
2018



Fintech: El mercado de medios de pago en Estados Unidos

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nueva York

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



ESTUDIOS
DE MERCADO

7 de septiembre de 2018
Nueva York

Este estudio ha sido realizado por
Angel Morán Muñoz

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Nueva York.

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-042-8

El **mercado de medios de pago fintech** engloba a aquellas empresas que ofrecen métodos innovadores para realizar pagos o transferencias bancarias, principalmente con el teléfono móvil e internet. Se presentan como una alternativa al uso físico de dinero, las transferencias bancarias directas, los cheques o las terminales tradicionales de tarjetas de débito y crédito.

Se trata indudablemente del sector fintech que ha experimentado **un mayor desarrollo en los últimos años en Estados Unidos**: en 2017 ha alcanzado un valor en transacciones de 801.674 millones de dólares y un volumen de inversión de 5.220 millones de dólares. EE.UU. se ha convertido así en el segundo mayor mercado del mundo por volumen de transacciones (sólo por detrás de China) y en el que más inversiones genera en esta industria a nivel mundial.

Entre las **características más importantes** del sector fintech de medios de pago en Estados Unidos, cabe destacar las siguientes:

- Un **mayor peso del segmento cliente C2B**. Más de seis de cada diez pagos alternativos son realizados por consumidores a empresas. Los pagos alternativos **dominan ya el mercado B2C sobre la oferta tradicional**, y se espera que en los próximos cinco años ocurra lo mismo con los segmentos P2P y B2B.
- Una **adopción** de medios de pago fintech **superior a la media mundial**, siendo el sexto mercado con más consumidores de pagos alternativos. Uno de cada cuatro estadounidenses consumen formas de pago alternativas en la actualidad.
- La mayor aportación de inversión al sector la realizan los fondos de **Venture Capital**. Cerca de la mitad de la inversión total en pagos alternativos está impulsada por estas entidades, que han sido las que tradicionalmente han aportado la financiación necesaria al sector. No obstante, cada vez **ganan más peso los private equity** y, sobre todo, **los bancos**, cuya inversión ha crecido a un ritmo considerable en los últimos cinco años.
- Una **inversión muy concentrada geográficamente**: dos tercios de la inversión proceden de las áreas de Costa Oeste (fundamentalmente Silicon Valley, California) y la zona de influencia de la ciudad de Nueva York.
- Unos **costes operativos inferiores** a los de la industria tradicional bancaria, lo que permite llevar a cabo una estrategia de precios de penetración para acaparar cuota de mercado. No obstante, son comunes las rentabilidades negativas hasta alcanzar una masa crítica de negocio en un periodo de dos a cinco años.
- La **estrategia más común de precios** es la de **pago por transacción**, aunque también se dan modelos híbridos de suscripción y pago por transacción y de floating y pago por transacción.
- Un **marco regulatorio muy diverso**, donde confluyen autoridades y normativas de carácter no sólo federal, sino también estatal. No se prevé evolución en este aspecto, al menos en el medio plazo.

- Un **ecosistema sectorial muy dinámico**, con gran cantidad de eventos, conferencias, publicaciones, newsletters y organismos especializados.

Otro aspecto importante a resaltar es el **proceso de maduración** que está experimentando el sector a nivel mundial, y que se ve reflejado en diversos indicadores:

- Unas **tasas de crecimiento cada vez más modestas**, que se han reducido en Estados Unidos desde el umbral del 54% en 2014 a unas previsiones cercanas al 16% en 2018 y al 8% en 2022.
- Una **caída en el volumen de inversión anual en nuevas compañía**. No obstante, este hecho se ha acompañado de una reducción drástica en el número de nuevas empresas de pagos fintech: en 2013 se fundaron en EE.UU. 73 firmas, mientras que en 2017 sólo fueron 6. Por ello, el volumen de inversión por nueva compañía se ha incrementado exponencialmente.
- Una **estabilización en el número de fusiones y adquisiciones**, que se sitúan en torno a las treinta operaciones anuales en Estados Unidos.

Todo ello está dando lugar a un **proceso de concentración sectorial**, en el que el modelo de competencia cuasiperfecta que caracterizaba a la industria se está transformando gradualmente en un **entorno de competencia monopolística**, donde la imagen de marca, el marketing y los modelos colaborativos están ganando importancia. Comienzan a aparecer así los primeros **líderes de mercado**. Algunos de ellos proceden ya de Europa y Asia:

- **Square, Stripe, Affirm, Ant Financial y PayPal**, en el segmento C2B.
- **Venmo, Transferwise y Revolut**, en servicios P2P.
- **Zuora, Bill.com, Avidxchange y Currencycloud**, en el área B2B.

Todo ello se está acompañando de un **incremento en los modelos colaborativos** entre las compañías fintech y las entidades bancarias tradicionales para la inversión y distribución de medios de pago alternativos, con el objetivo de generar sinergias y **aprovechar las ventajas competitivas recíprocas** que ambos actores aportan:

- La **compañía fintech**, un modelo de negocio, una cultura organizativa y un soporte tecnológico innovador. Con respecto a este último cabe destacar los APIs y la tecnología blockchain, claves actuales y futuras en el desarrollo del negocio de pagos alternativos.
- La **entidad bancaria**, una cartera de clientes, conocimiento de la legislación y activos de inversión ya consolidados.

El establecimiento de estas alianzas estratégicas será clave para afrontar las **amenazas que presenta el sector** en los próximos años:

- **Irrupción de nuevos actores** que tradicionalmente no estaban implicados en la industria: los **gigantes tecnológicos GAF**A (Google, Apple, Facebook y Amazon), que se pueden restar masa crítica a entidades financieras y compañías fintech con sus fuertes ventajas competitivas en el ámbito de la tecnología y el marketing.
- **Aumento de la presión competitiva** por la fidelización del cliente, que obliga a las empresas a convertirse en **modelos multiservicio**. Es decir, los clientes e inversores buscan cada vez más soluciones integrales a todas sus necesidades de banca, depósito y realización de pagos, en lugar de un único producto.
- **Incremento de la diversidad regulatoria a nivel mundial**, lo que implica la desaparición de vacíos legales hasta ahora existentes en campos como los pagos por telefonía móvil o la protección de datos de la cartera de clientes. Todo ello se traduce en un aumento de las **barreras a la internacionalización** si no se posee el apoyo de expertos en materia legal.

En cualquier caso, la existencia de una **oferta española** de pagos fintech relativamente escasa en EE.UU. no debe considerarse nunca como otra amenaza sectorial. Por el contrario, ésta es una industria donde el origen del servicio no es un factor especialmente relevante para el cliente o inversor. Entre los **factores clave de éxito** destacan aspectos como la calidad, el precio o la accesibilidad del servicio. En este sentido, las compañías fintech españolas deben apoyarse en las **oportunidades que presenta el sector en EE.UU.** para acceder a este mercado:

- Presencia de **entidades financieras españolas consolidadas en el país**, que se han convertido en inversores y promotores activos del mercado fintech estadounidense: **BBVA y Santander**. Ambas han mostrado ya su predisposición a emprender modelos colaborativos con compañías fintech en EE.UU. La inclusión en su red de eventos, premios, encuentros e inversión puede ser un gran activo de entrada al mercado.
- Existencia de numerosos **programas de apoyo a la internacionalización** de compañías fintech en EE.UU. tanto por parte de entidades públicas españolas (ICEX, CDTI, ENISA, Spain Tech Center) como estadounidenses (siempre de carácter estatal, pues no existen incentivos ni programas a nivel federal).
- Fácil acceso a **programas de apoyo y financiación** por parte de un gran número de **aceleradoras privadas** por todo el país. Algunas pertenecen incluso a entidades financieras, como es el caso de Santander InnoVentures.
- Las múltiples conexiones entre las economías de EE.UU. y Latinoamérica, por un lado, y las de Latinoamérica y España, por otro, pueden facilitar la entrada de compañías fintech españolas en el continente americano. Así, países como **Brasil o México** pueden actuar así como **plataformas de entrada** de las fintech españolas al mercado estadounidense.

En definitiva, **Estados Unidos** se trata de un **mercado muy atractivo**, pues ofrece un entorno muy dinámico y con una demanda cliente e inversora fuerte y concentrada en torno a los hubs financieros de Nueva York y Silicon Valley. El aprovechamiento de las oportunidades



mencionadas y la utilización de **estrategias multicanal colaborativas** se consideran las herramientas clave para acceder a este mercado. En cualquier caso, se recomienda siempre abordar EE.UU. con **un modelo y unos activos** humanos y financieros **ya consolidados** en los mercados español, europeo o latinoamericano, pues se trata de un sector con perspectivas y resultados siempre **a medio y largo plazo**.

icex

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece
ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar
la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es

