



Ofertan también los bancos servicios digitales

Walmart y Oxxo van por los olvidados de los bancos

• La competencia por los no bancarizados llegó a los supermercados y tiendas de conveniencia con ofertas de productos financieros que eran territorio de las instituciones financieras

Publicación especializada

LUNES
31 de julio
del 2023

EDITOR:
Eduardo Huerta

COEDITOR:
Diego Ayala

COEDITOR GRÁFICO:
Christian Mota

termometro.economico@eleconomista.mx
eleconomista.mx



Síguenos en:

@termoe

@termoe



Alerta del día



» Este último día de julio, en México se darán a conocer las cifras del Producto Interno Bruto correspondiente al segundo trimestre del 2023.

Victor Barragán, Sebastián Díaz y Eduardo Huerta
termometro.economico@eleconomista.mx

Por los locales de Oxxo pasan diariamente 12 millones de clientes. Por las tiendas de Walmart en México circulan 6 millones de consumidores. Eso llamó la atención de las empresas que decidieron, además de ofrecer a sus clientes alimentos, también brindar un anaquel de servicios financieros propios.

En México existen 90 millones de personas que tienen edad para contar con un producto financiero. De ese universo de posibles nuevos clientes, 56.7 millones cuenta con por lo menos un producto financiero formal.

La aritmética es sencilla, la tienda de conveniencia de FEMSA, el segundo productor de Coca-Cola en el mundo, y el supermercado, ya vieron el universo de potenciales consumidores de servicios financieros. Más de 33 millones de clientes no tienen un producto financiero y se suma a aquellos que solo cuentan con un producto

El pasado 7 de marzo, Walmart informó de la autorización de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) para adquirir una financiera que utiliza tecnología para ofrecer servicios financieros (Fintech) Trafalgar

FEMSA, la embotelladora de Coca-Cola y dueña de las tiendas Oxxo, informó a la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), al segundo trimestre del 2023, que a través de su producto financiero Spin, una billetera digital que lanzó en el 2021, ya tiene 7.6 millones de usuarios y que su esquema de lealtad Spin Premia, cuenta con 32.7 millones de clientes.

Walmart informó que se podrán hacer pagos a través de su nueva plataforma en Bodega Aurrerá, Sam's Club, Walmart Express, Walmart y sus sitios de eCommerce. Trafalgar cambiará su nombre a Cartera Digital Walmart.

Walmex buscará ampliar su oferta de servicios en Cashí a través de transferencias electrónicas, retiros de efectivo en sus tiendas, además de que se habilitará para que se pueda hacer pagos en otros negocios y sitios diferentes a los de Walmex.

Las dos empresas le apuestan a un apetitoso mercado de envío de remesas desde Estados Unidos.

Oxxo explica a los usuarios de su tarjeta Spin a través de un portal, las ventajas, los servicios financieros que ofrecen y lo más importante, que no pertenecen a un banco.

Oxxo se convirtió en el primer corresponsal bancario de Banamex en el 2009. La tienda de conveniencia acepta el pago de más de



Walmart de México recibió autorización para lanzar su Fintech Trafalgar, en marzo, por parte de la CNBV. FOTO: REUTERS

500 servicios financieros.

Walmart creó su banco en 2007 y en 2014, después del fracaso de ese proyecto, vendió las operaciones a Banco Inbursa. La tienda departamental es actualmente corresponsal bancario.

Hoy, los dos gigantes buscan ofrecer servicios financieros digitales a sus clientes con una oferta propia, basados en una empresa financiera propia, basada en la tecnología.

Valentín Mendoza, analista bursátil en Actinver Casa de Bolsa, afirmó que lo que buscan FEMSA y Walmex es generar un círculo virtuoso en el que otorgan financiamiento para impulsar el consumo en sus tiendas, al mismo tiempo que generar Big Data sobre sus clientes para después diseñar estrategias comerciales "mucho más focalizadas".

Este tipo de iniciativas le generan un círculo virtuoso, en el sentido de que les provee acceso a mucha información sobre sus clientes, como qué compran, dónde, cuándo, para así hacer estrategias comerciales mucho más focalizadas", dijo.

Marisol Huerta, analista de Consumo en Banco Ve Por Más (Bx+), explicó que el público que capta la Fintech de FEMSA, ha sido desatendido por las instituciones financieras tradicionales, lo que deja un espacio en comunidades donde no existen sucursales bancarias.

"Oxxo está en comunidades ale-

jadas donde acudir al banco es difícil y tienen más facilidades para acudir a las tiendas de conveniencia. Es una población que tiene miedo a los bancos, además, ya están familiarizados con el sistema que ha construido FEMSA como corresponsal bancario", dijo.

Clientes digitales

Las nuevas empresas de servicios financieros electrónicos, las llamadas Fintech, no serán una amenaza para el universo que atiende la banca en México, por lo menos en el corto plazo, destacó Alejandro Tapia, director de Análisis en la calificadora de deuda Fitch Ratings.

El especialista dijo que los nuevos jugadores atenderán un segmento descuidado por la banca.

La asociación Fintech México, destacó en un reciente reporte, que la mitad de las personas de más de 15 años no tienen un producto financiero formal, por lo que existe una ventana para la llegada de nuevos jugadores.

Tapia reconoció que los jugadores digitales aumentan su base de clientes con ecosistemas avanzados y atienden a los no bancarizados en el país; sin embargo, destacó que "el camino a la rentabilidad sostenida es menos seguro debido al enfoque de Fintech en personas más riesgosas".

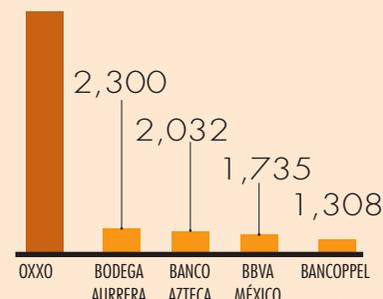
Lo anterior se refiere a que los nuevos jugadores atenderán seg-

Los nuevos jugadores

Viejos jugadores en el sector servicios ahora buscan participar en el negocio financiero de los bancos.

Oxxo vs bancos | NÚMERO DE SUCURSALES

21,615



FUENTE: FEMSA, WALMEX, CNBV

GRÁFICO EE

mentos que no tienen un historial crediticio.

Explicó que los grandes bancos ya entraron en la digitalización para enfrentar a la competencia en el mediano plazo y muchas de estas instituciones financieras siguen centrados en sus principales clientes.

"Esperamos que los jugadores digitales individuales no ganen más que un poco de cuota de mercado y de rentabilidad los próximos cinco años, pero la competencia se intensificará para los bancos", escribió el experto de la calificadora.

Cinco bancos mexicanos desarrollan sus bancos digitales, con el objetivo de no quedarse atrás frente a la llegada de nuevos jugadores digitales (fintechs y Sofipos) en el sector financiero que buscan atraer a un público que ha sido olvidado por la banca tradicional. Son Banorte, con Bineo; Afirme, con Billú; Banregio, con Hey; Santander, con Openbank, e Invex, con Now.

Billú y Now ya iniciaron operaciones. Mientras que Bineo, Hey y Openbank ya cuentan con autorización para operar de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV).

Gustavo Méndez, experto de Deloitte, explicó que el modelo de banca tradicional genera muchos costos por los diversos requisitos que solicita a sus clientes, así como la revisión de sus modelos de riesgo y de crédito.