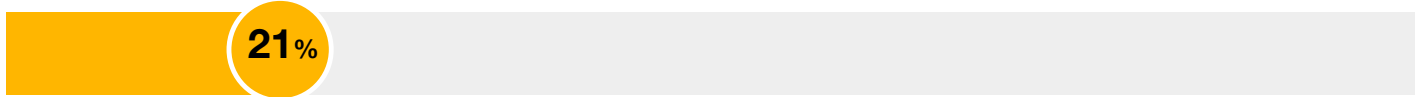
Entre el 14 de marzo y el 22 de abril del 2022, recibimos respuestas de 156 empresas fintech. Nuestra muestra incluye empresas de diferentes tamaños y sectores. El análisis de datos fue realizado por especialistas de ABFintechs y PwC. Las respuestas fueron tratadas de forma estrictamente confidencial y analizadas colectivamente. No se hace referencia a empresas individuales en los resultados o en el análisis de datos.



## Perfil de los participantes

### Edad del fundador principal

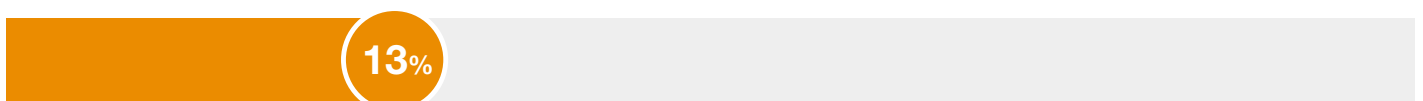
Entre 20 y 30 años



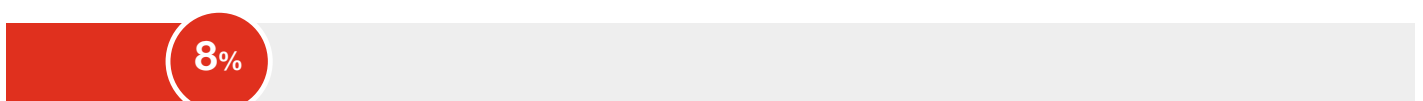
Entre 30 y 40 años



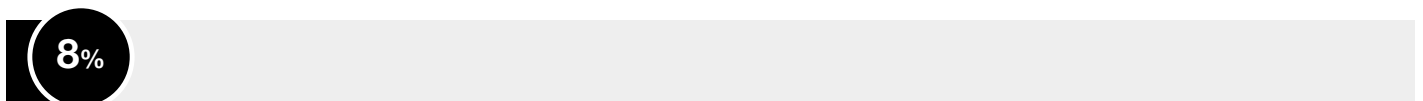
Entre 40 y 50 años



Entre 50 y 60 años



Más de 60 años



### Género



# Contactos

## PwC

Somos un Network de firmas presente en 152 territorios, con más de 295.000 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](mailto:lindomar.schmoller@pwc.com)



**Luís Ruivo**  
Socio y líder de Consultoría en  
Servicios Financieros de PwC Brasil  
[luis.ruivo@pwc.com](mailto:luis.ruivo@pwc.com)

## ABFintechs

Fundada en el 2016, actualmente cuenta con más de 530 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](mailto:diego.perez@abfintechs.com.br)



### Marcelo Martins

Director ejecutivo de ABFintechs  
[marcelo.martins@abfintechs.com.br](mailto:marcelo.martins@abfintechs.com.br)



### Mariana Bonora

Directora ejecutiva de ABFintechs  
[mariana.bonora@abfintechs.com.br](mailto:mariana.bonora@abfintechs.com.br)



### Mariane Takahashi

Directora ejecutiva de ABFintechs  
[mariane.takahashi@abfintechs.com.br](mailto:mariane.takahashi@abfintechs.com.br)

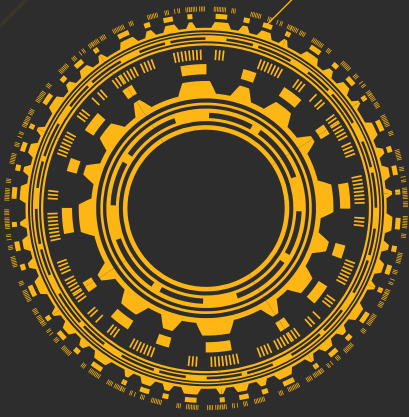


### Renan Schaefer

Director ejecutivo de ABFintechs  
[renan.schaefer@abfintechs.com.br](mailto:renan.schaefer@abfintechs.com.br)

ⓘ Más información: [abfintechs.com.br](http://abfintechs.com.br)

Nos gustaría agradecer a todas las empresas que participaron en nuestra encuesta sobre el desempeño de las fintech brasileñas.



[www.pwc.com.br](http://www.pwc.com.br)



El contenido de este material está destinado únicamente a fines informativos, no constituye una opinión ni un entendimiento de PwC, y no reemplaza una consulta formal a un profesional cualificado.

© 2023 PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes Ltda. Todos los derechos reservados. En este documento, "PwC" se refiere a PricewaterhouseCoopers Auditores Independentes, 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](http://www.pwc.com/structure)