

Fecha: 11-04-2025
 Medio: El Mercurio
 Supl.: El Mercurio - FINANZAS & TECNOLOGÍA
 Tipo: Noticia general
 Título: Los principales destinos de las fintechs chilenas en el exterior

Pág.: 2
 Cm2: 168,8
 VPE: \$ 2.217.615

Tiraje: 126.654
 Lectoría: 320.543
 Favorabilidad: ☐ No Definida



ILUSTRACIÓN HYPO PHOTOS

Los expertos explican que muchas *fintechs* chilenas nacen con foco en la internacionalización, debido al tamaño del mercado local.

PERÚ, ARGENTINA Y MÉXICO:

Los principales destinos de las *fintechs* chilenas en el exterior

Cercanía, regulación y potencial de crecimiento son algunos de los factores más importantes en la elección de estos mercados.

CATERINNA GIOVANNINI

Los diversos actores de la industria coinciden en que el mercado *fintech* chileno tiene un ecosistema con alto potencial de crecimiento, avalado por un marco regulatorio que se va consolidando paulatinamente. Sin embargo, su crecimiento se limita cuando se enfrenta a la limitante de ser un mercado pequeño, en comparación con otros países de Latinoamérica.

"Muchas empresas chilenas nacen con el foco puesto en la internacionalización. El tamaño del mercado hace que una multitud de *fintechs* persiga el objetivo de internacionalizarse al poco tiempo de constituirse. Para ello, los destinos preferidos por las *fintechs* chilenas son Perú (35,4%), México (34%) y Argentina (17,4%)", señala el último Finnovista Fintech Radar Chile, de Finnosummit.

Factores estratégicos

Cuando una *fintech* ya no puede seguir creciendo y busca internacionalizarse, debe considerar aspectos como la brecha, la oportunidad y el tamaño del mercado escogido, explica Jorge Pizarro, profesor de Estrategia de Comercialización de Innovaciones Tecnológicas de la Universidad Católica.

Para el académico, Perú, primer destino de las *fintechs* chilenas, aún está algo atrasado y, con sus 30 millones de habitantes, no tiene un gran tamaño, aunque su beneficio es la cercanía, "con bajos costos para iniciar operaciones y una regulación similar a la chilena", dice Gustavo Ananía, CEO de RedCapital, que se expandió a ese país.

En cuanto a Argentina, Pizarro lo considera atractivo por su tamaño, pero "lo más importante es conocer las reglas del juego". No obstante, "la oportunidad de posicionarse estratégicamente antes de que el país alcance una mayor estabilidad macroeconómica, anticipando un entorno más propicio para los negocios", es una de las razones de las *fintechs* chilenas al

cruzar la cordillera, afirma Jordi Puig, *innovation & programs director* de Finnosummit. A ello se agrega el alto potencial del mercado, "tanto en términos de tamaño como de demanda de servicios financieros innovadores (...), y la percepción de una menor competencia en Argentina, en comparación con el ecosistema *fintech* chileno, lo que representa una ventaja para las entrantes que buscan captar cuota de mercado con mayor rapidez", destaca Puig.

En el tercer lugar, México hospeda actualmente a 64 *fintechs* de origen chileno, siendo Chile el segundo país con mayor presencia en territorio azteca, detrás de Colombia y antes de EE.UU.

"El atractivo principal es la convergencia entre el gran tamaño del mercado, el robusto sistema financiero y de remesas y su menor competencia en ciertos nichos", explican desde Finnosummit. Y agregan que para las *fintechs* chilenas que salen al exterior, México "termina convirtiéndose en su principal mercado", con mayores retornos que los que obtienen en Chile. No obstante, se reconoce un posible obstáculo: si bien México fue pionero en contar con una ley *fintech* en Latinoamérica, esta es considerada hoy "letra muerta", resultando ser "un freno para la innovación y la industria *fintech*", cuenta Matías Spagui, director sénior de Mercado Pago Chile.

Otros países

Sin duda, el país más avanzado de la región en materia *fintech* es Brasil, con un marco regulatorio progresista y favorable a la innovación, lo que "ha fomentado el avance del sector, equilibrando la innovación con la protección al consumidor y la estabilidad financiera", afirma Spagui.

Sin embargo, Pizarro advierte que también es un desafío, con barreras como el lenguaje, la idiosincrasia y la cultura.

Finalmente, un mercado potencial importante es Colombia, "con 50 millones de personas y con una regulación que está en camino", dice Pizarro.