ESPECIAL BANCA 2026

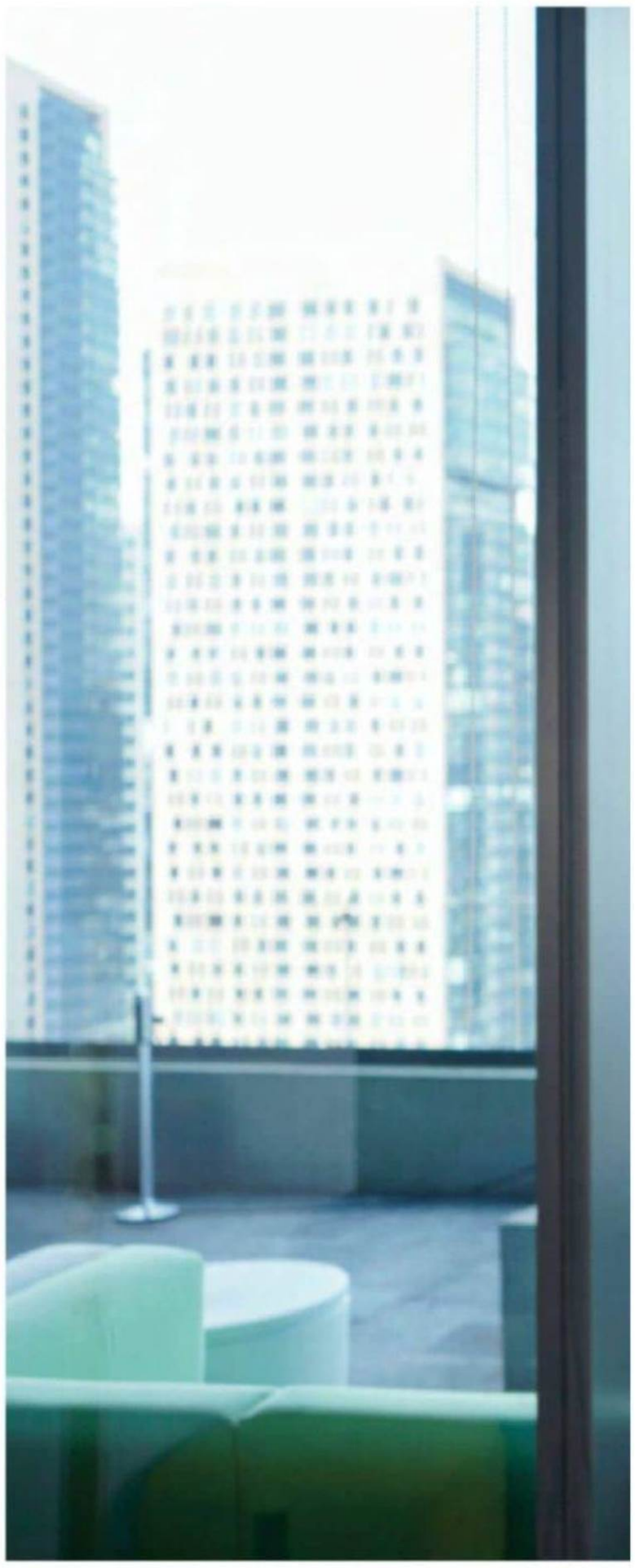
MERCADO PAGO

# EL GRAN BANCO NACIDO EN UNA APP

**Tras haber construido uno de los ecosistemas más amplios, Mercado Pago transita a banco en un 2026 donde buscará consolidar todos sus productos y ganar la siguiente batalla: la principalidad entre sus usuarios.**

Por **Roberto Noguez**

Foto: **© Luis M Leyva**



Para el director general de Mercado Pago en México, Pedro Rivas, la palabra 'banco' bien puede resumirse en confianza. Pero esto tiene un significado bidireccional para él: por una parte, que la gente tenga la certeza de que su dinero está seguro; y por el otro, que la institución financiera confíe en que le puede prestar dinero a una persona y va a pagar.

En septiembre de 2024, la fintech de Mercado Libre presentó oficialmente su solicitud para obtener una licencia bancaria ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), con el objetivo de transformarse en una Institución de Banca Múltiple y convertirse en el banco digital número uno del país.

La ambición de la compañía para los próximos años es grande. Pero para Rivas, el camino hacia ese objetivo no empieza con la licencia, sino con la relación que ya tienen con millones de usuarios y comercios en México.

"Somos muy comparables a muchas de las instituciones financieras que llevan mucho tiempo en el país", afirma en entrevista con EL CEO. El directivo explica que la empresa opera con dos grandes motores: uno enfocado en los individuos y otro en los comercios. En ambos, el crecimiento ha sido acelerado.

En el frente de pagos para negocios, Mercado Pago ya supera el millón de terminales activas mensuales en el país, frente a los 1.4 millones que suman todos los bancos juntos. En lo que toca a las personas, ha pasado de ser una aplicación para recargas y pagos básicos a convertirse en el "epicentro de su vida financiera", con clientes que ahora también tienen crédito y otros productos dentro del ecosistema.

## Un 2026 de consolidación

Pedro Rivas ve al 2026 como el año en el que ese ecosistema se consolide antes de la conversión formal en banco, que Mercado Pago pasa por un "momentum" y ahora



cuenta con un negocio mayor, muchos más usuarios y una penetración más amplia de los servicios financieros.

Y es que en los últimos dos o tres años, la empresa se enfocó en la construcción de un portafolio que le ha permitido un crecimiento acelerado y comenzó a profundizar su relación con los clientes. El objetivo ahora es aumentar la principalidad: que el usuario los vuelva el eje de su vida financiera.

El directivo explica que esto ya se refleja en el comportamiento de sus usuarios. Antes, muchos usaban su aplicación para una sola función; en la actualidad, esa misma persona puede tener crédito, ahorrar o pagar servicios.

## El banco digital más grande de México

La solicitud de licencia bancaria sigue en las manos de la CNBV. Pedro Rivas reconoce que se trata de un proceso que toma tiempo y el regulador tiene que asegurarse que va a autorizar a alguien con una operación rentable, sólida y segura.

"En todos esos sentidos nos sentimos muy cómodos de que cumplimos. Ahora, la transformación de lo que teníamos antes a lo que exige la norma bancaria, son cambios que tenemos que hacer, cimientos que tenemos que mover, un pilar puede que lo desplacemos un poco para la izquierda y un poco para la derecha, para cumplir con la norma bancaria", dice el director de Mercado Pago.

Sin embargo, destaca que este proceso avanza en buenos términos, hasta ahora, han tenido una buena respuesta por parte del regulador; no obstante, precisa que no se trata sólo de llegar al otorgamiento de la licencia, también al inicio de operaciones que vendrá una vez que la licencia esté otorgada.

Desde la perspectiva de Mercado Pago, el destino que buscan en México es convertirse en el banco digital número uno del país. La estrategia no se basa únicamente en marketing o tasas agresivas, sino en el producto. Donde el crecimiento venga más del boca en boca, de personas que recomiendan su aplicación porque obtuvieron ahí primera tarjeta, su primer crédito o una terminal para su negocio.

## Un mercado en expansión, no una guerra de suma cero

En México, la competencia en el sistema financiero se ha intensificado los últimos años. Desde la llegada de nuevos jugadores digitales, hasta los bancos tradicionales que buscan adaptarse a las nuevas tendencias. Sin embargo, Rivas no ve en el horizonte un escenario que sume cero.

Para el director de Mercado Pago, el entorno mexicano todavía está rezagado frente a lo que ocurrió en Europa o Asia, donde la digitalización financiera ya transformó el sistema; mientras que, en México, esa transición apenas empieza y el principal ganador será el usuario.

"Será interesante ver qué pasará en los siguientes años. Hay algunas compañías que se van a enfocar en algunos nichos; hay algunas otras que van a ir por un abanico un poco más amplio. Nosotros somos más de las segundas que las primeras; pero lo que puedo garantizar es que va a haber una evolución importante en los siguientes cinco años de esta industria y que Mercado Pago va a estar al frente". ○