

Artículos sindicados de

FINANCIAL TIMES

ILUSTRACIÓN: ISMAEL ANGELES

## FINTECH BRASILEÑA

# Empresa digital intenta alterar sistema bancario en México

JUDE WEBBER

Los bancos de México, que están bajo presión de los legisladores por cobrar tarifas “abusivas” y “usureras”, ahora enfrentan la competencia de un banco digital brasileño, el primer nuevo prestamista en este mercado cerrado en más de una docena de años.

Nubank, una empresa unicornio de tecnología financiera de Brasil que tiene 8.5 millones de clientes y el respaldo financiero de China, está realizando su primera incursión internacional en México y espera lanzar su primer producto, posiblemente una tarjeta de crédito, para fines de este año.

“Queremos traer eficiencia al mercado”, dijo David Vélez, el director ejecutivo, al FINANCIAL TIMES. “Los bancos tendrán que competir”.

Nubank, que no tiene sucursales ni comisiones, está aprovechando una nueva ley de tecnología financiera en México que le ayudará a establecerse sin una licencia bancaria, algo que el director ejecutivo colombiano — quien cofundó Nubank en 2013 — dice que podría tomar varios años.

Según la Comisión Nacional de Bancos y Valores (CNBV), México, cuyo sector bancario está dominado por grupos de propiedad extranjera como Citibanamex, BBVA Bancomer y Santander, no ha tenido un nuevo banco mino-

## Nubank está tratando de introducir más competencia en un sector concentrado

rista desde que Walmart entró al mercado hace más de una docena de años.

Nubank, considerado como el principal banco digital fuera de Asia, anunció la creación de una filial mexicana este mes bajo el nombre “Nu”. El Sr. Vélez dijo que “podemos comenzar con productos que no requieren una licencia y esperamos estar listos para el lanzamiento en la segunda mitad”.

Ya que más de cuatro de cada 10 mexicanos son menores de 25 años, corresponden con el objetivo demográfico de Nubank: millenials y primeros adoptadores que usan WhatsApp y se transportan en Uber.

Inicialmente, el banco no espera centrarse en el 42 por ciento de los mexicanos que están fuera del sistema bancario, pero está atraído por el hecho de que sólo 34 por ciento de adultos mexicanos tienen una tarjeta de crédito bancaria.

Tres cuartas partes del negocio de las tarjetas de crédito está concentrado en manos de cuatro bancos. Además, casi 80 por ciento de los mexicanos no usan aplicaciones bancarias en sus teléfonos, aunque el Banco de México está probando un método de pago sin efectivo que utiliza teléfonos móviles antes de

lanzarlo a fines de este año.

“La compañía también se beneficiará de la baja intermediación — el servicio que conecta a propietarios de recursos financieros con prestatarios — en México (los préstamos del sistema financiero representan sólo 34 por ciento del PIB de México) y la alta penetración de teléfonos inteligentes e Internet en el país”, dijo Patricia

Fortunato, estratega de Moody’s Investors Service.

La entrada de Nubank no derribará el sólido sector bancario de la noche a la mañana, pero “es un desafío porque los bancos tendrán que cambiar la forma en la que operan y los que no acepten el cambio sufrirán más”, dijo Eduardo Rosman, analista de valores de BTG Pactual, un banco brasileño.

La calidad de los servicios bancarios en México ha sido un foco de atención desde que Ricardo Monreal, el líder del partido Morena en el Senado, lanzó una campaña para reducir una serie de comisiones bancarias en noviembre, incluso antes de que el presidente Andrés Manuel López Obrador asumiera la presidencia. Las acciones bancarias se desplomaron como resultado de sus acciones, después la propuesta fue enmendada.

Juan Garay, asesor del Sr. Monreal, quien dijo que algunos bancos mexicanos eran culpables de “prácticas bastante abusivas”, elogió la entrada de Nubank, pero dijo que necesitaría obtener acceso a las redes de cajeros automáticas establecidas. “Si los bancos continúan operando al estilo de un cártel, será muy difícil para Nubank”, dijo.

Pero Nubank espera fomentar la lealtad de los clientes a través de recomendaciones en las redes sociales, al igual que en Brasil. La compañía tiene un índice de promotor neto — un indicador de la lealtad del consumidor — de 89 por ciento, en comparación con 60 por ciento para Amazon y 50 por ciento para Apple.

