



La primera es la empresa más valiosa de América Latina, y la segunda, la mayor financiera de la región:

MERCADOLIBRE SE ENCAMINA A UNA LUCHA CON NUBANK por el mundo fintech de América Latina

Ambas están haciendo grandes esfuerzos para crecer con productos financieros en México, un país que podría ser crucial si alguna de ellas logra abrirse paso en este enorme pero difícil mercado. También compiten cada vez más por los tecnologizados usuarios brasileños, y ambas están presentes en el mercado colombiano.

• DANIEL CANCEL, CRISTIANE LUCCHESI Y LEDA ALVIM (BLOOMBERG)

Será un choque entre dos gigantes de la región que determinará quién domina el sector financiero por los próximos años. Por un lado, el titán del comercio electrónico MercadoLibre Inc. y por el otro, el banco digital Nu Holdings Ltd. Los líderes de ambas empresas surgieron del mundillo de las *startups* latinoamericanas,

y ambos diplomáticamente descartan la idea de una lucha. A lo largo de los años, MercadoLibre ha acumulado información sobre las compras de decenas de millones de usuarios, datos que usa para ofrecer productos que van desde seguros a préstamos personales. Esto la sitúa en la misma órbita que Nubank, como se conoce a la fintech. Ambas están haciendo grandes esfuerzos para crecer con productos financieros en Mé-

xico, un país que podría ser crucial si alguna de ellas logra abrirse paso en este enorme pero difícil mercado. También compiten cada vez más por los tecnologizados usuarios brasileños, y ambas están presentes en el mercado colombiano. MercadoLibre se convirtió este año en la empresa listada en bolsa más valiosa de América Latina, con una capitalización de US\$94.000 millones. Nubank superó a Itaú

Unibanco Holding SA para convertirse en la mayor empresa financiera de la región, con un valor de mercado de US\$57.000 millones. A medida que acumulan más usuarios e influencia en el mercado, también atraen a nuevos usuarios al sistema bancario y elevan la oferta de servicios digitales.

“Debemos ser más rápidos que ellos para acelerar la transición digital”, afirma André Chaves, quien dirige la filial financiera de MercadoLibre, Mercado Pago, en Brasil, refiriéndose a Nubank. “Los estamos viendo como un punto de referencia, uno al que debemos superar en velocidad pero no necesariamente derrotar”.

Oswaldo Giménez, presidente de Mercado Pago, lo expresa de otra manera: “Podemos convertirnos en el mayor banco digital del mercado latinoamericano”.

La carrera entre Nubank y Mercado Pago “sigue virtualmente empatada”, con Nubank ostentando una ventaja sustancial en el crédito al consumo, mientras que MercadoLibre tiene un alcance mucho mayor entre pequeñas y medianas empresas y entrega más préstamos al consumo en su plataforma de comercio, dijo Sean Dunlop, analista sénior de renta variable de Morningstar.

“Es poco probable que tengamos un claro ganador en los próximos años, dadas las primeras etapas de crecimiento del mercado en Brasil y, en particular, en México”, dijo Dunlop.

El principal reto al que se enfrenta Merca-



do Pago es que "aún tiene que adquirir experiencia en suscripción, y la curva de aprendizaje será volátil dada la naturaleza arriesgada del crédito", afirmó Neha Agarwala, analista de HSBC.

El director ejecutivo de Nubank, David Vélez, ha mantenido que MercadoLibre se dirige a un segmento diferente del mercado. "La mayor diferencia es que nos hemos convertido en la cuenta bancaria principal de un gran porcentaje de nuestros clientes. No es el caso de Mercado Pago", dijo Vélez por correo electrónico. "Son un monedero de pago en el que dejas algo de efectivo y obtienes un crédito, no inviertes los ahorros de toda tu vida. Tiene su valor, pero es una estrategia fundamentalmente distinta".

Nubank ha dicho que la clave de su éxito ha sido su capacidad de usar datos sobre transacciones financieras para determinar quién merece una mayor línea de crédito o un nuevo producto como un plan de telefonía móvil. MercadoLibre cuenta con su plataforma minorista que utiliza para analizar 3.000 series de datos, información valiosa en lugares donde no es fácil obtener historiales crediticios.

Por ejemplo, la empresa ha descubierto que los usuarios de teléfonos móviles que

mantienen sus dispositivos completamente cargados pagan mejor sus deudas que los que dejan que sus barras de estado se pongan rojas. Giménez, de Mercado Pago, teoriza que se debe a que las personas más diligentes con su teléfono suelen ser las mismas que son responsables con sus finanzas.

"Estudiamos mucha información", dice. "Así se nos ocurren modelos diferentes a los de la industria tradicional".

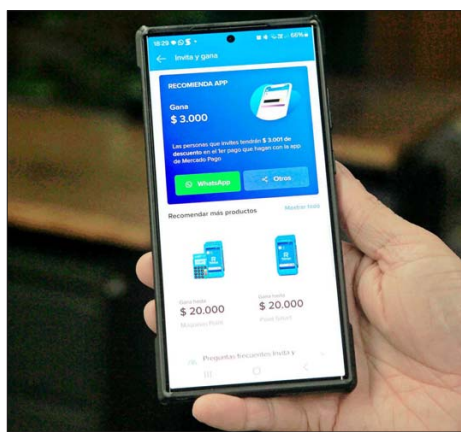
Si bien MercadoLibre opera en 18 países y Nubank solo en tres hasta ahora, Mercado Pago está aún en sus inicios como banco digital.

En el tercer trimestre tenía US\$8.000 millones en activos bajo gestión y 56 millones de clientes activos. Su cartera de

préstamos creció un 77% hasta los US\$6.000 millones en el tercer trimestre, y la parte correspondiente a tarjetas de crédito casi se triplicó respecto al año anterior, hasta los US\$2.300 millones.

En comparación, Nubank tenía casi 92 millones de clientes activos y US\$28.300 millones en depósitos, un 60% más que en el mismo trimestre de 2023. Su cartera de crédito se disparó cerca de un 50% en el período, hasta US\$21.000 millones.

En Brasil, donde Mercado Pago obtiene más del 50% de sus ingresos, compite cada



La carrera entre Nubank y Mercado Pago "sigue virtualmente empatada".

vez más con Nubank. En cuanto al tamaño de la cartera de tarjetas de crédito, Mercado Pago se encuentra hoy donde Nu estaba en 2020, según los analistas de Banco Itau BBA.

"Las tarjetas de crédito son la joya de la corona del panorama bancario brasileño", afirman los analistas en un informe. Añaden que sin una posición fuerte en este segmento, convertirse en el socio bancario de un cliente es prácticamente imposible.

En el negocio de adquisición en Brasil, que permite a los comerciantes cobrar a los clientes utilizando máquinas de tarjetas, Mercado Pago enfrenta competencia de empresas como Redecard de Itau, y de fintechs más pequeñas como StoneCo Ltd. y Pagseguro Digital Ltd. Ha aumentado su cuota de mercado al 7% desde el 1,5% en 2018, según analistas de Itau BBA, y ese crecimiento está impulsando tasas de rentabilidad que casi duplican las de sus rivales.

"Los números muestran que Mercado Pago está creciendo el volumen de transacciones de pago a un ritmo más rápido y con una mayor rentabilidad que no cae con el tiempo", dijo Pedro Leduc, analista de Itau BBA. "Eso significa que no necesitan pagar para conseguir cuota de mercado, y eso es muy potente".

En México, Nubank y Mercado Pago luchan frente a frente. Mercado Pago ofrece mayores tasas a las personas o empresas que dejan su dinero en sus cuentas, lo que da a la empresa acceso a financiación barata que Nubank y otras entidades ya tienen en la región.

Si bien Mercado Pago empezó más tarde en Brasil, en México puede tener una ventaja sobre Nubank gracias a los datos que maneja sobre millones de clientes y empresas de su plataforma de ventas. México es un mercado atractivo para las fintechs, ya que la población sigue siendo adicta al efectivo y solo alrededor del 20% de las personas tiene una tarjeta de crédito.