



88 Convención Bancaria

Séptima edición



Los desafíos de la banca

- ✦ Crecen las mujeres en el sector
- ✦ Impacto en valores inmobiliarios



EDITORIAL

El reto de los bancos en México es cómo seguir haciendo crecer el crédito en un contexto de bajo crecimiento económico

Como un gran banquero decía: ¿qué es primero el huevo o la gallina? esto refiriéndose al crecimiento económico vs el crédito

Por supuesto la conclusión fue que el crecimiento económico sano impulsará la generación y distribución de más y mejor crédito para la población.

No obstante, el crédito ha venido creciendo en los últimos años siempre por arriba del producto interno bruto (pib) de México.

Los grandes números revelan de muchos, de la mayoría crecimiento a doble dígito vs la economía que desde antes del covid no crecía todo lo que se esperaba y obligaba a ajustar a la baja a crecimientos de menos del 3% vs lo que se requiere.

El pib es como la inversión en infraestructura, por cierto uno de los factores que limita el crecimiento económico y la atracción de capitales, esto es que se requiere 5% de inversión así también se requiere 5% de crecimiento del pib.

Pero en un año con factores externos e internos que limitan el crecimiento incluso para llegar al 1% el reto es cómo sobrevivir, mantener crecimiento sano y enfocarse a los nichos de oportunidad que cada banco identifica.

Y, con esto también contribuir a que México crezca, sus empresas, incluidas las pymes también y, por supuesto diversificar el crédito entre todos los bancos, pero atendiendo sus especialidades de cada uno.

Ahora a debate que si bajan tasas, que si las comisiones, lo cierto es que todo se presta a una gran concertación entre gobierno (autoridades especializadas en el sector financiero) y los propios bancos para lograr el mejor escenario: el de ganar ganar



VALOR COMERCIAL
AVALUOS

Liderazgo en Valuación Inmobiliaria

40 años de Experiencia
con Cobertura
Nacional

Trabajamos con los bancos más
importantes de México



CONTENIDO

Emilio Romano	 ASOCIACIÓN DE BANCOS DE MEXICO	5
Julio Carranza	 ASOCIACIÓN DE BANCOS DE MEXICO	7
Tonatiuh Rodríguez	 Banco Azteca	10
Eduardo Osuna	 BBVA	16
Julio Escandón	 BASE	22
Daniel Becker	 Mifel	28
Rodrigo Padilla	 BIM	38
Marco Ramírez	 BANORTE	44
Manuel Romo	 Banamex	48
Tomas Ehrenberg	 BXX+	52
Carlos López	 BanCoppel	57
Matías Nuñez	Openbank 	64
Los Valuadores	 UNIDOS GENERANDO VALOR  VALOR COMERCIAL AVALUOS  VAPROY  tinsa by Ficcum	70
Las Mujeres	Genworth   HIR Especialistas en Financiamiento Inmobiliario  Scotiabank  4S  BIM	76

A portrait of Emilio Romano Mussali, a middle-aged man with short brown hair and a friendly smile, wearing a dark blue suit jacket over a light blue button-down shirt. The background is white with several colored rectangular blocks: a grey block in the top left, a red block to the right of his head, a grey block below that, and a large red block in the bottom right corner.

EMILIO ROMANO MUSSALI

Presidente de la Asociación
de Bancos de México
(2025 -2027)

Presidente electo de la Asociación de Bancos de México (ABM)



Por Víctor M Ortíz Niño

Emilio Romano Mussali fue elegido en votación secreta, por los 51 bancos asociados, como Presidente de la Asociación de Bancos de México (ABM) para el periodo 2025 -2027; es de señalar que el proceso se realizó mediante voto libre y secreto, ante notario público.

Romano Mussali tiene una licenciatura en Derecho por la Escuela Libre de Derecho y recibió un diploma en Derecho Internacional en el Politécnico de la Ciudad de Londres, Reino Unido.

Desde 2014 es el director Ejecutivo y presidente del Consejo de Administración de Bank of America México; anteriormente de 2011 a 2013 se desempeñó en diversos cargos en Telemundo, filial de Comcast/NBCU, hasta llegar a ocupar la presidencia de la empresa.

También colaboró para la Secretaría de Hacienda y Crédito Público de México en varios puestos, incluyendo el de Procurador Fiscal Federal y director general de Política Fiscal, además fue el principal negociador de más de cincuenta tratados aduaneros y fiscales, además de asuntos aduaneros y fiscales que involucraban

Además, fue miembro del Consejo de Administración de la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA) y formó parte del Consejo de Administración de TAM Linhas Aéreas (NYSE: TAM). Hasta 2013, Emilio Romano fue presidente de Telemundo, 

**“Tengamos confianza
en México porque tiene
una gran potencialidad,
misma que tenemos
que sacar entre todos,
no solamente el
gobierno, los bancos,
las empresas o los
individuos; somos
todos”**

A portrait of Julio Carranza, a middle-aged man with grey hair, wearing a dark suit, light blue shirt, and patterned tie. He is resting his chin on his hand and looking towards the camera with a slight smile. The background is white with several red and light red rectangular blocks.

JULIO CARRANZA

Presidente de la Asociación
de Bancos de México
(2023 -2025)

La banca, parte de la solución económica



Por Víctor M Ortiz Niño

En la época de las crisis económicas, la banca era parte del problema, mientras que hoy es parte de la solución, porque está para ayudar y ser motor de la economía, ya que busca crear productos financieros para todo tipo y edad de la población, además de que tiene muchísimo interés de que las tasas bajen, porque el crédito barato, genera una gran oportunidad de inversión y de crecimiento, lo que le conviene al País, señaló Julio Carranza Bolívar presidente saliente de la Asociación de Bancos de México (ABM).

Es de recordar que el dirigente concluirá su periodo de liderazgo en mayo, por lo que lo entregará a Emilio Romano Mussali, durante la 88 Convención Bancaria en Vidanta Nuevo Nayarit-Vallarta, expresando que la mayor satisfacción que tuvo fue poder contribuir a que todos los bancos estén encaminados en la misma línea de ser una solución económica, además de poder hacer cambios internos que permitieron tener un mejor gobierno corporativo, con oficinas adecuadas, buen ambiente de trabajo y que todas las personas de la banca pudieran participar en la asociación.

Sobre el nivel de las tasas de interés, señaló que es un pendiente de nuestra economía, precisando que a veces la quieren adjudicar directamente a la

banca, pero la verdad es que es un reto de todos, porque son muchos aspectos que participan en ello, como son el nivel de inflación general, la tasa de referencia del encargado de la política monetaria, Banco de México (Banxico) y el crecimiento de la economía.

Detalló que cada banco tiene como costo de referencia para obtener sus recursos (fondeo), la tasa de Banxico, a la cual hay que adicionarle el riesgo generado por prestar a sus clientes, ya que cada persona o empresa, tiene uno que es muy diferente al del otro, porque depende de si la persona o empresa está o no en la economía formal, además de cómo maneja sus recursos.

Ejemplificó que en el caso de las personas que tienen un trabajo formal, es mucho más fácil saber, cuánto gana, sus gastos, si tiene excedentes que puede ahorrar y con ello si puede pedir préstamos, estableciendo su capacidad de pago; situación que no es tan sencilla para los que están en la informalidad.

En el caso de las empresas, señaló que no es lo mismo una empresa mediana o grande que tiene registros financieros y opera en la formalidad, que una pequeña empresa, por ejemplo, un tallercito o una fondita, que es informal y que en muchos casos no paga impuestos, por lo

que es mucho más difícil establecer claramente cuáles son sus ingresos y capacidad de pago.

Por ello, las tasas de interés, aún y dentro de un mismo banco, son más altas o más bajas, porque van atendiendo a diferentes individuos o empresas, las cuales tienen un riesgo diferente

Detalló que en los últimos seis años la inversión en capital de la banca ha crecido 70 por ciento y casi llega a 1.7 billones de pesos, empleados en tecnología, mejorar productos, la digitalización y la seguridad, todo ello con el propósito de mejorar el servicio a los clientes y abaratar costos. Como resultado se cuenta con una infraestructura importante, donde atiende a millones de clientes, evolucionando también del mundo físico al mundo digital.

El ejecutivo señaló que es muy probable que en el futuro convivan la banca tradicional con los neobancos y la banca digital, aunque el crecimiento será más en la parte no física, como lo señala el que las transacciones en las sucursales siguen siendo las mismas que hace 10 años.

“Tengamos confianza en México porque tiene una gran potencialidad, misma que tenemos que sacar entre todos, no solamente el gobierno, los bancos, las empresas o los individuos, somos todos”.

“La única manera de que a México le vaya bien, es agarrándonos todos del brazo y yendo hacia adelante, tenemos que quitarnos ese sello de que no podemos trabajar en conjunto. Es la única manera en que nos va a venir a ir bien a nuestro país y a nosotros mismos”, estableció Carranza Bolívar. 



“En estos momentos difíciles, seamos optimistas en México, es momento de cerrar filas, de sentirnos orgullosos de lo que somos, de sentirnos orgullosos de nuestro país, de trabajar con nuestro país”.-



**TONATIUH
RODRÍGUEZ**

Director General de Banco Azteca
y Azteca servicios financieros

Apuesta Banco Azteca al crecimiento como “banca cercana”

 Por Mariel Zúñiga

“**Y**a somos uno de los 10 bancos más importantes del país y queremos llegar más lejos”, afirmó el Director general del Banco y de Azteca servicios financieros

“El crecimiento tiene que ver con una banca cercana. O sea, a lo mejor a diferencia, hablábamos de los neobancos. En donde casi, casi ni te ven. Están tomando un riesgo, déjame decirlo así... de un modelo, de un algoritmo que está tomando un riesgo o no de prestar dinero.

“Aquí no lo hacemos. Tener la capacidad de otorgar un préstamo a una persona que no puede comprobar ingresos regulares requiere conocer el ingreso. Eso no pasa por un algoritmo. No pasa por un conocimiento, por un contacto, por conocer esa persona, por entenderla”.

Explicó que ante la necesidad de éste cliente de ser resiliente, el estar cerca les da la posibilidad de no detener su actividad crítica y a él le da la posibilidad de contar con ese préstamo que a veces es indispensable para una condición de emergencia o para mantener funcionando su negocio, expandirlo o atender necesidades de educación, etc.

Ese es el modelo de banca cercana, “banca de la gente”.

Así contó, tienen alrededor de 27 millones de clientes entre ellos los

llamados informales que pueden representar hasta un 60% del total

“2024 año histórico; ahora a continuar la expansión”

“Venimos de cerrar un año histórico”, dijo y afirmó que en el 2024 creció la aplicación y se mantuvo un banco bien capitalizado. Sano y con cartera en cumplimiento.

“Eso nos hace pensar que podemos continuar expandiéndonos de manera importante. Somos muy ambiciosos y tenemos metas muy ambiciosas. Ya somos uno de los 10 bancos más importantes del país y queremos llegar más lejos.

“Vemos muchas oportunidades. Creemos que tenemos la mejor banca digital del país. Y, por lo tanto, estamos desafiados por la competencia que nos gusta. Somos promotores de la competencia y estamos preparados digitalmente para el México que viene con infraestructura, con seguridad física y digital para proveer lo que la gente busca en el banco: certeza”.

Certeza que su dinero está preservado, guardado y crece. Entonces, tenemos los productos, estamos atendiendo a los diferentes segmentos que requieren de apoyo en este proceso de ingreso al sector financiero. Entonces, me parece que, independientemente del contexto,

que es relevante, pero para nosotros sentimos que hay mucho espacio para que Banco Azteca siga creciendo como lo ha hecho en los últimos años.

Así lo vemos, así lo percibimos, por supuesto estamos trabajando para que así se haga.

Pues ya hasta me contestaste la siguiente, que son las fortalezas. Porque me estás hablando, y esto habla de mucha inversión.

La inversión del banco incluye la ciberseguridad.

“...los servicios financieros son servicios basados en la confianza. Y la confianza, como dicen, es muy difícil ganarla y es muy fácil perderla.

“No podemos escatimar esfuerzos intelectuales, por supuesto, pero económicos, para proteger la confianza de nuestros clientes. Es nuestro activo más valioso, punto: La confianza”.

“Guardadito amigo” para migrantes y crece segmento mujeres

Con la cuenta “guardadito amigo”, atiende al sector migrante: al que está

en tránsito; el que atraviesa el país y la variante del refugiado. El que migra a México.

Explicó que sus productos requieren el manejo de varios idiomas, además de asistencia legal, asistencia médica y apoyo psicológico.

Esta cuenta apoya al migrante, pero también a su familia.

“¿Por qué el tema del migrante? Porque de repente nuestras sucursales, sobre todo del sur, se llenaban de muchos migrantes esperando el envío de dinero que les mandaban a sus padres de origen para ayudarlos. Entonces, de repente se da mucha gente formada, y en el sol, y entonces de ahí surge la preocupación”.

Por otra parte, en el Banco el 50% de sus clientes son mujeres. Así también crecen los productos enfocados a ellas.

“También ahí hay asistencias que tienen una visión diferente. Usualmente, a lo mejor la mujer no se incluye en un acuerdo de nómina, pero sí necesita un acuerdo que no tenga saldos promedios muy elevados”, precisó. 



Especialistas en
Financiamiento
Inmobiliario



Sé parte de la **comunidad**
de **brokers** de HIR Casa 

Con nuestro
financiamiento inmobiliario
hacemos realidad el
sueño de tu cliente.

Acércate al canal broker HIR:

María Martínez

56 1051 4998

mmartinez@hircasa.com.mx



Hacia un modelo figital



Por Víctor M Ortiz Niño



siguen manejando mucho efectivo, lo que se une a que alrededor del 60 por ciento de nuestras operaciones, son vía digital, señaló Francisco Tonatiah Rodríguez Gómez, director general de Banco Azteca y Azteca servicios financieros.

“Nosotros creemos que hay que adoptar lo mejor de los dos mundos, la banca tradicional tiene mucho que aprender y adoptar de los neobancos, pero ellos también necesitan de la presencia de la banca tradicional ya que necesitan a alguien que les transforme un billete, en un recurso digital.

“Además está el tema de la asesoría personalizada, aunque también se puede llevar a través de medios remotos, sigue siendo importante la presencia que da confianza al cliente. Entonces, nosotros creemos en este modelo figital, mismo que poco a poco se va haciendo más

En Banco Azteca creemos en un modelo que referimos como figital, es decir físico y digital, porque en los servicios financieros no todo puede ser 100 por ciento digital o 100 por ciento analógico, además de que en nuestro caso los clientes

digital”, expresó el directivo.

También señaló que el ADN de su banco, y por supuesto la visión de su accionista Ricardo Salinas, es la inclusión financiera, con una visión mucho más amplia, más ambiciosa, porque es una herramienta para dar libertad económica y con ella generar prosperidad a los clientes, mismos que se hacen recurrentes y aumentan la base de los mismos. De esta forma, no se trata sólo de decir, ya les dimos una tarjeta de débito a las personas y les abrimos una cuenta, sino se trata de dar efectivamente acceso a servicios financieros.

Agregó que han sido muy ambiciosos en la educación, a fin de explicar y generar entendimiento, en el trato personal, para que la persona utilice de manera responsable y responsable su préstamo, empezando a evolucionar hacia el uso de los seguros, micro seguros y por supuesto al tema de la AFORE.

Sobre el entorno que se tendrá en 2025, consideró que es un año complejo y complicado, porque como país estamos enfrentando un entorno difícil a nivel internacional e interno, debido a que, llegada de Donald Trump a la presidencia de los Estados Unidos, mismo que está desafiando al sector exportador mexicano y a la llegada de inversiones de empresas a México, que veían como una posibilidad, no solo el mercado local, sino fundamentalmente el mercado de Norteamérica.

Ante ello, señaló que la actividad económica se va cuando menos a detener y con ello la actividad

crediticia se frena, como fue con el COVID, periodo en donde algunos bancos dejaron de prestar o tuvieron que ser más cautelosos porque el incumplimiento crecía.

El ejecutivo manifestó que curiosamente Banco Azteca, tiene una perspectiva diferente porque es un banco muy resiliente a las épocas de disminución, crecimiento, estancamiento o recesión económica, porque muchos de sus clientes trabajan en el sector informa o sector no asalariado, los cuales tienen que salir a trabajar bajo cualquier circunstancia, por lo que Azteca mantiene su actividad y da buenos resultados financieros.

“En estos momentos difíciles, seamos optimistas en México, es momento de cerrar filas, de sentirnos orgullosos de lo que somos, de sentirnos orgullosos de nuestro país, de trabajar con nuestro país, podemos tener muchas diferencias, pero estoy seguro que también tenemos muchas coincidencias”.

“Banco Azteca es un banco mexicano, que no nos vamos a ir a ninguna parte, que trabajamos para los mexicanos, que nos da orgullo nuestros barrios, nuestros pueblos, nuestra comida, nuestros olores, nuestros sabores, que estamos trabajando para procurar y dar libertad económica, que es indispensable en este bonito ejercicio de ser personas libres”, expresó Tonatiuh Rodríguez. 

The BBVA logo is displayed in a bold, blue, sans-serif font. The letters 'B' and 'V' are connected, and the 'A' has a distinctive shape with a pointed top. The logo is positioned in the upper right quadrant of the page against a light blue background.

**“ En concreto,
seguiremos siendo un
aliado estratégico del
gobierno, las empresas y
las familias para crecer
juntos mediante el sano
otorgamiento del
crédito”**

A portrait of Eduardo Osuna, the General Director of BBVA. He is a middle-aged man with dark hair, wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt. He is seated and looking slightly to the right of the camera. His hands are clasped in front of him, and he is wearing a watch and a ring. The background is white with blue geometric shapes.

**EDUARDO
OSUNA**

Director general de BBVA.

BBVA listo para acompañar al gobierno en proyectos que detonen crecimiento.- Osuna



Por Mariel Zúñiga

Con el Plan México apuesta a detonar el crecimiento y movilizar el financiamiento a proyectos estratégicos vinculados con al nearshoring

La banca está lista para acompañar al gobierno en la ejecución del Plan México, que representa una hoja de ruta para detonar inversión, infraestructura, desarrollo de proveedores y fortalecimiento de las pymes, así afirmó Eduardo Osuna Osuna, director general de BBVA.

Precisó que así también se promueve el aumento del contenido nacional en las exportaciones hacia Estados Unidos lo que disminuirá el arancel promedio efectivo.

“Estamos preparados para movilizar financiamiento hacia proyectos estratégicos vinculados al nearshoring, apoyar a las empresas en su crecimiento y facilitar el acceso al crédito para los hogares. El sistema financiero mexicano llega a este año con una solidez inédita: altos niveles de capitalización, crecimiento sostenido en el crédito y un entorno regulatorio robusto, a la altura de los más estrictos estándares internacionales”.

Apuntó que la banca se ha consolidado como un motor clave para el desarrollo y crecimiento económico del país, porque no solo lo acompaña, lo potencia.

“El objetivo en los próximos años es

trabajar de la mano con los distintos actores económicos para posicionar a México como un destino sólido, confiable y competitivo para la inversión”.

Afirmó que el crecimiento del crédito afectado por los cambios en la política comercia de los EU tanto en el corto plazo, como resultado de la volatilidad de los mercados financieros, así como a mediano plazo, dependiendo de sus efectos sobre la actividad económica en su conjunto. En todo caso, prevemos que la calidad de la cartera se mantenga ya que la originación crediticia se hace con altos estándares de riesgos.

En tiempos complejos, siempre hay oportunidades, aseveró el banquero.

“Claramente estamos ante una etapa de desaceleración económica y vamos a tener un año de bajo crecimiento porque necesitamos impulsar con mayor fuerza la inversión, recordemos que el inversionista ante la falta de reglas claras actúa de manera racional. Debemos resolver importantes cuellos de botella, generar certidumbre para la inversión y mantener una estrecha colaboración entre banca comercial y banca de desarrollo para reducir riesgos y promover inversiones estratégicas en sectores clave como infraestructura, energía y turismo.

“Es deseable que a través de la consolidación del Plan México se logren concretar proyectos y se establezcan reglas claras de su operación de cara a los inversionistas, con la finalidad de que se atiendan los retos en estas materias que representa una gran oportunidad en términos de generación de inversión. Hay mucho trabajo que hacer de manera conjunta entre la industria, el gobierno y la banca para que estos proyectos lleguen a buen puerto y tengan la solidez para incentivar un mayor otorgamiento de crédito”.

Estrategias para la bancarización de pymes vs la informalidad

La estrategia para incorporar al sector informal pasa por digitalizar la economía desde sus bases. Esto implica ofrecer soluciones tecnológicas fáciles de usar, como pagos digitales obligatorios en programas sociales y terminales sencillas para pequeños comercios.

“En BBVA México estamos haciendo un trabajo muy intenso de bancarización de las pequeñas y medianas empresas, conscientes de que éstas son grandes generadoras de empleo y desarrollo económico. Al integrarlas, no solo formalizamos las actividades financieras de la empresa, sino que impulsamos la transparencia, la eficiencia y la inclusión financiera de sus propios colaboradores.

“Nosotros nos hemos puesto como meta ser el ‘banco de las pymes’. De acuerdo con el Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas

del INEGI, existen en México más de 5.4 millones de pymes, de las cuales se estima que solo el 30% están bancarizadas. Al cierre de 2024, el 54% de este porcentaje (más de 930 mil) tiene con BBVA México al menos un producto financiero.

“Una de las iniciativas que hemos implementado es ‘Banco de Barrio’ donde estamos acompañando a los micronegocios y pymes que se encuentran alrededor de las sucursales. Este proyecto nació en 2020 y a la fecha ha incorporado a más de 402 negocios en este rubro, y uno de los ejes más relevantes es el enrolamiento de nómina de los trabajadores que se encuentran en estos comercios, sumando 1.1 millones de nuevos nominados”.

Oferta digital para atender a la población no bancarizada

El directivo de BBVA afirmó que la oferta digital es la estrategia para captar a la población no bancarizada, y además con “profundo entendimiento local”.

“Debe ser flexible, amigable y sencilla, diseñada específicamente para usuarios que no han tenido contacto previo con el sistema financiero. Será indispensable enfocarse en microcréditos, pagos digitales y cuentas sencillas que permitan a los usuarios mejorar su calidad de vida con seguridad y confianza.

“Pero además, para que la bancarización realmente escale, es necesario incentivar la digitalización de la economía en su conjunto. Mientras

más flujos económicos se digitalicen, mayores serán las oportunidades de integrar a más personas al sistema financiero formal. En este esfuerzo, la participación del gobierno es fundamental: se requieren políticas públicas e incentivos que impulsen el uso de medios de pago digitales, reduzcan la dependencia del efectivo y fomenten entornos más accesibles, eficientes y seguros para todos. Digitalizar la economía es crear las condiciones para que la inclusión financiera sea sostenible, escalable y significativa”.

Precisó que BBVA México muestra gran compromiso con la bancarización y la inclusión financiera. Citó que en 2024 colocaron 2.4 millones de nuevas tarjetas de crédito, de éstas, más de 540 mil fueron otorgadas a personas sin referencias bancarias.

Además realizan han movilizado más de 73,962 millones de pesos para ofrecer productos de financiamiento a emprendedores, micronegocios, mujeres y jóvenes.

La banca del futuro en la transformación digital

“La banca del futuro tiene que seguir en la línea de la transformación digital. El uso de la tecnología nos ha demostrado que está ligado a la evolución de cualquier industria, también debe ser cercana y accesible para todos; es decir elevar los niveles de bancarización de personas físicas y morales.

“Las instituciones financieras tenemos que integrarnos con la tecnología,

aprovechando la inteligencia artificial y el análisis de datos para ofrecer servicios personalizados y eficientes. Esta evolución implica un correcto balance entre la banca tradicional y los canales digitales, pero con presencia estratégica para acompañar al cliente cuando lo necesite. El objetivo es claro: una banca más inclusiva, segura y conectada”.

Externó los buenos resultados de la digitalización: al cierre del 2024 alcanzaron 24.7 millones de usuarios de la app, que representan el 76.2% de la base total y que operan con el banco solamente en sus dispositivos móviles para gestionar sus operaciones financieras.

“Esta estrategia digital nos ha permitido reforzar el acceso a los servicios financieros y fomenta una mayor inclusión bancaria en el país. El 77% de las ventas totales que genera el banco se realizan en los canales digitales y en lo que se refiere a las transacciones financieras durante el 2024 sumaron más de 4,192 millones, 17.2% más que en 2023”.

Las fortalezas de BBVA

“En BBVA México hemos construido nuestra historia basada en dos pilares fundamentales: la inversión y la innovación tecnológica aplicada tanto en los modelos de distribución como en la estrategia comercial y por esa razón hemos crecido tanto la base de clientes totales, hoy contamos con más de 32 millones.

“Decidimos hace varios años

convertirnos en un banco digital, con una oferta de valor en la que el cliente tuviera un equilibrio entre el entorno digital sin dejar de tener presencia en el mundo físico. Somos una institución financiera que estamos llegando a diferentes segmentos de la población tanto en personas físicas como personas morales y vemos espacio para seguir creciendo sin lugar a dudas en el país y además para contribuir a que el mercado se siga haciendo más grande y que todos tengan espacios de crecimiento que fortalezca al sistema financiero”.

El futuro a cinco años

El banquero precisó que una de las ventajas de ser un banco con las capacidades de BBVA México es trabajar constantemente en ofrecer un amplio portafolio de productos y servicios para adecuarse a las necesidades de personas y empresas.

“Ponemos en el centro de todos nuestros objetivos a los clientes, y atendemos sus necesidades para generar oportunidades que les ayuden a consolidar su patrimonio. En los próximos años nos seguiremos manejando con el compromiso y la solidez que nos permite afrontar los retos.

“Continuaremos consolidando la oferta de valor única que nos caracteriza en canales digitales, apalancados siempre de la innovación tecnológica y en la infraestructura física. Haremos énfasis en la relevancia de la sostenibilidad como eje rector en la relación con la sociedad y los clientes. En concreto, seguiremos siendo un aliado estratégico del gobierno, las empresas y las familias para crecer juntos mediante el sano otorgamiento del crédito, desarrollando soluciones que fortalezcan la disminución del uso de efectivo y retribuyendo a la sociedad lo mucho que nos da a través de nuestra Fundación”. 

VAPROY

VALUACIÓN DE PROYECTOS VAPROY, S.A. DE C.V.

NUESTRAS ESPECIALIDADES



Inmobiliario



Agropecuario



Industrial



Negocios en marcha



Obras de Arte



Maquinaria y Equipo



Aeronaves



Embarcaciones



Joyas

NUESTROS SERVICIOS



Avalúo



Estudio de valor
por posicionamiento



Estimación de valor
por posicionamiento



Opinión de valor



Verificación de
garantía



Levantamiento
topográfico



Levantamiento
arquitectónico



Dictamen técnico



Verificación de
avance de inversión



Evaluación de proyecto
de inversión

SERVICIOS CON COBERTURA NACIONAL

CLIENTES

BBVA
BX+
HSBC

SANTANDER
BANORTE
FOVISSTE

INFONAVIT
ACTINVER
ALSIS

Dirección: Av. Insurgentes Sur No. 1802, piso 2, Colonia Florida,
C.P. 01030, Delegación Alvaro Obregón, Ciudad de México

55-5559-1861 55-5559-1159

www.vaproy.com

vaproy_  

"El reto principal a que nos enfrentamos este año, es invertir correctamente en tecnología para que se vea reflejado en crecimiento y trasladado para el cliente, porque la tecnología avanza muy rápido y si no son estratégicas, son inversiones que no sirven para nada"

A portrait of Julio Escandón, a middle-aged man with grey hair, wearing a dark suit, white shirt, and a patterned yellow tie. He is smiling and has his arms crossed.

JULIO ESCANDÓN

Director General de Grupo
Financiero BASE

Banco Base es un “banco con corazón”



Por Mariel Zúñiga

Invertirá en tecnología 2mil millones y estrecha alianzas con Fintech y Sofomes

Como se los dijo una Consejera española: “Es un banco con corazón” y esto define su flexibilidad y cultura interna que lo hace “un banco humano”, afirmó Julio Escandón director de Banco Base.

“Somos muy flexibles. Cumplimos con la regulación, pero entendemos al cliente. Lo escuchamos y hacemos trajes a la medida”, reiteró:

El menor crecimiento no obstante, ofrece oportunidades para bancos con comercio exterior

Pese al menor crecimiento económico previsto para México y también el difícil entorno para Estados Unidos, hay oportunidades para la banca, afirmó el directivo.

Señaló que pese a la reducción del crecimiento del PIB, el crédito se ajustará pero no al mismo nivel.

“La coyuntura económica norteamericana con crecimiento del 2% es benéfica para México y sobre todo para bancos con comercio exterior”, dijo.

Confío en que continuará tendencia a la baja de tasas de interés por Banxico y la contención de la inflación en un contexto no de recesión sería para México con crecimiento del 0.5%, pero

con nichos de oportunidad donde la banca se siente cómoda en seguir prestando.

“Esperamos junto con la baja de tasas ahora que se establezcan las reglas del juego con más claridad a nivel internacional y seguro se detonará una oleada de inversión extranjera en México.

“México tiene condiciones para recibir Inversión Extranjera Directa de la mano con el crecimiento del crédito”, afirmó.

Segmentos favorecidos:

El automotriz sin duda tuvo un boom importante ahora, por coyuntura enfrenta el tema arancelario, “pero ya con reglas claras y que haya negociación más frontal respecto al TMEC será una industria primordial para exportaciones de México y de todos los proveedores del sector”, afirmó.

Otro sector dinámico, señaló, es el electrodoméstico que genera mucha materia prima y procesada para EU, “mientras cumpla con oportunidades el TMEC lo favorecerá”

Otro sector es el aeroespacial y minero, “pues el oro viene repuntando como refugio de inversionistas!
Y también escucho del sector

agropecuario , pues existe esta dependencia de EU de México... Lo vimos en el covid se fortalecieron cadenas productivas del sector.

“En el tema alimentario cuidado y hay oportunidades. Y más del 80% de empresas cumplen con requerimientos del TMEC. Hay que ver cómo quedan esas revisiones, para no tener asimetrías”

Condiciones para crecer el crédito

La primera es la infraestructura necesaria para empresas nacionales y extranjeras; esto puede generar empleo y que proveedores disipen sus dudas.

“La falta de confianza se centra en falta de infraestructura”

Ahora que sobre dudas de la reforma al poder judicial, es más curiosidad por quiénes serán los magistrados, etc, más que desconfianza, afirmó

Digitalización e inversión en tecnología
“Los bancos invierten mucho en tecnología, en ciberseguridad. México compite por IED y la banca compite por dar mejores soluciones con seguridad para los usuarios”.

En los últimos años los números reflejan esta preferencia de los clientes; hemos crecido 35% en volumen operado; 20% en divisas; las utilidades crecieron 35% es récord del sistema bancario

“¿Cómo nos vemos en cinco años? Con el mismo servicio y mejores productos. Primero haremos una inversión en

tecnología por 2 mil millones de pesos. Este 2025 comenzamos con \$400 en tecnología

“Principalmente visualizamos como open banking, ofrecer servicio de divisas en plataformas digitales: sofomes, Fintech, que no se dedican a lo nuestro con conexión tecnológica (API), podemos ofrecer el servicio de divisas”, anticipó.

Así, anticipó que para ello la importante inversión y que ya están en la nube (la CNBy V autorizó ya una parte) lo que les dará mucha flexibilidad para tener alcance con los clientes que no necesariamente abrirán cuenta en el banco (incluso se les puede atender mediante alianzas con empresas internacionales)

Combate a la informalidad, medida indispensable

El banquero coincidió en que al igual que lo considera el gobierno federal, la informalidad es un gran reto.

“La informalidad se enfrenta con buena oferta de empleo para que supere lo que la persona recibe a través de informalidad. No solo monetaria sino con condiciones laborales que le acomoden a la persona.

“Para tener efectos positivos para ingresos fiscales. Es ganar ganar para todos. Es el camino correcto. Hay mucho que hacer. Es tema del gobierno federal, del sector privado y todos los gobiernos”, advirtió. 

Transformar los retos en oportunidades

 Por Víctor M Ortiz Niño



En el presente año, la volatilidad financiera va a continuar por diversos aspectos geopolíticos y las acciones realizadas por Donald Trump como presidente de Estados Unidos, por lo que consideramos que se deben transformar los retos en oportunidades, además de transformar la volatilidad cambiaria a certidumbre a través de coberturas, hacer pagos en el momento oportuno y tener una asesoría adecuada, señaló Julio Escandón. Director general de Grupo Financiero BASE.

“Nos hemos enfocado en los últimos años en soluciones ágiles, simples y sencillas para nuestros clientes, no queremos complicarle la vida al cliente, al contrario, buscamos facilitarle la vida, para que se dedique a lo que tiene que hacer, manufactura, producción, extracción, etc., mientras nosotros nos encargamos de la parte financiera, sobre todo en la parte de la volatilidad cambiaria que afecta mucho a las empresas”, explicó el diligente.

Adicionó que su empresa busca la inclusión financiera en todo tamaño

de empresas, a través de coberturas del tipo de cambio, que hace años se consideraban instrumentos complicados, difíciles de entender, mientras que actualmente se reflexiona, como si se tuviera un seguro de vida o de gastos médicos.

Otro aspecto que señaló es que mantiene la filosofía de mejorar con los clientes, los tiempos de operación, por lo que a una empresa que llega del extranjero se le puede abrir una cuenta en dos días o menos, lo que representa un buen apoyo, porque para tramitar su operación como Sociedad Anónima, Civil o pagar a un notario va a requerir de una transferencia internacional.

El ejecutivo precisó que realizarán una inversión de dos mil millones de pesos en los próximos cinco años para reforzar y renovar tecnología, con la correspondiente a punta de lanza, la cual se deberá ver reflejada en la estrategia de open Banking, la cual desarrolla una infraestructura híbrida que combine la banca electrónica con un servicio de asesoría personalizada, asegurando una experiencia más ágil, eficiente y adaptada a las necesidades de los clientes.

De esta forma, para lograr su objetivo de ser líderes en transferencias internacionales y financiamiento especializado, para las empresas de comercio exterior, se basará en tres pilares: agilidad organizacional, tecnología financiera para hacer Open Banking y la excelencia omnicanal, para que los asesores se complementen con la plataforma tecnológica.

“El reto principal a que nos enfrentamos este año, es invertir correctamente en tecnología para que se vea reflejado en crecimiento y trasladado para el cliente, porque la tecnología avanza muy rápido y si no son estratégicas, son inversiones que no sirven para nada”.

“Asimismo las oportunidades que se visualizan son el crecimiento que se presentará en operaciones de divisas y derivados a pesar de que se estima un menor crecimiento en el Producto Interno Bruto (PIB) y en exportaciones, por ello debemos ser ágiles y debemos adaptarnos a las circunstancias de forma muy rápida, para captar el volumen de operaciones”, señaló Julio Escandón. 

SADASI
DONDE
QUIERES VIVIR



www.sadasi.com

Tecámac
ESTADO DE MÉXICO
Casa Modelo Fresno

"Tengamos confianza en que a pesar de que hoy estamos pasando por un bache derivado de las nuevas tendencias que están sucediendo en el mundo por esta guerra arancelaria, México ha vivido estas y otras peores y ¡ha salido adelante!".



**DANIEL
BECKER**

Presidente del Consejo y
director general, Grupo
Financiero Mifel.

Mifel banco como terreno fértil para la industria inmobiliaria



Por Mariel Zúñiga

Detonarán el crédito hipotecario y propone hipoteca 100% digital sin notarios

Un banco del tamaño de Mifel con más de 15 mil millones de pesos de capital, que toma decisiones rápidas, es terreno fértil para detonar una hipoteca 100 por ciento digital e impulsar a toda la industria inmobiliaria.

“Es un segmento que tienen un efecto multiplicador en la cantidad de financiamiento y pues los bancos que estamos metidos en esto, tenemos que empujar inteligentemente.

“Los segmentos que están moviéndose de forma mucho más acelerada son aquellas viviendas, -que ya hay pocas- en el orden entre tres y seis millones de pesos. Lo residencial se ha se ha se ha disminuido”, precisó Daniel Becker Feldman, presidente y director general de Banca Mifel.

Además aseveró que el gobierno y banca son un binomio que pueden impulsar un programa para darle casa a la mayoría de los mexicanos. “Esto es una política pública en conjunto con la banca para poder llegar a más a más mexicanos”, dijo..

Explicó que ha habido poco dinamismo y que la reducción de las tasas va a darle una dinámica distinta.

“Seguimos muy activos en todo lo que es vivienda que salen ya a la venta

entre tres y seis millones de pesos. Mientras que no cambie la dinámica del mercado, pues es ahí donde nos queremos concentrar. Donde hay ahorita mayor demanda, se han bajado las tasas, la tasa de diez años, está ahorita el swap en 8/20”.

México, país desarrollado que requiere hipoteca 100% digital

El banquero afirmó que en términos de competencia en la parte hipotecaria México está como casi cualquier país desarrollado.

Todavía se pueden conseguir tasas a un dígito, a pesar de todo lo que está pasando, dijo.

“Un ejemplo de lo que se ha hecho bien en México es todo lo que se ha hecho con el sector hipotecario, habría que ver, cómo funciona el tema del infonavit, con su constructora. El Fovissste también nos interesa profundizar con ellos; el Fovissste para Todos.

“Hay buenas expectativas hacia adelante, en la medida en que tengamos una desaceleración muy grande en la economía”.

Hipoteca digital

El banquero calculó que a finales del

año ya pueden lanzar la hipoteca digital.

“La hipoteca digital tienes un tema que también habría que resolverlo, al final acaba siempre en el notario. ¿Y si eliminamos a los notarios de la fórmula y hacemos una cosa distinta como en otros países?”.

“Acabo de estar la semana pasada en un país asiático, no existen los notarios. Hay un registro público de la propiedad perfectamente digitalizado con blockchain donde ahí haces las transacciones”.

Consideró que hay una buena oportunidad de revisar cuál es el valor agregado que aportan los notarios .

“Hay una oportunidad de revisar la política pública y banca si podemos y no solo eso si podemos disminuir la importancia del notariado y además que ese dinero que gasta el cliente en el notario se lo acreditemos al cliente como parte de una disminución de su costo de hipoteca. Invito a todos mis colegas a pensar afuera de la caja”.

Propondrá al nuevo Presidente de la ABM crear una mesa de trabajo que traiga las mejores prácticas del mundo para tratar de que la gran mayoría de los mexicanos tengan su casa.

Platicó que la plataforma digital de Mifel paga 10%, no cobra comisiones y permite invertir hasta 500 mil pesos.

“Te sorprenderías la cantidad de meseros que tenemos ahí. Tienen dinero y podrían dar el enganche de su casa”.

Informales, una oportunidad

“Siempre y cuando las reglas del juego estén para ellos. O sea, siempre y cuando regulatoriamente creemos medidas, junto con el regulador, de que podemos acreditar a informales o semi informales. Por ejemplo, nosotros atendemos en terminales punto de venta a mil cuatrocientos cincuenta y tres restaurantes y hemos hecho a través de análisis de datos que podríamos acreditar estos 1, 453 mil restaurantes tienen alrededor de cuatrocientos cincuenta mil meseros, propineros.

“Hemos hecho un análisis que podríamos acreditar alrededor de entre 70 mil propineros con sus propinas pero están en un régimen que no nos permite. Entonces creo que otra oportunidad en esta administración es encontrar regulaciones que no pongan en riesgo el ahorro de los mexicanos pero que sí permita a estas personas que han comprobado que tienen flujo pero que no están perfectamente este incorporadas a la economía formal, yo creo que ahí hay una oportunidad pero siempre cuando existe la la regulación con la regulación adecuada”, precisó.

Debilidades, fortalezas del banco y perspectivas a cinco años

“En términos absolutos somos de los bancos que más hemos crecido, inclusive en la parte hipotecaria pues somos un jugador relevante con Enrique Margain seguro vamos a dar

un crecimiento exponencial. Creo que es una de los más concededores.

“Estamos profundizando nuestras áreas de análisis de riesgo para no debilitar la fortaleza de nuestra cartera actualmente que tiene un índice de morosidad de 2.4% en el agregado.

Nosotros hemos hecho cuatro cosas muy importantes . Primero tenemos ya más de 100 sucursales que nos da una presencia física muy interesante con una fortaleza de cartera donde más del 85 por ciento de nuestro portafolio de crédito está garantizado ya sea con activos fijos o con banca desarrollo una cartera cercana a los 100 mil millones de pesos”.

Anticipó que lanzarán al mercado productos “súper interesantes” que los van a poner por encima de la mayoría de los competidores.

Como ejemplo de sus fortalezas mencionó el ecosistema digital donde hoy ya tienen a más de 300 mil clientes que abrieron una cuenta digital con Mifel.

“Estamos abriendo alrededor de entre mil y dependiendo el día entre 1,000 y 1,500 cuentas de forma diaria con una plataforma que te paga el 10 por ciento no te cobra comisiones y además con una gran ventaja hicimos un convenio con otros bancos. Entonces tenemos 12 mil cajeros que cubre el 14 por ciento de la población”.

No obstante, reconoció que si la economía desciende también lo hará el portafolio de crédito por lo que tienen que ser muy prudentes y entender cuáles son los circuitos que tendrán menor dinamismo y ser muy cuidadosos para no tener incrementos en el índice de morosidad en la parte del ecosistema digital.

“La verdad es que aunque la economía se haga más pequeña. nosotros estamos haciendo una propuesta de valor para aquellos clientes que llevan en bancos grandes donde no los han no les han hecho caso desde hace años donde no les donde hay letra chiquita donde les pagan rendimientos muy inferiores a la inflación entonces aunque el mercado se haga más pequeño nosotros seguiremos creciendo exponencialmente porque la mayoría de estos clientes que hemos capturado vienen de esos bancos donde hoy están insatisfechos.

“Entonces yo creo que la posición de Mifel en los próximos cinco años es que a pesar de la crisis tendremos grandes oportunidades porque hemos generado grandes capacidades tanto en el banco tradicional como los sistemas de pagos como en el ecosistema digital”, afirmó. 

Modelo orientado a la tecnología, con huella física



Por Víctor M Ortiz Niño



En el futuro un banco va a tener que ser una combinación entre el famoso ladrillo y mortero (Brick and Morter), sumado a una plataforma digital, omnicanal, que le dé la posibilidad al cliente de que utilice la alternativa que quiera, para hacer uso de los servicios bancarios, con inmediatez, sin fricciones y sin errores, consideró Daniel Becker Feldman, presidente del Consejo y director general, Grupo Financiero Mifel.

“Desde nuestro punto de vista, en países como México, un banco se va a definir como un modelo orientado a la tecnología, que tendrá que estar apoyado siempre con una huella física que te permita saber que siempre tu dinero está protegido y que hay una cara o persona

detrás, con una gran sensación de innovación permanente, para no estar amenazados por los nuevos entrantes que son disruptores, mismos que obligarán a estar siempre un paso por encima de ellos”, señaló el director general.

Especificó que Mifel cuenta con más de 100 sucursales que les da presencia física muy interesante en la República, un ecosistema digital donde ya se ha capturado a más de 300,000 clientes que han abierto una cuenta digital que paga el 10 por ciento anual y no cobra comisiones.

A lo anterior se añade un convenio con otros bancos que da acceso a 12,000 cajeros que cubren el 14 por ciento de la población, además de un ecosistema de pagos muy potente, donde se está innovando a fin de lanzar al mercado productos

interesantes que seguramente los va a poner por encima de la mayoría de los competidores.

Opinó que dado que el tratado de Comercio México Estados Unidos Canadá (TMEC) se revisará en 2026, no es improbable que, de aquí a ese año, sigamos con mucha incertidumbre de cuáles son los sectores que van a ser ganadores, ante lo cual para superarlo se debe realizar un binomio de política pública con la banca.

Ante lo cual hay trabajo por hacer, como es el correspondiente a cómo atender y fortalecer a las pequeñas y medianas empresas que sí tienen capacidad de subsistir, con capacidad de pago y que no ponen el riesgo los ahorros de los mexicanos, porque obedecen mucho más al consumo local.

México es un país de pequeñas y medianas empresas, por lo que sin tomar riesgos innecesarios y con modelos muy robustos, se les puede apoyar financieramente, debido a que estas empresas están mucho menos vinculadas al ciclo económico de aranceles y demás,

“Tengamos confianza en que a pesar de que hoy estamos pasando por un bache derivado de las nuevas tendencias que están sucediendo en el mundo por esta guerra arancelaria, México ha vivido estas y otras peores. Además, nuestro País se encuentra en una posición de fortaleza que antes no existía, con reservas por más de 225 mil millones de dólares, con situación fiscal bastante razonable del 51 por ciento de la deuda respecto al PIB.

“México es más grande que la problemática global y que tengamos confianza que gobierno y sociedad vamos a afrontar los problemas y vamos a llegar a un buen puerto a pesar de las iniciativas de la administración Trump, para que México sea un país que cada vez crezca más, genere mayores+ ingresos y oportunidades para la gente menos favorecida. Estoy seguro que haciendo las cosas bien, le daremos oportunidad cada vez a más mexicanos para tener un país más justo y más equitativo con más oportunidades de una mejor vida”, apuntó Becker Feldman. 



**Somos Banco Inmobiliario Mexicano
una institución sólida y con amplia experiencia.**

- Crédito para la construcción
- Inversiones
- Servicios fiduciarios
- Unidad de Valuación
- Administración de carteras y bienes adjudicados



EL BANCO DE LOS EXPERTOS
EN ATENCIÓN PERSONAL



Centro de Atención Telefónica:
800 227 4000

bim.mx



Productos operados por Banco Inmobiliario Mexicano, S.A., Institución de Banca Múltiple.
Consulta términos, condiciones, comisiones y requisitos de contratación en www.bim.mx



Empresa Socialmente Responsable



Destaca Banco Inmobiliario Mexicano (BIM) como banco especializado

•Celebra 11 años ya de experiencia y ratifica el impulso a todas sus líneas de negocio como banca múltiple

Banco Inmobiliario Mexicano, BIM celebra ya 11 años de experiencia y destaca entre los bancos especializados por su crecimiento en todas sus líneas de negocio como banca múltiple.

“Vamos a dedicarnos a obtener beneficios del impulso del gobierno hacia la vivienda, construir vivienda que el mercado absorba con rapidez, entre más barata, mejor, y siempre con actitud positiva para allanar el camino” Victor Manuel Requejo, Presidente del Consejo de Administración de Banco Inmobiliario Mexicano (BIM).

En su Reunión Anual de Consejos Regionales en marzo pasado a donde asistieron Rodrigo Padilla Quiroz, director general de BIM enumeró varios de los logros:

- La utilidad neta del banco al cierre de 2024 fue de 190.9 MDP
- Mostró 13.4% de crecimiento con respecto al año anterior.
- 149,301 viviendas financiadas
- Administra más de 70,934 MDP en activos fiduciarios
- 11,381 MDP captados en Banca Patrimonial

El director de BIM agregó que en cartera, BIM cerró 2024 con 12,341 MDP y un crecimiento del 25% con respecto al año anterior. El 51% de su cartera comercial lo conforman grandes corporativos, seguido del 48% de crédito a las MiPymes y el 1% de instituciones financieras.

Precisó que el negocio de captación al cierre de 2024 representa el 92% de la cartera de BIM, con 11,381 MDP y un crecimiento anual de 33.1%.

Así, por segundo año consecutivo BIM incrementó su calificación crediticia llegando a BBB+ por HR Ratings que destaca la evolución financiera, posición de solvencia y calidad de activos. Recibió la calificación por Moody's Local México de A-.mx con perspectiva estable para depósitos en moneda local a largo plazo y ML A-2.mx para depósitos en moneda local a corto plazo.

Resalta también el financiamiento de BIM a la vivienda.

Explicó que ya se tienen 149 mil301 viviendas financiadas, “nos hemos posicionado en el lugar No. 7 de la banca en el mercado de crédito puente, somos el número 30 de los

51 bancos en productos de captación y el número 19 de 31 bancos en productos fiduciarios”.

Agregó que además en 2024 estrenaron oficinas en la principal avenida de la CDMX, Paseo de la Reforma.

“... Hoy más que nunca, en BIM creemos que México requiere del apoyo del sector bancario especializado y eficiente para incentivar las inversiones. Nuestra confianza está puesta en la inversión productiva de nuestros clientes, en continuar apoyando a las Pymes a sortear sus proyectos con éxito y en sumar a la cultura de inversión en el negocio de captación con instrumentos competitivos para apoyar a los inversionistas a contrarrestar momentos de incertidumbre en los altibajos de la economía”

“Nuestra proyección social para 2025 es impulsar la innovación del banco en materia de sostenibilidad, contribuir a cumplir la meta climática de México para llegar a un 2030 con estándares de alta eficiencia energética y emisiones cero de carbono en todas las edificaciones nuevas”.

Lanzarán el Crédito Verde BIM

El director de BIM anticipó que este año lanzarán el Crédito Verde BIM que es un financiamiento preferencial para desarrolladores comprometidos con la construcción de vivienda eficiente y sostenible, dirigido a proyectos de vivienda ubicada en el

perímetro de 300 kms. de la frontera norte (en su primera etapa).

Los requisitos para obtener el crédito verde es que los desarrolladores se comprometan a una disminución del -20% en energía, agua y en materiales, precisó el director general de BIM.

“El remedio es la unidad”.- Víctor Requejo

En la Reunión Anual de Consejos Regionales Víctor Manuel Requejo, presidente del Consejo de administración de BIM expresó se refirió a la situación en que México se encuentra ante las amenazas del gobierno estadounidense:

“El remedio siempre es unidad para la defensa, trabajo inteligente para ser fuertes, encontrar en nuestras debilidades las fortalezas, estudiar al mercado, buscar oportunidades, no precipitar decisiones, trabajar, y, si es posible, actuar con sentido común, atendiendo no solo lo inmediato, sino lo importante que es permanecer, permanecer...”.

Recomendó que en este contexto el país lo que necesita es permanecer como entidad autónoma, industrial, productiva, eficaz, con una población que cada vez debiera ser más responsable, educada,

“...lo mismo requieren nuestras empresas y lo mismo necesitamos nosotros, trabajar para permanecer; actuar con serenidad, ser productivos y buscar crecer y para crecer hay que ganar dinero, tener utilidades y

reinvertir en lo nuevo, en tecnología, en la capacitación del personal, en seguir adelante, no hay otra manera, creo yo, de prosperar.

“Actuando de esa forma saldremos con bien en lo que ahora nos preocupa y, hablando de lo que ahora preocupa, además de Trump, el Infonavit por ejemplo y su millón de casas. Me parece que a veces magnificamos ese cambio, como lo hicimos cuando se legisló para que los trabajadores edificaran sus propias viviendas. Algunos promotores pensaron que ellos dejarían de construir porque al gobierno solo apoyaría a los trabajadores, y no fue así, ese programa resultó en casi nada...” señaló.

El Presidente del Consejo de Administración de BIM explicó que después de hacer un ejercicio

respecto al millón de viviendas en 6 años con una inversión de \$350,000 millones, \$350,000 por vivienda de 50m² habitables “...no están en peligro las finanzas del Instituto, ni las subcuentas de vivienda de los trabajadores... no le veo mucho sentido es a la especulación y más si ello significa que nos inmovilicemos porque pensemos que el Instituto sustituirá a la empresa privada edificadora de casas.

“La tarea es encontrar la manera en que esta nueva actividad del Instituto sea benéfica para muchos, y eso depende de cómo veamos las cosas...” “Así que vamos a dedicarnos a obtener beneficios del impulso del gobierno hacia la vivienda, construir vivienda que el mercado absorba con rapidez, entre más barata, mejor, y siempre con actitud positiva para allanar el camino”, concluyó.

“El remedio siempre es unidad para la defensa, trabajo inteligente para ser fuertes, encontrar en nuestras debilidades las fortalezas, estudiar al mercado, buscar oportunidades, no precipitar decisiones, trabajar, y, si es posible, actuar con sentido común, atendiendo no solo lo inmediato, sino lo importante que es permanecer, permanecer...”. -Víctor Requejo



**“... queremos ser dentro
de 5 años sin duda el
referente en el
financiamiento al sector,
inmobiliario”**

A portrait of Rodrigo Padilla, a man with short dark hair and glasses, wearing a dark blue suit, a light blue shirt, and a red patterned tie. He is smiling slightly and has his arms crossed. The background is white with some grey and teal geometric shapes.

**RODRIGO
PADILLA**

Director general de Banco
Inmobiliario Mexicano

La banca es un agente que aporta soluciones



Por Mariel Zúñiga

La banca está fuerte. Bien capitalizada “la banca tiene la presencia suficiente para enfrentar una época como esta”. Es un agente que aporta soluciones, afirmó Rodrigo Padilla Quiroz, director general del Banco Inmobiliario Mexicano (BIM)

“...estamos con la disposición de buscar contribuir al crecimiento de México, contribuir a salir adelante de tiempos tan inciertos como los que estamos viviendo”.

Y como banco especializado las perspectivas son optimistas con grandes posibilidades y espacios para crecer, afirmó.

Crecer el crédito, la meta

Ante una baja colocación del crédito en el sector privado de México comparado con otros países, incluso de América Latina, el objetivo es crecerlo.

“Tenemos que encontrar la manera de llegar a los proyectos viables”, afirmó y opinó que que en cuanto al crédito de consumo el crecimiento “está relativamente bien atendido”.

“Me parece que precisamente la solución para crecer está en encontrar cómo estar cerca de los diferentes proyectos productivos en las diferentes industrias y ya con

esa comprensión cercana de cada una de ellas, buscar crecer dentro del financiamiento que se otorga a los sectores. Nosotros así lo hemos hecho en el sector de construcción de la vivienda, nos ha ido bien, nos tomó muchos años...

“... lo más importante es que logramos hacer crecer el crédito a las empresas del sector privado. Y ahí, pues hay diferentes maneras de llegar.

Están propuestas como la nuestra, donde estamos muy especializados, conocemos muy bien a los principales jugadores, entendemos sus necesidades y estamos cerca de ellos para ayudarlos.

Hay espacio para hacer crecer el crédito

Una de las cosas que puede ayudar mucho a este país que el crédito al sector privado crezca como porcentaje. “En verdad es de llamar la atención lo bajo que es el crédito”.

“Dado que no se ve crecimiento... sí hay una recesión negativa. El crecimiento del PIB, que si es una circunstancia coyuntural, será el tiempo que tenga que ser, pero normalmente puede ser una vez en un ciclo económico que dura unos cuantos años.

“El crédito al sector privado, como

porcentaje del PIB, tiene muchos años de ser bajo el PIB. Y eso es estructural, eso no es coyuntural. Entonces ahí es donde hay espacio para crecer todavía, más allá de la etapa del ciclo económico que nosotros encontramos”.

Señaló que en el contexto de desaceleración, menos si se presenta una recesión, es más difícil crecer, “pero la planeación de un banco no se puede hacer estrictamente coyuntural. En el fondo, las estrategias del banco central y los apetitos de crédito se definen considerando varios ciclos económicos, no solamente lo que encuentras dentro de un ciclo”.

Hacer “trajes a la medida”, la fórmula

“En nuestro caso es muy cercano a un traje a la medida. Digo, hay algunos componentes que sí son estándares, pero efectivamente no es lo mismo financiar vivienda media que vivienda residencial, y no es lo mismo financiar en Tijuana que en Puebla

“Son realidades completamente distintas. Tienes que entender, en el caso de la vivienda, la dinámica del mercado laboral en cada una de las ciudades que vas a prestar, porque eso es lo que determina la demanda de vivienda, hablando de vivienda. Nosotros no hemos visto una pausa, digamos, las escrituraciones de las viviendas que nosotros financiamos en enero, febrero y marzo, se han comportado bien”.

Explicó que sus acreditados están logrando vender y escriturar

las . y, aunque se observa de nuevo, incertidumbre tanto en los desarrolladores que dudan sobre arrancar el siguiente proyecto como en algunos compradores de vivienda que detienen el proceso de decisión de compra.

“¿Qué creo que puede estar pasando? La oferta de vivienda social ha venido bajando, pero ha venido bajando 8 años. No es algo que haya pasado recientemente. Se han ido sumando circunstancias que encarecieron la construcción de vivienda social.

“Solamente los muy, muy eficientes o algunos que tienen algunas características particulares han logrado sostener una oferta de vivienda social. ¿Qué es lo que pasa? Al buscar que las viviendas se construyan cerca de las fuentes de trabajo, que es algo que todos deseamos y que me parece totalmente aceptado, y que tengan todos los servicios, se decidió restringir los contornos de las ciudades”.

Programa de vivienda que puede detonar a la industria

Habló de históricamente las restricciones para hacer crecer una ciudad, limitan la oferta de terrenos, y se especula sobre el precio de la tierra

Y ahora con la propuesta de Infonavit para construir 500 mil viviendas en el sexenio representa una gran ayuda para la oferta de vivienda social, pero todavía hay una brecha enorme por cerrar.

“O sea, la demanda de vivienda

abajo de 1 millón pesos y abajo de 600 mil pesos es enorme. Y aún con estos programas no va a quedar satisfecha por completo. Está claro que es un nuevo oferente de vivienda y se genera un momento de incertidumbre en el mercado, en que los productores se preguntan si van a tener competencia específica en su plaza y con las características centrales a lo que venden, y los compradores se preguntan si van a tener que esperar para ver qué ofrece el nuevo oferente”.

Así, explicó, éste mercado que de por sí era pequeño, todavía se siente pausado vs el mercado de vivienda media que es más grande en potencial y el más grande en población.

“Lo que ha pasado en estos años es que todo el mundo ha tendido a hacer viviendas medias de menor tamaño, estamos hablando de viviendas entre 1 millón y 2.500.000. Pero sobre todo, digamos, las que están entre 1.000.000 y 1.500.000 es lo que más se hace de vivienda, hoy, en México.

“Y ese segmento se sigue vendiendo, se sigue estructurando, se sigue haciendo a través de los canales que toda la vida hemos visto, los bancos que están en bibliotecas, para la línea 2, el nuevo Fovissste”.

Así, rechazó que haya una caída en el mercado. No se puede pensar en una crisis. Lo que sí, señaló, durante muchos años no se ha construido vivienda para la mayor parte de la población y esto es lo que se tiene que solucionar. “estas propuestas del gobierno buscan justo atender a ese segmento de la población”.

Aunque las propuestas no son suficiente para satisfacer la demanda, deja espacio para hacer otros esfuerzos, indicó.

“La principal restricción que nosotros vemos y que reconocimos entre los desarrolladores de vivienda es el costo de las viviendas. Por todo lo que implica el consumo de vivienda, desde la tierra hasta los permisos interminables”.

Empleo, debe resolverse como base de la economía, de la vivienda, etc

“Me preocupa más el empleo. Mientras nosotros no pongamos una respuesta, digamos, simétrica, contestando a un arancel que Estados Unidos ponga a los productos...debiéramos de ver que esos insumos, sobre todo porque muchos de ellos se producen en el mercado nacional, mantengan sus precios.

“Para todos los proyectos de muy nearshoring. La clave, el indicador clave a seguir es el empleo. Para que una familia compre una vivienda, normalmente una o las dos fuentes de ingresos deben haber tenido tres, cinco años de empleo estable con todas las prestaciones, verdaderamente formal y estable”.

Afirmó que cuando las familias tienen un empleo de calidad formal con todas las prestaciones sus decisiones de consumo en general se estabilizan.

“En los últimos años el empleo formal creció mucho. Hasta ahora no se ha visto una caída abrupta en el empleo, pero ese es el indicador que hay que

estar vigilando. Porque además es la solución para el mercado de vivienda, pero para la economía mexicana en general, que se fortalece ante cada millón.

“Lo mismo va a pasar con los proyectos de muy nearshoring. Nosotros al final dentro del T-MEC, pues sí tenemos un trato específico para todo lo que cumpla esas reglas. Habrá que ver qué oportunidades surgen de esto, qué tanto se puede crecer en esto”.

Las negociaciones del T-MEC, consideró, va a determinar también la demanda de parques industriales, áreas industriales, etc.

“Me parece que nosotros todos tenemos que estar muy pendientes de eso”.

“La formalización, es la receta y no al contrario”

“El reto es muy grande. Inclusive la solución es tratar de fomentar la migración hacia el mercado formal. Se han hecho muchos intentos para incorporar a la informalidad en el crédito, en el caso, por ejemplo, de la vivienda. El mayor reto que tiene la informalidad para hacerse una vivienda es que casi la única opción que le queda es la compra de vivienda.

“Hay algunos créditos que dan directamente a los desarrolladores, hay algunas empresas que se especializan en dar crédito a la informalidad, pero la información que logras recabar de una persona que tiene un empleo informal tiende a ser muy precisa e incompleta. Y darle un

crédito a alguien con esa información aumenta muchísimo la probabilidad de equivocables. Y eso hace que las carteras vencidas crezcan mucho”.

También añadió que, por otro lado, el que crezca la informalidad en el país ocasiona que también la recaudación fiscal no sea la que debería ser y hace que para los formales resulte más caro proporcionalmente. Y las familias que tienen un empleo informal carecen de muchas prestaciones, como la seguridad social, salud, que son las más importantes, y también vivienda. Y los venden en un círculo vicioso.

“Para que el país salga adelante, y sobre todo para que la calidad de vida de nuestra población mejore, se necesita buscar, y ahí sí, desde el gobierno, políticas que fomenten la migración de sus empleados a la informalidad.

“Justo lo que ves por parte de la banca, coincidiendo por supuesto en la política social”

Así, se refirió a la atención de algunos bancos como casos muy particulares que hacen esfuerzos para reconocer a su cliente por comportamiento.

“Y lo van haciendo crecer. En el fondo, es una manera de resolverlo, pero resulta caro para los dos lados. Termina siendo un financiamiento más costoso para la población y portafolios son más riesgo para la banca.

“Insisto, por supuesto que la banca tiene ganas de sumar, se ven los esfuerzos que hacen los diferentes bancos que sí participan

en financiamiento, pero me parece que la solución de fondo es fomentar la formalidad.”.

Expectativas favorables para BIM a 5 años

Tienen expectativas muy favorables, pues afirman: el banco tiene mucho espacio todavía para crecer, tanto en vivienda como en el resto del sector inmobiliario. Además ha ido mejorando los resultados año por año y mejorando su calificación crediticia.

“Nosotros de aquí a 5 años nos imaginamos al banco ya habiendo completado su oferta de financiamiento al sistema inmobiliario completo. Por supuesto también para nuestros clientes depositantes ha ampliado la oferta de productos y servicios que nosotros hacemos.

“Y bueno, en específico también el fiduciario, que tenemos un fiduciario muy activo en todo tipo de fideicomisos, aunque por supuesto tiene, en particular, que muchos inmobiliarios de manera importante, creciendo y diversificándose”.

Así, informó que el año pasado los tres negocios crecieron a doble dígito.

“Este año estamos pensando crecimientos del 25% en la cartera de crédito, 20% en captación, 19% en fiduciario. O sea, son crecimientos de nuevo a doble dígito, cercanos al 20%.

“Es parte del desarrollo propio que tiene nuestro banco y queremos que dentro de 5 años seamos sin duda el referente en el financiamiento al sistema inmobiliario”. 



“...conocemos mejor que nadie a los mexicanos, a sus familias, a sus empresas y regiones, además entendemos el contexto y la coyuntura de nuestros clientes. Son detalles que para muchos pueden ser simples, pero para nosotros son muy relevantes”

A portrait of Marcos Ramírez, a middle-aged man with a balding head, smiling. He is wearing a dark blue suit jacket over a white collared shirt. His arms are crossed. The background is white with several red and pink rectangular blocks of varying sizes.

**MARCOS
RAMÍREZ**

Director General de Grupo
Financiero Banorte.

Combina parte humana con tecnología de vanguardia



Por Víctor M Ortíz Niño

Banorte es y será reconocido como el banco que combina la parte humana con tecnología de vanguardia. Habremos impulsado a millones de mexicanos a través de productos diseñados para sus necesidades reales, señaló Marcos Ramírez, Director General de Grupo Financiero Banorte.

“Nuestros 125 años de historia nos han enseñado que la verdadera fortaleza está en la capacidad de reinventarse sin perder nuestros valores. Hoy somos el banco mexicano con la mejor combinación de solidez financiera, con un índice de capitalización del 21.78 por ciento; innovación digital, de la mano de un crecimiento del 45 por ciento en transacciones móviles; y compromiso social, con 9,100 familias apoyadas por Fundación Banorte”.

“Además, alineados a nuestra estrategia ASG, en 2024 emitimos nuestro primer bono sustentable por 13,064 millones de pesos mediante el cual buscamos financiar proyectos beneficiosos para la sociedad”, declaró el director general.

También manifestó que en Banorte ven una banca enfocada en el cliente y omnicanal, es decir, que las personas decidan dónde, cuándo y cómo quieren ser atendidas; señalando como ejemplo su transformación digital con la que han impulsado la inclusión financiera ya que con su aplicación

móvil más de 7.4 millones de usuarios realizan transferencias e inversiones en tan solo unos minutos desde su celular, registrándose 4,760 millones de transacciones en 2024, lo que representó un crecimiento del 43 por ciento anual.

También destacó que sus sucursales seguirán creciendo, por lo que programan abrir 50 sucursales en todo el país este año, con una inversión de alrededor de 500 millones de pesos, con las cuales buscan consolidar su presencia en regiones y comunidades claves para dar acceso a los servicios financieros. Además de que sus clientes también tienen la opción de utilizar los más de 18, 000 corresponsales, así como los más de 11,000 cajeros automáticos con los cuales cuentan en todo el país.

El directivo señaló que el sector financiero mexicano enfrenta un año de transformación acelerada en diferentes ámbitos. Ante lo cual sus prioridades estratégicas son:

Transformación digital enfocada en la hiperpersonalización, a fin de atender tanto a quienes siguen prefiriendo una banca humano-digital, como a quienes quieren ser clientes 100 por ciento digitales.

La inclusión financiera, impulsando el acceso a sus servicios financieros.

Los criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG), por lo que se enfocan en incrementar el financiamiento sustentable con su base de clientes, aumentar el número de productos financieros sustentables y fomentar proyectos con una mayor inclusión y educación financiera

Fundación Banorte, porque con su compromiso social crean familias y comunidades fuertes.

“Somos el banco que ha acompañado a México durante 125 años. Esto se traduce en productos y servicios que marcan la diferencia porque conocemos mejor que nadie a los mexicanos, sus familias, sus empresas y regiones, además entendemos el contexto y la coyuntura de nuestros clientes. Son detalles que para muchos pueden ser simples, pero para nosotros muy relevantes”, sentenció Marcos Ramírez. 



COUNTRY LAKES

UNA NUEVA FORMA DE VIVIR YUCATÁN
LOTES RESIDENCIALES PREMIUM DESDE 400M²

CAMPO DE GOLF, 18 HOYOS PAR 72 | GOLF CLUB | SPORTS CLUB | LAKE CLUB
LAGOS NAVEGABLES | CANCHAS DE PÁDEL, TENIS, PICKLEBALL Y FÚTBOL
TOWN CENTER | RESTAURANTE | GIMNASIO | ALBERCA | PARQUES



999 550 4752

YUCATANCOUNTRYLAKES

*IMÁGENES DE CARÁCTER ILUSTRATIVO





“Nuestro compromiso es claro: una banca más cercana, más sencilla y ágil para todos los mexicanos”

A photograph of Manuel Romo, the General Director of Banamex. He is a middle-aged man with grey hair, wearing a dark blue pinstriped suit jacket, a white shirt, and a blue patterned tie. He is looking slightly to his right with a thoughtful expression, and his hands are clasped in front of him. The background is white with several dark blue and light grey rectangular shapes scattered around.

**MANUEL
ROMO**

Director general de
Banamex

Un banco que atiende necesidades de todos los niveles



Por Víctor M Ortiz Niño

Consideramos que la profundidad y relevancia de las fortalezas del país son de tal dimensión que marcan un norte seguro para las decisiones de inversión, y que son elementos esenciales para evaluar, por encima la incertidumbre coyuntural, el potencial económico de México, declaró Manuel Romo, director general de Banamex

“México sigue siendo un destino atractivo debido a su ubicación estratégica, acuerdos comerciales y estabilidad macroeconómica. Las instituciones financieras continuaremos promoviendo mecanismos que incentiven la inversión, así como financiamiento a sectores estratégicos”.

“En Banamex queremos facilitar el acceso al crédito para nuestros clientes, por lo que estamos preparados para atender cada una de sus necesidades, a todos los niveles, desde el pequeño emprendedor hasta empresas más grandes y consolidadas”, expuso el ejecutivo.

Desde su punto de vista para atender a la población no bancarizada, se requiere de una banca ágil con soluciones prácticas, eficientes y rápidas que ofrezca canales digitales de comunicación y productos atractivos que permitan transaccionalidad de recursos, además de productos que promuevan sanas prácticas financieras

de ahorro, inversión, seguros y diversos tipos de crédito.

Lo anterior con acompañamiento y asesoría por parte de personal 100 por ciento capacitado para del uso de estos productos y servicios financieros; además de ofrecer beneficios adicionales como cashback, meses sin intereses y tasas de interés competitivas.

Asimismo, para incorporar a los informales al sistema bancario, se debe visibilizar los beneficios que el sistema financiero formal ofrece: desde acceso al ahorro formal (protegido por el IPAB), multiplicación del dinero a través de las inversiones, acceso a créditos específicos para diversos propósitos con tasas de interés atractivas y protección personal, familiar y del patrimonio.

Agregó que el reto ahora es seguir ampliando el acceso al segmento de la población que aún no está bancarizado y que, para ello, están trabajando en alianzas estratégicas, tecnología inclusiva y soluciones que no solo sean accesibles, sino también relevantes y adaptadas a las realidades de cada segmento.

El dirigente considera que la banca del futuro en México, al igual que en el resto del mundo, será crecientemente digitalizada y automatizada. Con apoyo en la inteligencia artificial y

otras tecnologías seguirá avanzando en la oferta de productos y servicios que se adapten de forma personalizada a la necesidades y preferencias de cada cliente.

Asimismo será una industria cada vez más reñida, con un creciente número de nuevos participantes/actores como bancos digitales y Fintechs (empresas de medios de pagos digitales, por ejemplo); en la que la competencia por el talento, particularmente el talento tecnológico se hará cada vez más fuerte; y en la que el impulso al desarrollo sostenible y la adopción de criterios y prácticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ASG) serán cada vez más determinantes para su viabilidad y éxito.

Ante ello, se encuentra impulsando una nueva fase en su transformación tecnológica para acelerar la digitalización, al tiempo que eleva su eficiencia y la satisfacción al cliente.

Lo anterior porque Banamex representa solidez, confianza y valores, su marca es una de las más fuertes y valoradas de México. Tiene presencia a lo largo y ancho del país y ofrece estándares altísimos de seguridad en todos los instrumentos, productos y servicios que pone a disposición de nuestros clientes.

“Nuestro compromiso es claro: una banca más cercana, más sencilla y ágil para todos los mexicanos, seguiremos transformándonos para hacer que cada interacción sea más sencilla, ágil y segura, permitiendo a nuestros clientes gestionen sus finanzas de manera conveniente y transparente, para continuar siendo su asesor de confianza”, Manuel Romo. 

El valor de contar con expertos

Entre nuestros clientes, atendemos a Gobierno, Banca, Desarrolladores e Inversionistas.

Entre nuestros clientes, se encuentran Instituciones Gubernamentales, Banca, Fondos de inversión, Inmobiliarias, Notarías y Empresas privadas.

Con 17 años de experiencia en el mercado realizando Avalúos de activos y servicios de consultoría, LM Valuación de mercado, en alianza con un grupo de profesionales especializados en valuación de activos en diferentes especialidades y estudios de mercado, ha construido una trayectoria de

éxito y gran compromiso con clientes y aliados.

Nuestra misión siempre ha sido brindar un servicio de calidad, respaldado por nuestra experiencia y conocimiento del mercado mexicano.

Nos especializamos en sectores comerciales, industriales y turístico, esto nos ha servido para detectar el potencial de empresas para crear valor en la toma de decisiones.

En LM Valuación de mercado, buscamos brindar atención personalizada, porque sabemos que cada cliente y cada propiedad son únicos.



Oficina: 52 (55) 5271-0152

WhatsApp: 55 4589 68 42

E-mail: contacto@lmvaluacion.com.mx

www.lmvaluacion.com.mx



“Se han presentado problemas que han generado incertidumbre, volatilidad, dentro de todo este entorno creo que México es un país que va a resultar privilegiado, al final de cuentas, porque espero que logremos anticipar la negociación y firmar un tratado de comercio que nos quite incertidumbres”

A portrait of Tomás Ehrenberg, a middle-aged man with grey hair, wearing a light blue dress shirt and a dark blue and white striped tie. He is smiling slightly and has his left hand on his hip. The background is white with green geometric shapes.

TOMÁS
T.C.E.
EHRENBERG

Director General de Grupo
Financiero Ve por Más

Deben Banca y gobierno trabajar juntos para impulsar un mercado más “formal”



Por Mariel Zúñiga

La educación financiera trascendental, opinó y en concreto precisó su reto: la búsqueda del banco es enriquecer la vida de las personas

La educación financiera es la estrategia para ir aumentando la formalidad tanto de las personas físicas como de las personas morales, y especialmente de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes), afirmó Tomás Ehrenberg, director general del Grupo Financiero Ve X + .

“Hay que hacer entender bien que la formalidad tiene beneficios y una parte importante de esos beneficios es justamente darte acceso al crédito que te hace que el capital que estás emitiendo sea más rentable.

“En vez de estar financiando tu microempresa con créditos personales o con tandas o con todo lo que puede haber detrás de esto que terminan siendo carísimos, es mejor ir migrando a una formalidad y eso es parte de una cultura en la que hay que trabajar intensamente”.

Aseveró que así también se debe trabajar con las personas físicas. “... hay que vincular a los clientes con el sistema financiero y que entiendan mejor el gran beneficio que hay en la formalidad”.

“Yo creo que el éxito de estas cosas es cuando logramos engranar y trabajar gobierno y banca hacia dar certidumbre, tranquilidad de que hay procesos que se cumplen y que ese acceso al financiamiento te potencia y te acelera el crecimiento de tu empresa”.

Las fortalezas del banco V X+

En los últimos diez años, V X + creció en financiamiento más o menos como 1.6, 1.7 veces el crecimiento del mercado. Nace con una visión de ser un banco primordialmente digital, pero con una oferta también transaccional, digamos, de ventanilla limitada, pero suficiente para complementar la transaccionalidad digital.

“Ofrecemos todo tipo de medios de pago para poder hacer el 100% de las transacciones que necesites hacer y además, hacia las personas físicas, les ofrecemos servicio a domicilio” precisó.

Agregó que tienen un grupo de accionistas privilegiado que además de ser banqueros de toda la vida, los apoyan al 100.

“Hoy estamos muy atentos a impulsar todo lo que tiene que ver con ASG, con todo lo que es, digamos, todas las iniciativas para ser sensibles a los temas tanto de equidad de género como de cuidado del medio ambiente y estamos muy entusiasmados con eso, lo estamos haciendo por vocación y no por regulación y creo que sí hace diferencia”.

Afirmó que presentan una oferta diferente a los demás.

Un banco que ya entró a su año 21 de operaciones y que mide su edad como Grupo financiero siendo el banco la primera entidad que operó, y toma en cuenta a partir de la primera transacción con un cliente, no a partir de que se constituyó.

Además justo promovió ante la Junta de Consejo a más mujeres dentro de la organización.

Perspectiva a cinco años: crecimiento sostenido

Un banco con crecimiento sostenido sin interrupción, ni siquiera en momentos difíciles como la pandemia donde el PIB cayó por ahí del 8 %.

“Orgullosamente estoy iniciando mi onceavo año al frente del grupo. Siempre hacemos proyecciones a cinco años, tenemos la visión de que queremos y vamos a seguir ganando participación del mercado, tanto en el lado del financiamiento como del lado de los depósitos y eso sólo lo logras creciendo el número de clientes activos.

“La filosofía es que tengamos una banca de relación, no queremos ser vendedores de producto, queremos construir relaciones y tenemos un propósito dentro del Grupo Financiero que es enriquecer la vida de las personas y enriquecer en el sentido más amplio. No es sólo enriquecerlo con dinero, sino tratamos de pensar que si otorgamos una hipoteca lo que realmente estamos haciendo es enriqueciendo la vida de esa familia ayudándole a tener un hogar. Entonces piensas diferente y te da mucho enfoque”

Así, resumió que para los próximos cinco años lo que buscan es un crecimiento sostenido.

“cada año presento no sólo el presupuesto del año sino la proyección a cinco años adelante y así está”, aseguró. 

Banco de relación primordialmente digital

 Por Víctor M Ortíz Niño



Buscamos tener una banca de relación, no queremos ser vendedores de productos financieros, queremos construir relaciones y tenemos el propósito de enriquecer la vida de las personas, en el sentido más amplio, no solo en el sentido monetario, explicó Tomás Ehrenberg, director general del Grupo

Financiero Ve por Más

“No consideramos adecuado el esquema de tener sucursales en cada esquina; tenemos pocas y no queremos tener más; lo que si deseamos es tener más ejecutivos que atiendan a los clientes, porque tenemos claro que nos queremos

centrar en satisfacer las necesidades de los clientes, por ejemplo, si otorgamos una hipoteca, lo que realmente estamos haciendo es enriquecer la vida de esa familia”, expuso el ejecutivo.

Exteriorizó que la banca en general está evolucionando muy bien, porque cada vez se tiene mucho mejor oferta, resaltando que la transaccionalidad y toda la actividad bancaria crecen a mucho mayor ritmo, en la parte digital que en la parte que se da en sucursales.

De esta forma, la tendencia en muchos de los bancos nuevos que están surgiendo y que lo harán en un futuro, va a estar enfocada a operar en forma digital; señalando que su banco en particular, nació bajo el concepto de fortalecer y favorecer los canales digitales, más una oferta transaccional limitada, pero suficiente para complementar a los primeros.

Sobre la situación que tiene la banca en general destacó que goza de una salud extraordinaria, con todos los indicadores que están como mínimo en niveles más que adecuados, en lo tocante a capitalización, liquidez y cartera vencida, por lo que está buscando intensamente crecer el crédito con más vigor, el cual andaba en doble dígito el destinado al sector empresarial y al consumo, mientras que el hipotecario se ubicaba en niveles de 8 por ciento.

En relación a la perspectiva macroeconómica, consideró que sí va a haber crecimiento en este año y que en la medida que se pueda adelantar la renegociación del

Tratado de Comercio entre México, Estados Unidos y Canadá (TMEC), se quitarían muchísimas incertidumbres que son parte de los motivos por las que algunas inversiones se empiezan a retrasar, simplemente por no tener un entorno claro.

Con lo anterior, se quitaría incertidumbre y se regresaría nuevamente a una senda de crecer, situación que se plantea en el Plan México, mismo que se está promoviendo desde presidencia, en colaboración con la banca privada, con la banca de desarrollo y con las autoridades, lo que debe de ayudar a fomentar el crecimiento del crédito.

“Se han presentado problemas que han generado incertidumbre, volatilidad, dentro de todo este entorno creo que México es un país que va a resultar privilegiado, al final de cuentas, porque espero que logremos anticipar la negociación y firmar un tratado de comercio que nos quite incertidumbres”.

“Hay muchas oportunidades en las que tenemos que trabajar en el país y dentro de esas oportunidades tenemos que asegurar el crecimiento de la economía, tenemos que asegurar el estado de derecho, la seguridad y no hay retos menores, pero creo que México es bastante más grande, que los retos que tiene enfrente”, señaló Ehrenberg. 

“ La primer ventaja que tenemos es estar casi, casi con la ubicuidad para el segmento masivo mexicano. Estar en los lugares donde ellos viven, transaccionan, se mueven...”.

A portrait of Carlos López Moctezuma, a man with a beard and short dark hair, wearing a dark blue suit jacket over a white shirt. He is sitting and looking towards the camera with a slight smile. The background is white with several blue squares of varying sizes scattered around him.

CARLOS LÓPEZ MOCTEZUMA

Director General de BanCoppel y
de Servicios Financieros de
Coppel

El reto para BanCoppel: avanzar rápido en la transformación tecnológica y tener la “ubicuidad”

 Por Mariel Zúñiga

La fórmula es acompañar al cliente en su día a día y generar “experiencias; no productos”

Los desafíos que tiene el banco empiezan con avanzar más rápido en la transformación tecnológica y estar presentes con los clientes en su día a día, en su transformación; para ello tiene comprometida una inversión de 12 mil millones de pesos en los siguientes años; y sólo este 2025 serán 4mil 400.

“¿Cómo continuamos generando negocio al mismo tiempo que vamos a 100 kilómetros por hora y le estamos cambiando las llantas y el motor al coche? El coche tiene que seguir andando”, así ejemplificó el ritmo al que avanzan Carlos López Moctezuma, director general de BanCoppel.

Mucho por avanzar por el sistema financiero para abatir el rezago

Fue hasta 1994 que empezó a crecer el crédito como porcentaje de PIB.

“Entonces el crédito como porcentaje de PIB está por debajo de otros países. ¿Es un año complicado? Sí, ¿con incertidumbre, con desaceleración económica?, Sí, pero sigue habiendo mucha oportunidad en el sector financiero porque todavía venimos cargando un rezago histórico. Tenemos oportunidad para crecer”.

Segmentos con potencial; visión a cinco años:

“Informales; nominados, entre otros”

Aunque la informalidad es vista como un enorme reto incluso lastre para el sistema financiero, en el caso de BanCoppel es un banco que le brinda atención a un sector que ha venido creciendo en los últimos años.

“De nuestros clientes, más o menos el 50% de nuestros clientes reciben sus ingresos en el sector informal. Nosotros damos crédito aún sin comprobantes de ingresos”, precisó.

Y añadió que otro de los sectores de la población que tienen gran potencial y que atienden son los empleados de nómina “Los nominados”.

“Creemos que tenemos ventajas. Sacamos ya el año pasado el producto de nómina y en poco tiempo logramos 500 mil nóminas. ¿Por qué? Porque creemos que la oferta de valor que nosotros ofrecemos para nuestros empleados nominados también es muy valiosa.

“Y hemos hecho a través de portabilidades, una a una en las sucursales; hemos hecho esta

portabilidad de los clientes y esta apertura de cuentas. Entonces, creemos que todavía nos falta mucho por explotar ahí”.

Así, el banquero explicó que la visión del banco es convertirse en el proveedor de elección del mercado masivo mexicano de servicios financieros.

“Pero eso no quiere decir que solo le funcione al segmento masivo. Si tú tienes una buena oferta de productos, como decíamos: digital y física al mismo tiempo, te vuelves un proveedor de servicios financieros importante para otros segmentos de la población en ciertos productos. Te diría yo, por ejemplo, el producto hipotecario, pues te puede servir a cualquier segmento de la población.

“O sea, si la tasa te acomoda y lo obtienes rápido, pues te funciona bastante bien. Y ahorita que mencionas lo de mujeres, también comentarte. O sea, somos el banco que más mujeres atiende”, dijo.

Y precisó que el 54% de los clientes que son mujeres.

“Diseñar la tarjeta de crédito rosa no es un tema de marketing; es un tema de propuesta de valor. Y esto es porque la propuesta de valor que ha ofrecido Grupo Coppel a lo largo de los años para las mujeres ha sido una oferta que les ha satisfecho en el tiempo.

“Y eso es lo que ha hecho que más del 50% de nuestros clientes sean mujeres. Además, son buenas pagadoras”.

5 años, nuevos segmentos, nuevos productos.

Más que nuevos productos; el banquero habló de enfocarse en las experiencias.

“Yo creo que cada vez debemos dejar hablar más de productos y tenemos que hablar más de las experiencias que creamos. Cómo acompañamos a los clientes en su ciclo de vida, cómo los acompañamos para realmente estar presentes, casi sin estar presentes. De manera muy transparente, acompañándolos en su generación de experiencias y en su día a día. Eso es en lo que tenemos que trabajar más, en cómo acompañamos a la gente en sus experiencias”.

Ante el crecimiento económico incipiente el reto es también exponenciar el crédito.

“¡Claro!, entre más crecimiento haya, pues la probabilidad de que crezca el crédito aumenta. Y yo creo que el gobierno ha estado muy insistente últimamente por nuestra aventura internacional-, el Plan México, hay que aterrizarlo.

“Pero sí te diría yo que, por supuesto, los hacedores de políticas públicas tienen esa responsabilidad principal por impulsar no solo el crecimiento, sino el bienestar y tener una buena distribución del ingreso, etc. Yo creo que eso es la labor del gobierno. ¿Y dónde está la labor del sector privado? La labor del sector privado está en acompañar ese crecimiento económico”.

También la estrategia suma a los bancos: “específicamente, hacia consumidor, ayudándoles a financiar sus distintas necesidades que tienen en su ciclo de vida y al mismo tiempo también satisfacer sus necesidades de depósito y de ahorro y de pagos. Entonces, nosotros tenemos que estar muy pendientes ahí para desarrollar los productos y las experiencias que ayuden a estas personas a potencializar o exponenciar el crecimiento económico que se pueda presentar en el país”, explicó.

Las fortalezas del Banco

“¿Qué ventajas tenemos?”, inquirió y enumeró tres:

La primera es la ventaja de estar casi, casi con la ubicuidad para el segmento masivo mexicano, de estar en los lugares donde ellos viven, transaccionan, se mueven, etcétera.

“Dos, el entendimiento de sus necesidades de consumo, porque al ser hermanos también de un retailer, entendemos mejor ciertas necesidades de los clientes que a lo mejor otros proveedores de servicios financieros no entienden de la misma manera.

“Y tercero, que estamos trabajando en esta transformación tecnológica y digital para asegurar que tenemos los productos y las experiencias nativas digitales que necesitan los clientes para complementar esta oferta física que ya teníamos”.

Inversión constante en Ciberseguridad

El directivo de BanCoppel afirmó que invierten mucho en la ciberseguridad, en todo el PLD.

“Es la capacidad de resiliencia que puede tener una institución ante todos estos ataques que suceden en el sistema financiero diario. O sea, diario en todos los bancos recibimos cientos de intentos por tratar de penetrar nuestros sistemas.

“Y tenemos distintos sistemas que los previenen y cambio de claves continuas y una arquitectura que se va modificando para cada vez combatir mejor esto. Pero también del otro lado, pues las bandas que se dedican a esto también van adoptando nuevas tecnologías. Entonces, eso es una carrera”.

Dijo que siempre hay probabilidad de que “te peguen uno de estos ataques”, pero más allá del golpe, la prueba es “qué tan rápido eres capaz para reponerte, qué tan bien tienes armados, qué tan bien tienes armados tus DRPs, tus disaster recovery plans, qué tan bien tienes armados tus procesos de continuidad de negocio”.

Así, agregó, “como Director general dedico un buen tiempo a ver eso, porque son temas que a lo mejor tú estás protegido y de una probabilidad baja, pero de impacto grande”.

Explicó que ese impacto grande que puede tener obliga con inversiones continuas. Y advirtió: “Cualquier institución que maneje un sistema,

pues tiene probabilidad de que lo quieran atacar.

“Y hay que estar informando a la población, a la gente, porque con tanta iniciativa, que usa la música, el proceso, el sistema. El enmascaramiento del número de teléfono, muchas cosas. Más allá de la seguro seguridad, el tema de antifraude también va de dos lados, en cuanto a la inversión que haces de recursos para combatir el fraude, como las campañas que haces con los clientes para que no salgan a inserciones continuas.

“Es muy difícil, porque cada vez son más sofisticados. Sí, pero es parte de, digamos, educación. Pues es parte de nuestra labor y de lo que tenemos que aportar a los clientes y a la sociedad”. 

Busca ser el proveedor financiero del mercado masivo mexicano



Por Víctor M Ortíz Niño



“Si tú tienes al mismo tiempo una buena oferta de productos, digital y física que se obtienen rápido, además de una tasa cómoda, te vuelves un proveedor de servicios financieros importante, para cualquier segmento de la población. De esta forma, si eres capaz de combinar una buena infraestructura física con una calidad de experiencias digitales muy buenas, logras la fórmula ganadora”, consideró el ejecutivo.

Desde su punto de vista, el surgimiento de nuevos proveedores de servicios financieros, como son las Fintech y los neobancos, generan más competencia y acaban beneficiando al consumidor final.

Explicó que el segmento que atienden Coppel es el más masivo de la población donde vive el 80 por ciento de la población en México, la mitad de esa población recibe gran parte de sus ingresos en efectivo, por lo que requiere ir a algún lugar a depositarlo y tiene

Carlos López-Moctezuma, director general de BanCoppel y de Servicios Financieros de Coppel señaló que la visión que tiene su Banco es convertirse en el proveedor de elección del mercado masivo mexicano de servicios financieros., sin que esto signifique que sólo le funcione al segmento masivo.

que tener algún lugar para sacar dinero en efectivo, lo que se logra a través de un modelo híbrido entre físico y digital.

Detalló que es de las pocas instituciones que proveen servicios financieros al segmento informal de la economía, detallando que la mitad de sus clientes de crédito, trabajan en este sector, teniendo una experiencia de más de 80 años de estar con ellos, porque confían en el mismo y lo han entendido.

Manifestó que el modelo de negocio que tienen para este segmento específico de la población, con las mecánicas que han desarrollado todos estos años para otorgar y cobrar créditos con asesores financieros y de cobranza a domicilio, ha hecho que, para muchos de ellos, su banco sea su principal fuente y proveedor de servicios financieros, ya que dan crédito aún sin comprobantes ingresos.

Detalló que, al ser un segmento más riesgoso, tienen un índice de morosidad más alto, pero bajo parámetros controlables, ya que tienen modelos paramétricos bastante complejos, que han desarrollado, además de poseer otros mecanismos distintos a los de la banca tradicional, para evaluar la capacidad y la voluntad de pago de sus clientes.

Sobre las expectativas 2025, indicó que es un año difícil con desaceleración económica en todos los indicadores macro; sin embargo, en este contexto, la banca está bien capitalizada, lo que permite una

tranquilidad en caso de cualquier eventualidad fuerte.

A pesar de lo anterior en BanCoppel, se sigue previendo crecimiento, tanto en banca de empresas donde ya tienen una cartera de más de 40 mil millones de pesos, además del crédito al consumo, aunque en ambos casos probablemente no sea a las tasas tan grandes que venían mostrando en años anteriores, pero sí para un crecimiento sano.

Lo anterior debido a buenas políticas de originación, estando cerca de los clientes del lado empresarial, por si tienen algún tema de liquidez estar a tiempo antes de que ese problema se presente; mientras que, en el lado de crédito al consumo, ayudando a que las personas no se vayan a sobre endeudar y con el mejor mecanismo de cobranza posible.

“Que conozcan los servicios que ofrece BanCoppel, los que no lo han hecho, creo que se van a sorprender de ver la calidad del servicio y la app que tenemos, que creo son muy buenos, los invitamos cuando quieran también a nuestras tiendas y a las sucursales, para que vean la cantidad de servicios y productos que ofrecemos” señaló López-Moctezuma. 



"Nuestra expectativa, obviamente, es seguir creciendo lo más aceleradamente posible hacia el futuro y básicamente seguir creando una propuesta de valor que haga que los mexicanos estén, yo diría, bien atendidos desde el banco digital"

A portrait of Matías Núñez, a middle-aged man with glasses and a beard, wearing a dark blue suit jacket over a light blue shirt. He is smiling and holding a smartphone in his left hand. The phone screen displays the Openbank logo. The background is white with some grey and black geometric shapes.

**MATÍAS
NÚÑEZ**

Director General de
Openbank México

Openbak se propone ser de los principales bancos digitales en México



Por Mariel Zúñiga

"Nuestra expectativa es seguir creciendo lo más aceleradamente posible hacia el futuro y básicamente seguir creando una propuesta de valor que atienda bien a los mexicanos"

Hoy el gran logro de Openbak es surgir en un tiempo récord como un banco 100% digital; la aspiración en cinco años es ser uno de los tres principales bancos digitales en México.

"...yo te diría que luego de pasar las auditorías de la CNBV, del Banco de México, un banco 100% digital con dos familias de productos y con toda la capacidad transaccional que eso tiene. Nadie en México ha logrado eso en tan corto plazo", afirmó y agregó:

"Si logramos tener esta velocidad de reacción, vamos a ser uno de los tres principales bancos digitales de elección de los mexicanos. Vamos a ser el banco que mayor profundidad y capacidad de crecimiento va a tener.

Básicamente somos parte de un grupo global de un tamaño sistémico en Europa y en América", dijo.

El banquero enumeró ese campo de acción:

"Lo primero es contar con la marca de licencia que a los mexicanos va a dar una seguridad extra que no tienen otros competidores. Entonces, nos

estamos enfocando mucho en eso, en que la gente entienda que tenemos una garantía de poder utilizar hasta los 3.3 millones de pesos del IPAP, que tenemos una marca asociada. Y lo segundo es que tenemos una plataforma de tecnología global que nos permite ir mucho más rápido y de manera más eficiente que a otros.

"Y lo tercero es: si nuestros clientes acceden a los más de 10,000 cajeros que el Grupo Bostandar tiene en México. Y eso es un valor diferencial que todavía en México el efectivo sigue siendo relevante. Y para nosotros es crítico poder dar ese servicio completo. Infraestructura, tecnología y beneficios junto con la escala y la marca y la seguridad del Grupo Santander con licencia"

La expectativa de corto plazo:

Hoy cuentan ya con más de 43,000 clientes y sigue en proceso de crecimiento acelerado

"Nuestra expectativa, obviamente, es seguir creciendo lo más aceleradamente posible hacia el futuro y básicamente seguir creando una propuesta de valor que haga que

los mexicanos estén, yo diría, bien atendidos desde el banco digital.

“Nuestra aspiración es tener un banco que atienda todas las necesidades de los mexicanos, no solamente en cuanto a pagos digitales o ahorro en cuentas sino también en inversiones, en seguros, en préstamos de consumo, y eso es lo que vamos a estar construyendo en los próximos meses en México”, aseguró Matías Nuñez.

La meta es brindar más productos y servicios, pero también enfrentar los retos.

“El principal reto que tenemos es ganar a escala rápido. Es crecer rápido. Nuestra obsesión hoy está por crear un banco digital de masa crítica, lo suficientemente grande, lo más rápido posible.

“Y el segundo reto es seguir completando la propuesta de valor. Como te decía: tener un banco 100

por ciento digital que no solo dé la alternativa de pago digital, tarjeta de débito, crédito, pago de servicios, sino también el ahorro, la inversión, la protección, y el préstamo. Así que son esos dos retos: seguir creciendo en la inversión tecnológica mientras crecemos en clientes”, precisó.

Pero también el banquero precisó que para un banco digital como Openbank no hay diferencia entre mexicanos, ya que todo aquel que tenga identificación puede aperturar su cuenta como parte de la enorme facilidad digital.

“Así que, no sé si ahí incluimos formales, semiformales, informales, el foco está puesto en ayudar a que México tenga más cuentas, mayor capacidad de ahorro, mayor capacidad de préstamo y de pagos digitales. Entonces, nosotros lo vemos como una oportunidad si hubiera en este caso clientes que no están plenamente bancarizados, que lo hagan”, explicó el directivo. 

Neobanco de escala mundial con respaldo bancario

Por Víctor M Ortíz Niño



Matías Núñez Castro, director general de Openbank, señaló que su neobanco, es un banco de escala global y con una seguridad a nivel mundial, pero con beneficios de una financiera tecnológica (Fintech), que pocos pueden decir; además de tener la capacidad de ir rápido, de manera fresca, muy simple y con un tiempo de incorporación de nuevos clientes (onboarding) de tres minutos.

“Yo le diría al consumidor mexicano

que, si tuvieran que elegir entre una Fintech y un banco digital, neobanco, nosotros somos una de las mejores opciones que existen, básicamente por ese equilibrio que traemos, estamos en el mejor de los mundos, tenemos la tecnología, la experiencia, el Know How, la capacidad de gestionar datos y la infraestructura local de los cajeros automáticos (ATMs), junto con la seguridad de un grupo financiero”, consideró el director general.

En plática, explico que los neobancos ya probaron, que existe un modelo 100 por ciento digital, que puede atender gran parte de las necesidades financieras de los clientes mexicanos, además de que los jóvenes de hoy, están ávidos de tener una propuesta 100 por ciento digital.

Agregó que la capacidad de tener un banco 100 por ciento digital, los hace más eficientes y trasladar sus beneficios a los clientes y que por ello, pagan el 10 por ciento de tasa de interés en la cuenta que se tenga, situación que ningún banco en México está haciendo.

Consideró que, de cara al futuro, las capacidades que los neobancos, deben tener para lograr el éxito en cualquier negocio son poseer escala, capacidad de crecimiento, una propuesta de valor concreta, y generar masa crítica, a fin de generar un espacio para monetizar lo que se está invirtiendo.

Por ello, se requiere tener la capacidad de tener una oferta que atraiga a los clientes a ir al neobanco, la capacidad digital de poder operar y monetizar a esos clientes en el futuro, además de cumplir la regulación, las leyes y todo lo que signifique tomar depósitos de las personas, para prestar, porque la intermediación y la gestión del riesgo, es súper importante.

De esta forma, Openbank está mirando el largo plazo y su único foco, por ahora, es crecer en clientes, en tarjetas y en transacciones que ayuden a sacar el efectivo de la calle

porque los pagos digitales son mucho más seguros, a fin de que la gente pueda ahorrar, además de generar crédito que apoye el dinamismo de la economía.

Sobre el uso de la inteligencia artificial en un neobanco, opinó que ha venido a cambiar radicalmente la forma en realizar sus actividades, como son el atender a los clientes a través de un chatbot, realizar cobranza, configurar procesos, responder respuestas internas para elegir modelos de aceptación, de riesgos, de gestión de subsegmentos, de propuestas de valor y de ofertas concretas.

“Lo importante para un neobanco es tener una propuesta atractiva, poder operar muy bien de manera digital, y que ello le traiga masa crítica en el futuro”.

“Por ello OpenBank está en el mejor de los dos mundos. tiene como atributo la seguridad que el mexicano necesita y quiere tener, porque no va a dejar uno el dinero donde tiene menos garantía o menos seguridad; además de poseer los beneficios que da ser un banco 100 por ciento digital, con el 10 por ciento de tasa de interés en la cuenta”, estableció Núñez Castro. 



Somos una empresa mexicana consolidada con más de 25 años en el mercado, dedicada a la elaboración de avalúos de diversa índole de bienes muebles e inmuebles tanto habitacionales como industriales.

Además, catalogada como una empresa de excelencia y sus colaboradoras cuentan con una amplia experiencia en cada uno de los sectores de atención valuatoria.

CONTAMOS CON UN GRUPO IMPORTANTE DE PERITOS VALUADORES PROFESIONALES EN LAS DISTINTAS RAMAS Y CONTROLADORES ACTIVOS TODO EL PAÍS, GRACIAS A NUESTRA RED DE OFICINAS.



Todos con cédula de posgrado en valuación emitida por la S.E.P.



Inmuebles



Maquinaria y Equipo



Bienes Personales



Agropecuarias



Negocios en Marcha

Red de Atención

al interior de la República Mexicana en las principales entidades del país además de la Ciudad de México.

ESCANEA PARA INFORMACIÓN





UNIDOS
GENERANDO
VALOR

VAPROY
VALUACIÓN DE PROYECTOS VAPROY S.L. DE CV



**LORENA
MERCADO**

Presidenta de Fecoval



**MARCO
GÓMEZ**

Director de Vaproy



VALOR COMERCIAL
AVALÚOS

tinsa
by-ficcumín



**EDUARDO
MARTÍNEZ**

Director de Valor Comercial y
Avalúos



**JUSTINO
MORENO**

Director de Consultoría de
Tinsa México

Factores desfavorables impactan precios finales de la vivienda



Por Mariel Zúñiga

Inflación, incrementos de precios en materiales resultan y factores externos como la política arancelaria de Trump resultan en menor asequibilidad

La inflación, el incremento de precios de materiales y un desequilibrio entre oferta y demanda presentan un escenario de menor accesibilidad a la vivienda sobre todo, vivienda social en México.

Todos estos factores afectan el valor al comprador final.

“La inflación tiene un impacto directo en el precio de oferta de una vivienda. Se estima que en el caso del sector vivienda en los últimos cinco años ha tenido un repunte en precios de salida superior al 20%, lo que impacta directamente en la demanda de vivienda nueva. Un efecto colateral es la escalabilidad del financiamiento deja sin posibilidad de acceso a jóvenes que demandan vivienda”, precisó Bertha Lorena Mercado, directora de LM Valuación y presidente de la Federación de Colegios de Valuadores (Fecoval).

Otros especialistas de la valuación también señalaron el problema de éste impacto sobre aspirantes a una vivienda propia o rentada.

“...también afecta en alguna medida la rentabilidad de los desarrolladores inmobiliarios, quienes tienden a enfocar más su atención hacia categorías superiores de vivienda, que ofrecen márgenes de maniobra más amplios para enfrentar los efectos inflacionarios

y de sobredemanda con los precios de sus productos”, precisó Marco Gómez Rocha, director de Vaproy.

Que además agregó que siempre hay oportunidades en el mercado inmobiliario y específicamente la vivienda se torna una oportunidad para inversionistas:

“...por un lado, la inflación redonda en la pérdida de asequibilidad en algunos segmentos de vivienda y pérdida de oportunidad para ciertas personas de adquirir una casa, esto regularmente ocurre en la vivienda de modestas especificaciones, sin embargo, también, suele ocurrir que en períodos de elevada inflación los segmentos de vivienda media y residencial acrecentan su atractivo entre los inversionistas patrimoniales, quienes encuentran en éstas variantes inmobiliarias, oportunidades para la protección de la pérdida de valor adquisitivo de sus capitales”.

Por su parte, Eduardo Martínez Mena, director de Valor Comercial y ex presidente de la Asociación de Unidades de Valuación para la Banca Comercial reiteró el impacto de la inflación que encarece las viviendas al aumentar los costos de producción y financiación.

No obstante, coincidió con Gómez Rocha respecto a que es un sector visto “como refugio” lo que sostiene la demanda en ciertos segmentos.

“Sin embargo, el impacto en la demanda es más pronunciado en el segmento de bajos ingresos debido a la erosión del poder adquisitivo y tasas hipotecarias altas”, consideró.

Por su parte, Justino Mata, director de Consultoría de TINSA aseveró que, aunque la inflación se ha mantenido dentro de los rangos proyectados (entre 4 y 4.5% anual) mientras la vivienda que presenta un crecimiento entre el 7 y 10% anual.

“Sin embargo, el mercado va determinando los diferentes incrementos en el precio, la oferta, la ubicación, absorciones y calidades”.

Insumos básicos que detonan el precio final : la tierra y los materiales de construcción.

Al respecto el directivo de TINSA precisó que el precio de la tierra impacta de forma directa a la vivienda y de hecho ha aumentado su costo; también expuso cómo los desarrolladores buscan un “mix” en la integración del desarrollo. Esto es diferentes fórmulas de participación justo para que unos sumen los terrenos y otros las inversiones por ejemplo.

“Hemos encontrado que en algunas ciudades la tierra representa poco más del 22% de la estructura del desarrollo, dejando muy atrás el tradicional 15% de participación”, señaló.

Al respecto el director de Valor

Comercial precisó:

“En México, el aumento en el precio de la tierra y los materiales de construcción es un factor clave que encarece las viviendas, limita la oferta (especialmente en el segmento social) y genera un efecto dominó en el mercado de vivienda usada, reforzando la tendencia al alza en los precios”.

Y apuntó impactos negativos en los desarrolladores y en la vivienda social:

- Retrasos en proyectos: Los mayores costos han llevado a desarrolladores a retrasar proyectos, especialmente en el segmento de vivienda económica, donde los márgenes son más estrechos. Esto reduce la oferta y mantiene la presión alcista sobre los precios.

- Segmento de vivienda social: En México, el encarecimiento de materiales y tierra dificulta cumplir con los topes de precio establecidos por Infonavit (alrededor de 600,000-1,200,000 MXN para vivienda económica). Esto ha reducido la construcción de vivienda social, agravando el déficit habitacional.

Por su parte, Lorena Mercado de LM Valuación señaló que el reto es muy grande para los desarrolladores de vivienda para edificar conjuntos habitacionales en ubicaciones que cuenten con servicios, transporte y con acceso a centros de trabajo.

“Las proyecciones financieras parecen no coincidir entre desarrollos con una ubicación estratégica y viviendas de calidad. Ambas variables inciden en hacer cada vez más difícil la viabilidad de ser competitivos”.

Pero apuntó que existe un área de

oportunidad en la innovación en sistemas constructivos que permitan espacios flexibles y viabilidad de costos para construir con productos de calidad.

“Será una oportunidad el desarrollo de nuevas tecnologías en los próximos años para satisfacer la necesidad de vivienda en todos los sectores”, afirmó.

Por otra parte, Gómez Rocha de Vaproy dijo que al margen del impacto que causan los incrementos de costos de materiales como el acero y el cemento, entre otros sin mayor análisis el insumo de la tierra es crítico.

“...ya que mientras otros materiales como los ya descritos en general permiten eventualmente opciones de sustitución, optimización de procesos de producción y abatimiento de costos, economías de escala, etc., en el caso de la tierra, no es así. pues es un insumo insustituible e ineludible, su adecuada utilización como insumo idóneo para una vivienda nueva de cierta categoría, requiere condiciones específicas

“entre otras características de la tierra debe contar con buena ubicación, dimensionamiento, ciertos usos de suelo permitidos, densidad e intensidad de construcción autorizada, habilitación/ adecuación del predio, equipamiento urbano, infraestructura de acceso y servicios públicos, conformidad de la comunidad, respecto al proyecto, etc.”

Consideró que la satisfacción de dichas condiciones exige la coparticipación y apoyo de autoridades con el desarrollador.

“se requiere colaboración de gobierno e iniciativa privada, sin la cual resulta

prácticamente imposible la generación de oferta de vivienda en general y menos factible aún para el caso de vivienda económica y social asequible”.

Tendencias para el 2025

Aunque los expertos consideraron difícil determinar la tendencia de los precios de la vivienda, debido a la coyuntura y factores externos siguen viendo aumento de la plusvalía de los inmuebles.

Martínez Mena de Valor Comercial aseveró que los precios de la vivienda y los inmuebles en general seguirán subiendo en 2025, con incrementos del 5-8% en promedio, impulsados por la escasez de oferta, la demanda sostenida y el nearshoring.

Consideró que las áreas urbanas, turísticas e industriales verán las alzas más pronunciadas, mientras que el segmento social enfrentará desafíos por la falta de vivienda asequible. La moderación de la inflación y las tasas de interés será crucial para equilibrar el mercado.

“Es crucial considerar que las actuales políticas internacionales y públicas, marcadas por una notable inestabilidad, generan incertidumbre que afecta al mercado inmobiliario mexicano y a cualquier mercado global. Esta volatilidad dificulta un comportamiento claro y saludable del sector, al complicar la planeación y la toma de decisiones tanto para desarrolladores como para compradores”.

Por su parte el Director de Consultoría de Tinsa aseveró que los precios de la vivienda, ya que son sensibles a

cambios coyunturales de la economía y en estos momentos con factores externos que pueden afectar al mercado

“Las tasas de interés han presentado una reducción siendo un factor positivo para la vivienda, no hemos notado reducciones en las plusvalías, al contrario se mantienen con crecimiento positivos”, afirmó Justino Mata de Tinsa.

Por su parte, Lorena Mercado de LM Valuación y Fecoval aseveró que la innovación y la sostenibilidad junto con diseños eficientes, arquitectura bioclimática, serán áreas de oportunidad; “sin embargo, existe nerviosismo entre los inversionistas y algunos han decidido esperar para encontrar mejores escenarios para el desarrollo de nuevos negocios inmobiliarios”.

Así, precisó, ante las políticas arancelarias del Presidente Trump existe una amenaza que ha replanteado decisiones de inversión para el desarrollo de nuevos espacios industriales.

“El país tiene la oportunidad de posicionarse como un actor clave en el comercio internacional si se toman decisiones estratégicas que incluyen el desarrollo de infraestructura y dotación de servicios eléctricos para hacer posible esta oportunidad”, precisó.

Gran oportunidad el Programa de Vivienda para el Bienestar

Por ejemplo para Marco Gómez Rocha de Vaproy hay una gran oportunidad con el Programa de Vivienda para el

Bienestar emprendido por el gobierno federal.

“Para el actual año 2025 se abre la posibilidad de lograr cristalizar la edificación de un probable volumen importante de vivienda social, debido precisamente a los compromisos que han hecho y a los apoyos que han ofrecido, instituciones y autoridades de los tres niveles de gobierno relacionadas con la atención a las grandes necesidades de vivienda, con importantes déficits, que existen a lo largo y ancho del país

“La exitosa ejecución de este colaborativo y ambicioso Plan de Vivienda para el Bienestar podría ayudar a despresurizar la demanda de vivienda y con ello apoyar en alguna medida la contención de los precios de la vivienda en el segmento social, que, dicho sea de paso, no involucra regularmente materiales de importación en sus procesos de edificación, o al menos no de manera significativa”.

En cuanto a los segmentos de vivienda media y residencial, así como en la industria inmobiliaria en general, consideró que el nivel de incertidumbre que originan las desconcertantes y/o erráticas posturas políticas internas y externas que podrían afectar la economía de México, dificulta pronosticar tendencias con cierta claridad.

“... aunque no se percibe como muy probable un horizonte de corto plazo muy favorable para el sector que nos ocupa, que, en los últimos años, no ha podido operar con la dinámica requerida”. 

Explora nuevos
segmentos

Incrementa tu
portafolio
hipotecario

Blinda el riesgo
de tus operaciones



Tu aliado experto
en riesgo de crédito





DANIELLA GURREA

Directora de Genworth México



OLIVIA MARTÍNEZ

Head Retail Products Solutions de Scotiabank México



ANA LUCIA PEREYRA

Directora Ejecutiva de operaciones de Hir Casa



GABRIELA VELÁZQUEZ

Directora Corporativa de Finanzas y Administración de BIM.



MARISOL BECERRA

Regional Partner MX Centro 4S Real Estate

Crece presencia de mujeres en sector financiero, pero es imprescindible impulsar su liderazgo



Por Mariel Zúñiga

Capacitación, apoyo del sector masculino y de políticas de inclusión en etapas tempranas, algunas de las estrategias; pero ya son 39% en alta dirección

Aunque viene en aumento la presencia de mujeres en el sector financiero en los últimos años se hace imprescindible capacitación e impulso al talento para beneficio de todo el sector y en diversas industrias, coincidieron en afirmar líderes del sector de Genworth; Scotiabank, Hir Casa y BIM.

Daniella Gurrea Martínez, directora general de Genworth instó para que desde etapas tempranas se apoye con capacitación, mentoría y promoción interna con enfoque de género.

La empresa especializada en dar garantía a los bancos para generar créditos hipotecarios, lo que es fundamental para mantener a este mercado sano y evolucionando, pese al desánimo e incertidumbre de algunos actores, principalmente del público que ante el contexto se pregunta si debe endeudarse.

“Además, es necesario revisar y adaptar las políticas de recursos humanos para eliminar sesgos inconscientes y crear ambientes inclusivos. Finalmente, impulsar una narrativa de liderazgo femenino desde el ejemplo —con mujeres visibles en puestos de decisión— es clave para inspirar y abrir

camino a nuevas generaciones”.

Por su parte, Ana Lucía Pereyra Armenta, directora Ejecutiva de Operaciones (COO) de HIR Casa afirmó que mientras crece la presencia femenina en el sector inmobiliario, también en el financiero en donde la representación en puestos directivos es limitada.

Explicó que de acuerdo con cifras del INEGI actualmente las mujeres representan más del 41% de los empleos en la industria inmobiliaria, y casi la mitad de la fuerza laboral en el sector financiero.

“Esta evolución refleja una transformación positiva, pero aún insuficiente. Es fundamental que las instituciones impulsen mecanismos que permitan acelerar la participación femenina en todos los niveles de decisión.

“En HIR Casa, desde la Dirección Ejecutiva de Operaciones, trabajamos con este enfoque: no solo en el desarrollo de talento interno, sino también en el diseño de productos y proyectos que respondan a las necesidades de nuestras clientas mujeres, fomentando así una oferta más inclusiva”.

Gabriela Velázquez Luna, Directora Corporativa de Finanzas y Administración de Banco Inmobiliario Mexicano (BIM) aseveró que el aumento en la participación de mujeres se observa principalmente en áreas de servicio al cliente y operativas.

“Sin embargo, aún tenemos mucho que trabajar para que se vea un avance significativo en brechas salariales y puestos directivos.

“Por ejemplo, en el sector financiero del total de empleados que existen más del 50% son mujeres, sin embargo, cuando revisas los puestos directivos, la participación de mujeres se encuentra alrededor del 28%”, precisó

De acuerdo con Marisol Becerra, directora regional de 4S En el sector financiero y de alta dirección, las cifras reflejan avance: según el estudio de KPMG Mujeres de la alta dirección 2025, el 39% de las personas que ocupan cargos de dirección o funciones ejecutivas en México son mujeres.

Sin embargo, señaló, estos avances aún no se traducen de forma proporcional en los espacios de toma de decisiones más altos, por lo que tenemos el reto de que ese crecimiento se consolide en puestos de poder real.

Genworth y la identificación del potencial femenino

Platicó que en Genworth reconocen el potencial femenino teniendo un equipo directivo con una participación del 62% de mujeres.

“En lo personal dedico gran parte de

mi tiempo a dar mentorías y coaching con el fin de apoyar e impulsar mujeres, para que puedan liderar proyectos, ayudarlas a mejorar su comunicación, sus habilidades, su disciplina y, sobre todo, apoyarlas para que aumenten su confianza en ellas mismas.

“A veces como mujeres nos sentimos abrumadas por tener mayores responsabilidades al sumarlas a nuestras labores familiares, sin embargo, gracias a los cambios en la cultura que estamos viendo, cada vez es más factible tener un mejor balance entre la vida privada y la profesional”.

Imperativo aumentar visibilidad y liderazgo femenino

Para Olivia Martínez, director de Operaciones, punto Casa de Bolsa de Scotiabank es básico aumentar la visibilidad y el liderazgo de las mujeres en diversas industrias y para ello se pueden implementar estrategias clave que aborden tanto las barreras estructurales como los estereotipos culturales.

La especialista en el trato con el canal de brokers citó algunas estrategias y apuntó que son acciones que no solo benefician a las mujeres, sino que también fortalecen a las organizaciones al diversificar perspectivas y fomentar la innovación:

1. Políticas de inclusión laboral
Establecer cuotas de género y programas de desarrollo profesional que promuevan la igualdad de oportunidades en posiciones de liderazgo.

2. Educación y empoderamiento. Fomentar habilidades de liderazgo desde edades tempranas y ofrecer mentorías para mujeres en etapas clave de sus carreras.

3. Flexibilidad laboral. Crear condiciones laborales que permitan equilibrar la vida personal y profesional, como horarios flexibles y opciones de trabajo remoto.

4. Visibilidad pública. Incentivar a las mujeres a participar en conferencias, paneles y medios de comunicación para destacar sus logros y perspectivas.

5. Cambios culturales. Implementar campañas de sensibilización para combatir estereotipos de género y promover una cultura organizacional inclusiva.

6. Promoción de STEM. En sectores como tecnología e inteligencia artificial, es crucial aumentar la participación femenina

Necesaria una estrategia integral con políticas de inclusión

Para Ana Lucía Pereyra de Hir Casa la visibilidad y ascenso de mujeres a posiciones de liderazgo requiere de una estrategia integral que combine políticas de inclusión, metas de representación claras, y espacios de desarrollo profesional como mentorías y redes de apoyo.

“Es igualmente indispensable que estos

esfuerzos se acompañen de una cultura que valore activamente la diversidad de pensamiento”, dijo y añadió:

“En este sentido, la participación de los líderes masculinos resulta crítica. Su involucramiento en la construcción de entornos más inclusivos no solo refuerza la equidad, sino que potencia la calidad de las decisiones al integrar perspectivas complementarias”.

Así, explicó que hay asociaciones como Mujeres Líderes por la Vivienda y Sector Inmobiliario (MULIV) en donde es socia fundadora, que promueve la formación de una red cada vez más robusta de mujeres profesionales comprometidas con la transformación del sector.

“Estas redes no sólo fortalecen el talento, sino que también generan comunidad y colaboración para impulsar un cambio sistémico”.

Al respecto Marisol Becerra de 4S también apuntó que MULIV impulsa una estrategia concreta basada en tres ejes: visibilidad, formación y vinculación.

“Buscamos que más mujeres ocupen espacios de voz en foros del sector, en medios, en consejos directivos y mesas de toma de decisiones. Además, promovemos redes de mentoría, alianzas con otras organizaciones y acompañamiento a mujeres que hoy lideran o están listas para dar ese paso.

“Pero esto también requiere compromiso institucional. El estudio de KPMG muestra que aún hay muchas empresas sin políticas de igualdad o con escasa participación de hombres de alta dirección en la promoción de la equidad. Necesitamos transformar

la cultura organizacional para que la equidad no sea una iniciativa aislada, sino parte del ADN de cada organización”.

¿Cómo impulsar a las mujeres en el sector financiero?

Daniella Gurrea Martínez precisó que el crecimiento del liderazgo femenino dependerá de tres factores principales:

- a) Acceso a oportunidades: asegurar igualdad en procesos de promoción, proyectos estratégicos y comités de decisión.
- b) Redes de apoyo: fortalecer redes de mujeres líderes, mentorías cruzadas y alianzas con hombres que promuevan la equidad.
- c) Cultura organizacional incluyente: fomentar una cultura basada en resultados y no en estereotipos, que valore distintos estilos de liderazgo y promueva el equilibrio entre vida personal y profesional.

Me parece que la presencia femenina en la alta dirección es un tema de inteligencia empresarial, las organizaciones más diversas toman mejores decisiones y están mejor preparadas para afrontar los retos del futuro.

Olivia Martínez de Scotiabank anotó que se está dejando atrás un modelo de liderazgo centrado en individuos para dar paso a equipos interconectados que lideran conjuntamente las organizaciones.

“El desafío para los líderes actuales

consiste en trascender el rol de gestores enfocados en pequeños avances, transformándose en visionarios que tengan la valentía de establecer un propósito inspirador y de concebir y perseguir con determinación un futuro ambicioso”

Y precisó varios factores clave que pueden impulsar el crecimiento de las mujeres y destacar en un puesto de alta dirección como:

- Visión estratégica
- Comunicación efectiva
- Inteligencia emocional
- Adaptabilidad y resolución de problemas
- Red de contactos
- Enfoque a resultados
- Innovación y aprendizaje continuo

“Asimismo, no perder de vista el desarrollo del liderazgo de cambio” como y precisó:

1. Enfoque en la inclusión, valorando la diversidad de perspectivas y creando entornos donde todas las voces son escuchadas.
2. Liderazgo basado en valores: La ética y los valores son fundamentales. Los líderes están priorizando la transparencia y el propósito, lo que atrae talento y fomenta la lealtad
3. Adaptabilidad. La capacidad de adaptarse al cambio es esencial, especialmente en un mundo marcado por la incertidumbre y la transformación tecnológica
4. Bienestar y empatía. Centrando sus esfuerzos en

el bienestar de sus equipos, promoviendo culturas organizacionales más humanas y colaborativas.

5. Digitalización. integrar tecnologías avanzadas para optimizar procesos y conectar con sus equipos de manera más efectiva.

Ana Lucía Pereyra Armenta de Hir Casa afirmó que el acceso equitativo a oportunidades de crecimiento requiere eliminar barreras estructurales y fortalecer factores como la formación continua, la visibilidad del talento femenino y la apertura institucional a nuevas formas de liderazgo.

“Es clave fomentar una cultura que promueva la conciliación y reconozca el valor estratégico de contar con mujeres en la toma de decisiones. Un elemento decisivo es contar con aliados —hombres y mujeres— comprometidos con la inclusión como una ventaja competitiva.

“Las organizaciones que entienden esto logran equipos más diversos, soluciones más completas y una mayor conexión con las necesidades del mercado. En mi experiencia liderando operaciones en HIR Casa, he comprobado que impulsar iniciativas con enfoque de género no solo transforma a la organización internamente, sino que también se traduce en beneficios concretos para los clientes finales”.

Marisol Becerra apuntó que entre lo más relevante para el desarrollo femenino se cuentan las competencias estratégicas. Así, precisó que el informe de KPMG destaca que el 63% de las mujeres

considera que actualizarse y desarrollar nuevas habilidades es clave para alcanzar el éxito en la alta dirección. Esto implica tanto habilidades técnicas como blandas: liderazgo, negociación, innovación y transformación digital.

“Es vital fortalecer el networking estratégico, dentro y fuera de las empresas, así como contar con sponsors que impulsen activamente el talento femenino. El balance entre vida y trabajo, junto con esquemas laborales más flexibles, también son condiciones que favorecen el ascenso sostenido de mujeres.

“Pero quizá el factor más transformador es el cambio cultural, tanto en la percepción social sobre el rol de la mujer en los negocios, como en la manera en que las organizaciones miden el éxito. Es momento de abrir camino a modelos de liderazgo más empáticos, diversos y con visión de largo plazo. Apostar por el liderazgo femenino es apostar por la sostenibilidad y la competitividad de nuestras industrias”, aseguró.

La directiva de BIM afirmó que para incrementar la participación y la visibilidad de las mujeres en el sector se requieren de Foros de para promover sus trayectorias y promover políticas de equidad de género

“Una capacitación constante en temas de comunicación y liderazgo y erradicar la cultura organizacional masculina, que ha sido un factor para la participación de mujeres en puestos directivos en las organizaciones”, puntualizó Gabriela Velázquez Luna, Directora Corporativa de Finanzas y Administración de BIM. 

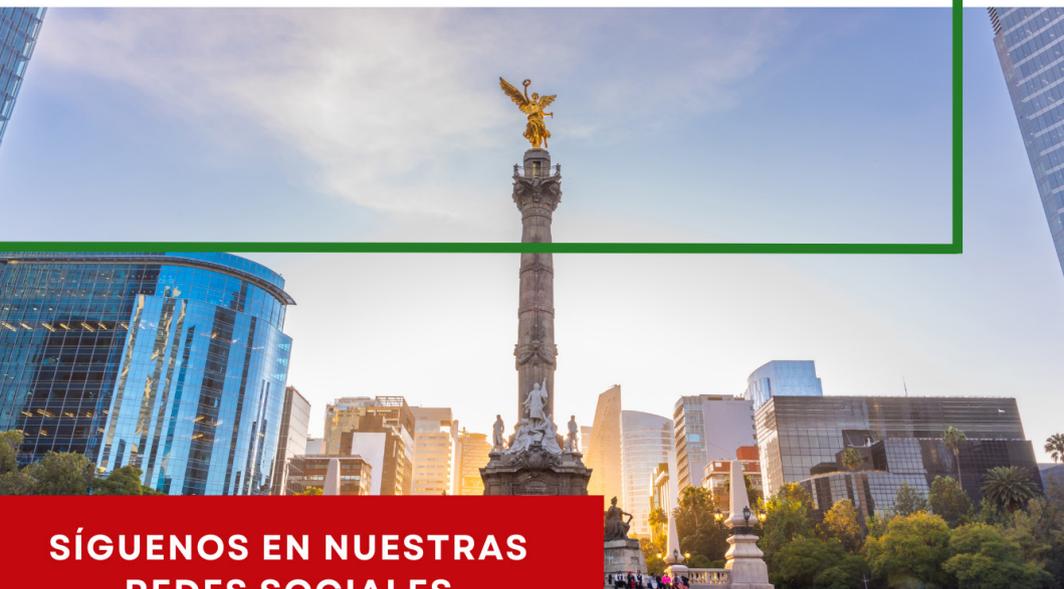


#EnConcretoContigo



CON **Mariel Zúñiga**

Lunes a viernes 13:30 hrs



**SÍGUENOS EN NUESTRAS
REDES SOCIALES**



@ENCONCRETORG



@ENCONCRETO



@ENCONCRETOMX



GRUPO
EN CONCRETO



EN CONCRETO
SIEMPRE CONTIGO



@ENCONCRETORADIO



ENCONCRETORG