



Coronavirus y fintech: Canales digitales a prueba

Producto de la pandemia del **coronavirus**, expertos aseguran que la economía se prepara (o no) para una recesión global. En [iupana](#) analizamos cuán grande podría ser el impacto para el sector fintech



El impacto del *coronavirus* ha provocado que el mundo entero se encuentre en modo avión, sin detalles de navegación, como tiempo de vuelo o lugar de destino.

En efecto, muchos sectores han sentido el golpe de la inoperatividad. Cancelación de eventos deportivos y entretenimiento. Una baja muy grande en el sector turístico por el cierre de fronteras. El aislamiento general que paraliza el consumo de productos y servicios, por nombrar algunas de las consecuencias.

La turbulencia entonces se concentra en el sector económico/financiero. El [precio del petróleo sigue cayendo](#), las operaciones en Wall Street han quedado suspendidas, así como la [ralentización de las exportaciones de China hacia Latinoamérica](#).

¿QUEDA ALGO POR RESCATAR?

Mientras los gobiernos de más de 150 países se empeñan en aplanar la curva de crecimiento de infectados por COVID-19 a través de diversas medidas, el sector económico [se adentra a un periodo de incertidumbre](#), según expertos.

Pero, como en todo ecosistema, la naturaleza del más fuerte regirá la supervivencia.

La adaptación de la banca y las finanzas hacia un mundo no presencial ya era un hecho. [Para el 2019, por ejemplo, las fintech recibieron una inversión de US\\$ 18 mil millones](#), perfilando un mayor crecimiento para el 2020.

Pese al desalentador panorama, el sector de tecnología financiera acoge muchas de las medidas que hoy se promueven y lo colocan como un canal reflexivo de solución para pagos, transferencias, e-commerce y más.

En conversación con Oriol Ros, director de desarrollo corporativo en Latinia, inversionista en proyectos fintech y fabricante de software para financieras en España y algunos países de Latinoamérica, «la pandemia del coronavirus acelerará la adopción por parte de estos segmentos (banca tradicional) que todavía no lo tienen como su principal canal de acceso, a apostar por la banca no presencial».

Para el directivo, el viejo mantra de ver la crisis como una oportunidad no aplica para el terreno de la pandemia, ya que se trata de una adopción necesaria para continuar brindando canales de solución veloces y disruptivos.

«No hay mejor forma de forzar la adopción de los canales digitales que simplemente cerrando las oficinas. Las crisis son una oportunidad, en realidad, para acelerar la adopción», puntualiza Ros.

¿LA HORA FINTECH?

Antes que España prohíba los vuelos directos de Italia, [el comercio online se disparó en un 138%](#), respecto a la media de los meses anteriores.

Para el directivo de Latinia, el hecho era una obviedad, más aún cuando entró en vigencia la restricción de desplazamiento. En el caso de la banca, explica, “es necesario apostar en este sector (digital) porque no sabemos cuánto va a durar esta situación”.

“Ante la incertidumbre de mercado, las fintech serán una herramienta imprescindible para que la banca navegue en ese futuro tan a corto como a medio plazo, para recuperar poco a poco la estima o confianza de sus clientes y que el cliente pueda ver que las finanzas son fáciles de manejar”, detalla Ros.

PERO NO TODO ES APREMIANTE

Aunque la pandemia actúe como un motor de aceleración para adoptar nuevos canales virtuales de solución financiera, también se habla sobre un congelamiento de inversión para los startups novicios.

Para [The Financial Brand](#), es probable que algunas fintech en etapa inicial deban cerrar, ya que el coronavirus afectaría el financiamiento de capital de riesgo para las empresas nuevas, pero también existentes.

Actualmente Latinia, trabaja con unas 10 a 12 campañas participadas y conocen los riesgos de inversión actual; es por ello que prefieren mirar hacia dentro antes que buscar nuevas inversiones.

“Sabes que el dinero es de lo más miedoso del mundo, por lo que tendremos que priorizar cuáles campañas de nuestro portafolio están teniendo dificultades, (ello) antes de pensar en destinar dinero fresco en nuevas fintech”, explica.

Otro de los efectos COVID-19 para el sector recaería puntualmente en las fintech de créditos y préstamos, en caso las tasas de morosidad se disparen.

“La demanda no va a dejar de crecer y más ahora que la gente va a necesitar más (dinero) circulante, pero el problema es cuando la gente deja de pagar”, considera Ros.

MIENTRAS PASA LA TURBULENCIA

En conversación con César Cuevas, co-fundador de Linxe, una fintech de préstamos colombiana, el impacto del coronavirus sobre el sector fintech no debe traer consigo un enfoque desalentador; de hecho, lo vislumbra como una ‘‘cuestión de tiempo’’.

“Es tiempo. Somos digitales. [Con una fintech] no tienes que ir a un banco, entonces es mejor. Hoy puede sonar horrible, pero nuestro producto es mucho más ventajoso. [...] Es probable que el tema de inversionistas extranjeros se frene un poco; por ello, es cuestión de tiempo. No hay otro impacto más que ese”, comenta Cuevas.

Para Javier Álvarez Wrobel, CEO de Wipei, una fintech de Argentina, el paso del coronavirus es también una oportunidad ‘‘para dar empuje al e-commerce’’.

“Empezaremos nuevamente a ver inversión a mediano y largo plazo. El rubro seguirá siendo atractivo”, comenta.