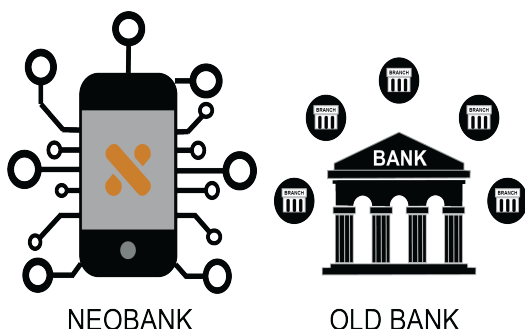


Neobancos: entre el crecimiento y la rentabilidad

Desde que aparecieron en escena los neobancos (entidades nacidas puramente digitales) han experimentado un notable crecimiento. Como muestran diversas estadísticas a escala internacional, muchos de estos nuevos proveedores han sabido ganar cuota de mercado. Sin embargo, crece la preocupación por su rentabilidad. En muchos casos, el crecimiento en el número de clientes no parece suficiente si no se logra trasladar a la rentabilidad.



Actualmente, se estima que los neobancos gestionan 1.000 millones de cuentas bancarias en todo el mundo. En Europa se contabilizan cerca de 98 neobancos activos actualmente. Algunos de ellos, muy relevantes a escala global, como es el caso de

N26 - valorado en la actualidad en 9.000 millones de dólares - Revolut - valorado en 33.000 millones de dólares - o Monzo - valorado en 4.500 millones de dólares. Estados Unidos cuenta con 61 neobancos, entre ellos Chime - valorado en 35.000 millones de dólares - Upgrade - valorado en 6.000 millones de dólares - o Current - valorado en 2.200 millones de dólares.



A pesar de que el número de neobancos haya crecido en los últimos dos años, solo unos pocos han alcanzado rentabilidad positiva. Un reciente estudio¹ ha concluido que de los 400 neobancos existentes en el mundo sólo el 5% tienen beneficios. Según el estudio, en Estados Unidos algunos de estos pierden hasta 140 dólares por cliente al año.

¹ The Future of Neobanking: How can Neobanks Unlock Profitable Growth? Simon-Kucher & Partners. Mayo 2022. <https://www.simon-kucher.com/en/resources/perspectives/future-neobanking-how-can-neobanks-unlock-profitable-growth>

La presión por obtener beneficios crece, lo que está llevando a muchas de estas entidades a reconsiderar su estrategia. Como algunos de sus fundadores reconocen, se encuentran en una encrucijada y precisan nuevas estrategias orientadas a la rentabilidad².



Algunos expertos apuntan a que la clave puede estar en ofrecer ofertas mediante el modelo de suscripción³. La forma en la que los neobancos pueden abordar esta transición, de servicios *freemium* (sin comisiones) a *premium* (pagar por servicios de calidad) debe centrarse en nuevas propuestas de valor, desterrando la idea de que atraer clientes a comisiones “cero” resulta sostenible en una industria financiera de márgenes altamente competitivos.

² Klarna CEO says fintech will focus less on growth and more on ‘short-term profitability. Financial Times. 27 mayo 2022.
<https://www.ft.com/content/b5b7d26c-2407-4845-8276-ef5da20f778a>

³ The Future of Neobanks – From Growth to Profitability? Tuum.
<https://tuumplatform.com/blog/the-future-of-neobanks-from-growth-to-profitability/>