

## Empresas &amp; Finanzas

# BFF capta en España el grueso de los depósitos para su negocio de 'factoring'

Eleva de 100 a 1.500 millones los ahorros fondeados en un año con la Cuenta Facto

E. Contreras MADRID.

El italiano BFF Banking Group ha encontrado en España un mercado clave para captar depósitos con los que financiar la actividad de *factoring*. En apenas un año, el saldo de clientes que gestiona en este tipo de imposiciones ha escalado desde 307 a 1.744 millones de euros a escala grupo –entre junio de 2022 y junio pasado– y alrededor de 1.500 millones proceden del mercado español, frente al saldo inferior a 100 millones que contabilizaba un año atrás.

Su éxito responde al atractivo catálogo en un escaparate donde sigue sin entrar la gran banca: su Cuenta Facto retribuye hoy un 3,29% los ahorros depositados a plazos de tres meses y alcanza el 4,06% si se contrata a seis o doce meses, uno de los productos más generosos en escaparate. BFF se reveló, de hecho, entre los primeros que volvió a retribuir el ahorro y mantener su remuneración en lo más alto de la oferta desde que el Banco Central Europeo (BCE) comenzó a subir los tipos. “Podemos ofrecerla, aparte de por la subida de tipos, porque nuestro negocio es bastante bueno. Es sólido y tiene muy



Javier Molinero, director general de BFF en España. ANA MORALES

poco riesgo”, explica Javier Molinero, director general de BFF en España. “El dinero de mis clientes no es para especular con oro, criptomonedas o activos de riesgo, sino para comprar deuda pública”, agrega.

BFF es un grupo financiero europeo especializado en *factoring* sin recurso: con el dinero que capta compra a sus empresas clientes, sobre todo a grandes farmacéuticas, las fac-

turas que tienen pendientes de cobro con las administraciones públicas. Les anticipa los fondos para que no tengan que esperar a su abono asumiendo cualquier riesgo asociado al pago, sobre todo, en términos de plazos porque la morosidad del sector público es nula. Su primer cauce de fondeo es DEPOBank, filial de depositaria del grupo, y los depósitos se han convertido en la segunda fuen-

te de financiación.

A diferencia de la banca tradicional o *retail*, BFF no busca captar clientes a los que vincular y rentabilizar con la contratación de otros productos, sino atraer los recursos que precisa para el *factoring*, de forma que sube o baja la retribución del depósito en función de esa necesidad. Su depósito admite aportaciones a partir de 5.000 euros y por un máximo

de tres millones de euros, sin exigir mayor vinculación o llevar la nómina, con la condición de no poder realizar rescates anticipados. “Puedes seleccionar en el calendario el día de vencimiento, pero una vez puesto no se puede cancelar porque yo con eso hago provisión para mi uso en *factoring* y no puedo correr el riesgo de necesitar X millones para hacer una operación y que dos días antes se me vacíe la caja”, expone.

Frente a las reticencias que pueda tener el ahorrador, explica que el Fondo de garantía de depósitos italiano al que está adherido BFF “opera exactamente igual que el fondo de garantía español o portugués” –cubren hasta 100.000 euros–.

En España es uno de los principales operadores en *factoring* o com-

**El banco europeo capta los recursos para financiar la gestión de créditos del sector público**

pra de crédito comercial a empresas con el sector público. Llegó en 2010 y entre 2017 y 2019 ha escalado el negocio de *factoring* desde 400 a 1.900 millones de euros. “Hemos casi multiplicado por cinco el volumen de negocio”, indica. Además de en España e Italia, el grupo opera como especialista en *factoring* en Francia, Portugal, Grecia, Croacia, Polonia, República Checa y Eslovaquia.

# Pepper financia compras en tiendas por hasta 10.000 euros de forma exprés

Lanza una 'app' que permite cerrar la operación en dos minutos desde el móvil

E. Contreras MADRID.

La financiera Pepper evoluciona su aplicación para permitir a los comercios financiar a plazos las compras que realicen sus clientes de forma exprés y sin papeleos. La *app* Pepper Comercios permitirá obtener hasta 10.000 euros en financiación para compras en menos de 2 minutos desde cualquier dispositivo y habilita a los consumidores a completar la transacción de forma digital desde su móvil, indicó la compañía.

“Con el lanzamiento de esta *app*, pionera en el sector, reafirmamos nuestro compromiso con la innovación y la tecnología para ofrecer a los comercios que trabajan con nosotros las mejores herramientas para potenciar sus ventas y mejorar la experiencia de compra de sus clientes”, refirió Fernando García, *Chief Business Officer* de Pepper en España.

La financiera cuenta con más de 11.000 puntos de venta conectados a sus soluciones de pago. La *app* se encuentra conectada a su plataforma, lo que permitirá a sus comercios clientes conocer en tiempo real cualquier novedad o información relevante para el negocio a través de notificaciones *push*, y acceder a información para sacar el máximo potencial a su actividad.

## Presente en 13 países

Pepper pertenece al grupo australiano de financiación del mismo nombre que en 2013 entró en España con la compra de Celeris, filial creada para la financiación al consumo por un conjunto de diez cajas de ahorros. El grupo se crea en el año 2000 y en la actualidad ofrece servicio a más de 2,3 millones de clientes en 13 países: Irlanda, Reino Unido, España, Grecia, India, Singapur, Australia, Nueva



Una persona paga una compra con el dispositivo móvil. ISTOCK

Zelanda, Indonesia, Filipinas, China, Corea del Sur y Japón.

En España, donde la firma es especialista en financiación al consumo en el punto de venta, ha superado los 1,2 millones de clientes y completó 2022 con 401 millones de euros en saldo financiado y dispone de 320 profesionales en plantilla.

Opera a través de *partners*, a los que ayuda a financiar las compras de sus clientes, con un foco especial en el sector de las ópticas, electrodomésticos y salud, aunque explora potenciar su actividad a otros nichos de actividad. Su visión no es captar de manera masiva establecimientos, sino crecer con los clientes que ya tiene mejorando, precisamente, la prestación de servicios para ganar dimensión con ellos como hace ahora con la nueva *app*. Entre sus clientes figuran marcas como Opticalia, Multiópticas, Alain Afflelou, Tien 21, Game o Tiendas Activa.

El pasado año aumentó un 34% la nueva producción, hasta alcanzar los 416 millones de euros en concesión. Para el ejercicio actual se había fijado como objetivo elevar un 20% la cifra, hasta los 500 millones, aunque su desarrollo natural se sitúa más en horquillas de entre el 10 y 15% porque prioriza la rentabilidad y solidez del negocio frente a ganar dimensión.