

CEN
CONCRETO
Multimedia

89 Convención Bancaria

Octava edición

Marzo 2026

Editorial

Ya en plena 89 Convención Nacional Bancaria en un contexto desafiante.

Dicen los que saben que siempre hay desafíos, pero lo cierto es que van creciendo de volumen y cantidad.

Hoy en medio de la guerra en oriente entre Eu e Irán que puede aumentar de tamaño y ¡deseamos que no! Pero pueden aumentar los países haciendo bloques que combatan sobre todo por los impactos en el precio del petróleo al cerrar Irán el estrecho de Ormuz, (la arteria energética crucial por la que transita aproximadamente el 20% del consumo mundial de petróleo).

Pero en México también tenemos nuestra metafóricamente hablando “guerra interna” que ese constante estira y afloja con el Presidente de Estados Unidos respecto a los aranceles que impone y, sobre todo en su postura rumbo a la revisión que puede convertirse, si él lo decide, en renegociación.

Analistas diversos en recientes declaraciones afirman que México es privilegiado en comparación con aranceles impuestos por EU a otros países y que esto demuestra cómo sí se le da un espacio importante al TMEC.

Así, se prevé con un 70% de posibilidades que el TMEC se conserve y sólo actualice algunas reglas.

Pero esto es lo que están esperando muchas empresas sobre todo del ámbito industrial para invertir o bien para ampliar sus inversiones, su renta de mayores espacios de bodegas, naves industriales y también espacios de oficinas para establecerse en el país.

Por otra parte, varios, entre ellos los propios banqueros esperan la luz verde, esto es el aterrizaje de los proyectos del Plan México.

Grandes e importantes proyectos, pero que aún no se aterrizan. Esto también es lo equivalente al gran programa de inversiones anunciado por el sector privado en varios de los rubros importantes y estratégicos del país como en la infraestructura o sector energético, pero falta que se concreten también para que corra el financiamiento.

Hoy por hoy los directores de los bancos en México se alinean alrededor de pilares estratégicos que están en la coyuntura y que son sin duda importantes para crecer: poner al centro al cliente; digitalización; bancarización y ciberseguridad. En mucho el objetivo es reducir el efectivo en circulación; pero esto enfrenta una carrera creciente de la informalidad que está más allá de su ámbito y sus capacidades.

Así, la banca seguirá guiándose por sus cuatro ejes estratégicos enfocados hacia la agenda 2030: 1) Estabilidad financiera y de mercados (solidez y seguridad del ahorro), 2) Normatividad (seguridad jurídica y justicia expedita), 3) Agenda internacional (aprovechamiento de la relocalización o nearshoring), y 4) Responsabilidad social (inclusión y sostenibilidad)

Atentamente
La Directora General
Mariel Zúñiga

Contenido



*Emilio Romano, presidente
de la ABM*



*Eduardo Osuna,
Vicepresidente y
Director General de
BBVA*



*Tomás Ehrenberg,
Director general del Grupo
Financiero BX+*



*Jorge Arce Gama,
Director general del
Grupo Financiero HSBC*



*Felipe García Ascencio,
Director general del Grupo
Financiero Santander en
México*



*Rodrigo Padilla, Director
general de BIM*



*José Iragorri, Director
general de Banco
Sabadell México.*



*Daniel Becker, Presidente
del Consejo y Director
General de Grupo Mifel*



Tonatiuh Rodríguez, Director general de Banco Azteca y azteca servicios financieros



Marcos Ramírez, Director general de Grupo Financiero Banorte



Jean Marc Mercier, director general de Grupo Financiero INVEX.



Manuel Romo Villafuerte, director general de Grupo Financiero Banamex



Carlos López-Moctezuma, director general de BanCoppel y de servicios financieros de Coppel.



Luis de la Fuente, Director general adjunto de banca corporativa y de inversión de Multiva



Paulina Prieto Higuera, Head Products & Digital Solutions de Scotiabank



Marlene Escobedo, Directora de Jurídico y Cobranza del Banco Inmobiliario Mexicano



Daniella Gurra, Directora General de Genworth México

EMILIO

ROMANO

PRESIDENTE DE LA ABM

ABM Avanza en su misión 2030



Victor M Ortiz Niño

Emilio Romano, presidente de la Asociación de Bancos de México (ABM), señaló que desde el inicio de su gestión en mayo del 2025, redefinió la misión, visión, objetivos y metas de la ABM, no para un año, sino para el 2030, estableciendo cuatro pilares estratégicos a lograr: digitalización y bancarización; educación financiera; impulso al crédito; empoderamiento y satisfacción del cliente, logrando desde entonces un avance de aproximadamente del 20 por ciento en ellos, faltando destrabar aspectos legales para impulsarlos más rápidamente, ya que se cuenta con un gran equipo, metas y áreas de prioridad para lograr los objetivos.

“Para mí ha sido un gran privilegio y un gran orgullo encabezar a mis colegas de los bancos de México, entiendo la responsabilidad y además la asumí con mucho entusiasmo, porque me da la oportunidad de ayudar a que la banca pueda contribuir todavía más al bienestar de los mexicanos. Entonces, desde esa perspectiva estoy muy agradecido y muy motivado., los logros más importantes no son míos, son de todo el gran equipo de la ABM, encabezados por Regina García Cuellar y Maribel Quiroga.

“Tenemos también asesores de primer nivel; además de un comité de dirección renovado donde apoyan siete vicepresidentes. Jorge Arce, Manuel Romo, Tomás Ehrenberg, Mauricio Naranjo, Jorge del Castillo, Felipe García Moreno y Eduardo Osuna., los que representan a los tres grupos de la ABM, bancos grandes, medianos, chicos, con y sin sucursales, todos ellos trabajando en una misión muy clara”, declaró el directivo en plática con Grupo Multimedia en Concreto.

El ejecutivo señaló que el problema más importante que tiene México, desde un punto de vista financiero, es el subdesarrollo que existe en aquellos que apuestan por la informalidad, porque son empresas y trabajadores que buscan no poder crecer, proyectarse ni gozar de una vida financiera plena, mientras que las empresas y personas que optan por la formalización, son empresas inteligentes, que están optando por el futuro, por crecer, adaptarse e incorporarse a la economía global, lo que hace que entren en un ciclo virtuoso, donde a través de la formalización viene el tema de digitalización, de historial de crédito, el tema de acceso a crédito bancario, la reducción de costos, una mayor seguridad y menos riesgo patrimonial.

Agregó que el hecho de formalizar la economía también reduce los niveles de efectivo, lo que también disminuye la cantidad que hay para financiar actividades ilícitas, porque el efectivo normalmente se presta a la anonimidad, es un precursor y un elemento que alimenta las mismas, por ello la ABM está trabajando con el gobierno en aspectos muy específicas, como el establecer mecanismos sencillos para que la gente tribute, porque hay una percepción de que la tributación es el enemigo y entonces se queda en la informalidad.

Con lo anterior se avanzaría más rápido en la digitalización, misma que generaría reducción del efectivo, aumento del crédito, forzaría la educación financiera, porque todo mundo tendría su cuenta digital, lo que permitiría el ahorro de intereses, reducción de costos de transacción, expansión del mercado financiero y mayor movilidad social a la población.

El presidente de la ABM detalló que se tienen avances concretos en la digitalización, como es la integración de los protocolos para acelerar los pagos digitales y reducir el costo de los mismo a fin de encarecer los pagos en efectivo y con ello que la economía se digitalice más rápido.

En el tema de crédito con la banca de desarrollo, señaló que se están concretando los programas de garantías, por lo que ya se tienen las mismas, que van hasta arriba del 70 por ciento, para los créditos a las micro, pequeñas y medianas empresas, además de que se reactivaron programas específicos como el de factoraje y otros, a fin de acelerar la colocación de crédito, lo que ha permitido crecerlo a niveles de 8 o 9 por ciento nominal, 5 por ciento real, que se compara muy favorablemente con la economía, que ha estado creciendo a niveles mucho menores.

A raíz de todos los acontecimientos que hubo con el señalamiento de dos bancos mexicanos y también con el objetivo de siempre estar a la vanguardia en temas de seguridad, se adoptó un código de mejores prácticas con 12 iniciativas muy claras que van más allá de la regulación, lo que ha permitido incrementar la intensidad en la forma de cuidar al sistema bancario para que se mantenga protegido y que los ahorros mexicanos estén resguardados.

Sobre el marco jurídico señaló que se busca cambios en la legislación para poder dar claridad en el tema de fideicomisos, acelerar el tema de notificaciones, establecer más tribunales especializados en materia

mercantil a fin de expandirlos, además de simplificar la operación bancaria y hacer más fácil el reto bancario.

En el tema de educación financiera, se pretende crear el Centro Nacional de Educación Financiera, a fin de concentrar en un solo organismo toda la educación sobre el tema y homologar lo que hacen todos los participantes, porque mucha gente interviene en el tema, está muy fragmentado, a fin de unificar esfuerzos y maximizar los resultados.

Con relación al empoderamiento del cliente, se firmará un acuerdo también de autorregulación en mejores prácticas para el servicio al cliente, a fin de mejorar los niveles mínimos de servicio, de atención a quejas, de resolución de controversias, de atención a cualquier disputa para efecto de poder, no sólo evitar que se vayan a tribunales, pero garantizar que la banca, cada uno en su especialidad, cada vez de un mejor servicio y de la mejor forma para continuar penetrando y ganando fidelidad en el mercado.

“La banca está muy confiada de que en el mediano y largo plazo nuestro país va a lograr tasas de crecimiento, para que podamos en el menor plazo posible llegar al objetivo de ser un país desarrollado, el cual si es visible, sí está a la mano, pero no es fácil y sería un gran logro de todos los mexicanos, mismo que nos va a llenar de orgullo el poder decir, que finalmente logramos dar o establecer una economía que pueda otorgarle los recursos a cada persona, para que logre sus sueños”, sentenció Emilio Romano.

Puede la banca incrementar el crédito en proporción al PIB para pasar del 38 al 45% en 2030.- Emilio Romano Mussali, presidente de la ABM

 Mariel Zúñiga

**Hay oportunidades para la banca aún en el complejo contexto geopolítico*

** Se requiere inversión del gobierno, pero más de la IP y que el 1º sea facilitador y generador de reglas claras y certidumbre para impulsar la inversión*



Emilio Romano Mussali, presidente de la Asociación de Bancos de México afirmó que la banca cuenta con crédito como proporción del PIB del 38% su apuesta es llevarlo para el 2030 al menos el 45% del PIB, lo que obliga a un incremento de inversiones de aproximadamente 4.5 millones de pesos de cartera.

“... tenemos la capacidad de darlo, ese crédito incremental. Hoy por hoy en México tenemos un nivel de crédito en la economía del 8 billones que es llevarlo casi un 50% más y el crédito está creciendo de manera importante, más o menos el 10% de crecimiento anual en la colocación de

crédito, cosa que compara muy bien con el crecimiento de la economía.

“La banca está lista...lo que va a ser muy importante aquí es que el gobierno avance rápido en formalizar las estructuras que den claridad, seguridad jurídica, estabilidad, que permitan a cada actor o cada socio el que genera la rentabilidad adecuada para que se puedan dar estas nuevas estructuras de participación mixta o como sean”.

Romano llamó a este marco de crecimiento multiplicador, porque además la infraestructura es un multiplicador en el crecimiento económico del país.

Se requiere inversión del Gobierno, pero con una mayor participación de la IP

En entrevista exclusiva para En Concreto aseveró:

“No podemos pretender que el gobierno sea el que va a hacer todo; el sector privado en México juega un rol muy importante. El gobierno en México es relativamente pequeño como porcentaje de la economía es más o menos el 20% de la economía; por lo tanto México es uno de los países donde más va a depender del sector privado para generar crecimiento, y por supuesto el gobierno es un gran detonador y facilitador.”

Romano aseveró que se requiere confianza para detonar la inversión.

“... y las medidas como estabilidad en las reglas del juego, el poder garantizar que la reforma judicial, en los hechos, mejora la impartición de justicia pronta y expedita, en los hechos, no en el discurso. La posibilidad de, la claridad también en estas estructuras y la estabilidad de estas estructuras, que no haya cambios a medio camino de las reglas para la coinversión en materias como energía y demás, fundamental.

“La claridad que nos va a dar en la terminación de la revisión del TEMEC, también va a ser muy importante para el efecto de que ya tengamos también las reglas claras y pueda incrementarse la inversión extranjera”.

Por ello llamó a incrementar el grado de confianza y por lo tanto de inversión, “es muy importante que mantengamos este camino de estabilidad, de predecibilidad y de trabajo común”.

Banqueros y gobierno, con la Presidenta están hablando el mismo idioma

“...nos da mucho gusto trabajar con la Presidenta de la República en este proyecto que coincidimos, que es el mecanismo más importante para destrabar y acelerar el crecimiento económico del país.

“Primero, el crecimiento económico del país es fundamental para continuar mejorando el nivel de vida de los mexicanos y para mejorar la equidad también, para que haya mejor distribución de la riqueza en México. Ese proyecto que coincidimos con él, depende mucho que la economía crezca. Por lo tanto, todos nos beneficiamos, política y económicamente, si la economía crece.

“¿Cómo podemos hacer que la economía crezca más rápido? Otra vez, elementos de certidumbre globales y locales y, por supuesto, una inyección importante en detonar proyectos de inversión que, como mencionábamos, son potenciadores y son multiplicadores en la inversión por ser facilitadores del acceso a la energía, a la infraestructura y a las redes de distribución”, aseveró.

México tiene gran ventaja en el bloque de Norteamérica

El presidente de la Asociación asevera que con el reacomodo de las cadenas de producción en una visión más regional México tiene un gran ventaja: la región más grande y rentable del mundo que es Norteamérica.

“... y que somos un componente fundamental para la competitividad del bloque norteamericano. Estados Unidos y Canadá no pueden vivir sin México porque no hay forma de producir de manera competitiva bienes y servicios en Norteamérica, sino es porque México es parte de esta cadena de producción. Además, no hay forma de hacer una disrupción en la cadena de suministro”, afirmó.

Aseveró que México puede entregar el suministro hasta caminando o en Uber o taxi.

“No necesitas barcos ni aviones para llegar a Estados Unidos con el producto terminado o el producto intermedio. Hay una gran ventaja que tenemos y creemos que eso se ha estado reflejando en cómo va avanzando la revisión del T-MEC”.

Apuntó que hoy México tiene los aranceles promedios más bajos para Estados Unidos, 4.9% de aranceles, que es una muestra de que para que EU logre sus objetivos, México es un componente fundamental.

“Vemos que se está ya avanzando en dar mayor claridad, mayor seguridad y mayor visibilidad para que con ello se incremente la inversión extranjera con reglas que ya van a ser más predecibles y más claras”.

El Nearshoring o su nueva versión seguirán empujando el crecimiento

“El Frenshoring o Nearshoring, como quieran llamarle, es simplemente la integración económica de Norteamérica”, dijo y abundó que la pandemia dejó una gran lección que beneficia la relación con México “la pandemia nos enseñó que la forma más barata de producir no necesariamente es la mejor”.

Añadió que otro argumento es que se está dando un movimiento global para redefinir alianzas que hizo que nuestros principales socios comerciales se distanciaran del caso concreto de China por razones que ellos manifiestan, y eso hace que México tenga una dinámica, una posibilidad de acelerar todavía más el rubro industrial.

“México somos un país plenamente confiable, somos un país de una transparencia enorme en nuestras intenciones de cooperación global”.

Sectores con oportunidad

Los bancos ven con optimismo que el consumo empiece a repuntar y que el comercio exterior en donde México está ganando participación de mercado, principalmente con Estados Unidos, ya somos por mucho el principal socio comercial, tanto en importaciones como en exportaciones.

“Y, probablemente más importante, es el tema del programa nacional de inversiones que anunció la Presidenta de la República, son 16 puntos incrementales para invertir de aquí a 2030, es muchísimo dinero, mucha inversión, la que hay, la que va a haber y la que se requiere para incrementar la capacidad del país de contar con infraestructura para poder dar cabida a toda esta reubicación que se está dando y que se va a seguir dando”, precisó.

Romano explicó que observan proyectos de energía, generación eléctrica,

gasoductos, oleoductos, generación de energía limpia, carreteras, puertos, aeropuertos, hidráulicas, todos los proyectos que conlleva este programa, consideramos que va a demandar mucho crédito y la banca está preparada.

Avanza el programa de apoyo a pymes

La banca avanza en el programa de atención a pymes. Cuentan a la actualidad 26.8%. Subió en un año dos puntos porcentuales el universo bancarizado. Eso es aproximadamente 14.000 mil pymes con más o menos 24.000 millones de pesos más de financiamiento. La meta es al 30%.

También la tasa de interés baja. El promedio ya está en el 14% desde el 16%.

Y pues estamos también trabajando duro para que siga bajando en la medida en que hay más condiciones, otra vez, de seguridad jurídica, de capacidad de recuperación, reducciones de mora, reducción de costos y fricciones en el mercado para poder hacer el crédito más barato. Y, por supuesto, la tasa de referencia de banco en México, que es la parte más importante de las tasas.

Romano aseveró que ha sido muy responsable el manejo de la política monetaria de parte del Banco de México, “consideramos que en la medida en que la inflación siga mostrando un comportamiento favorable, esperamos que el Banxico tenga la posibilidad de continuar disminuyendo la tasa de interés”.

“Definitivamente la estabilidad de precios es prioridad... es una base fundamental para mejorar realmente el bienestar de los mexicanos y de eso depende que no vaya a haber un proceso inflacionario el que más perjudica a los mexicanos”.

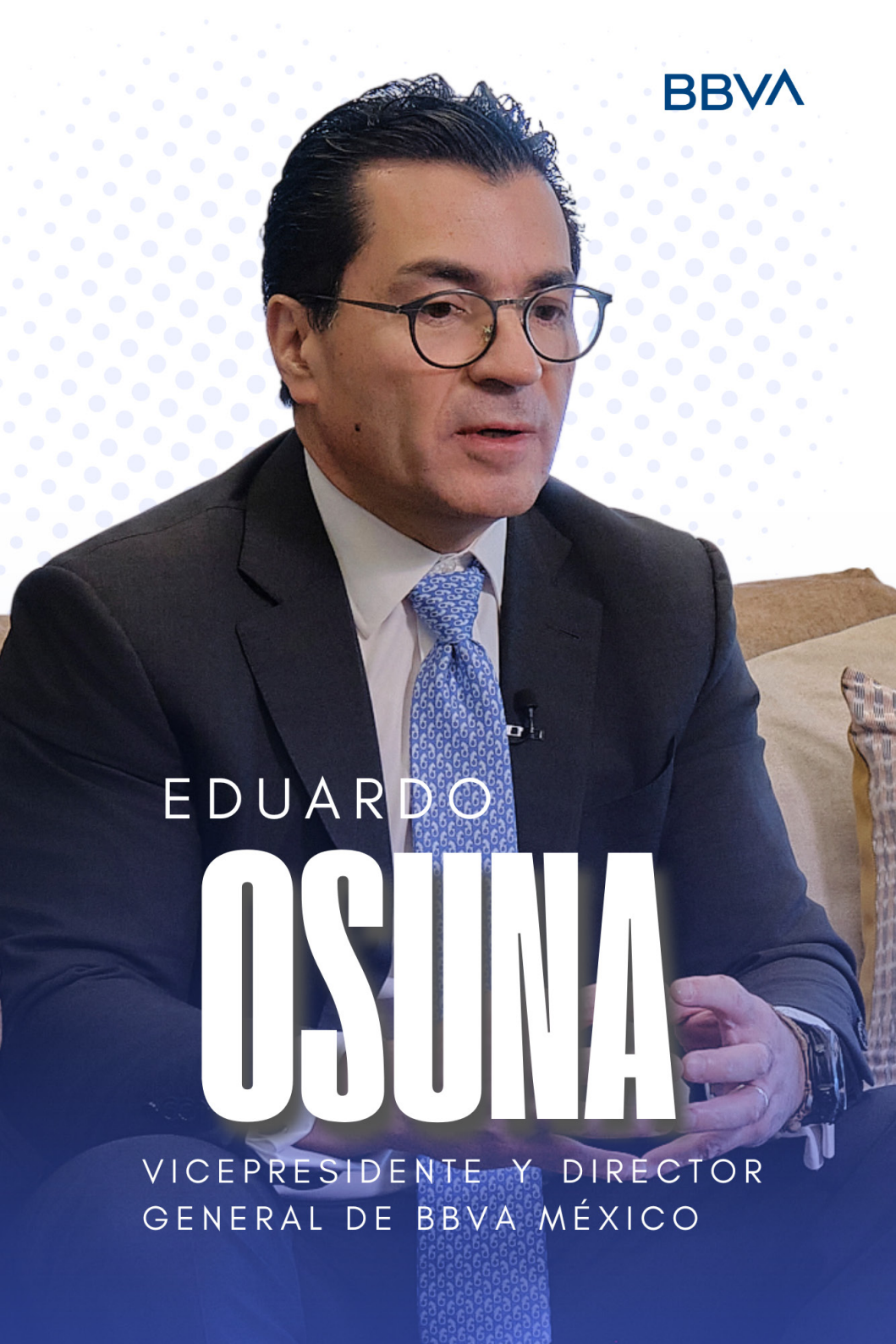
¡Atrévete a crecer!

Con el Seguro de
Crédito a la Vivienda,
protege cada crédito,
eleva la eficiencia de
tu institución, reduce
el riesgo y potencia la
oferta de valor para
tus clientes.



¡Contáctanos!

+52 5579 585158
info@genworth.com.mx
www.genworth.com.mx

A portrait of Eduardo Osuna, a middle-aged man with dark hair, wearing glasses, a dark suit, a white shirt, and a blue patterned tie. He is seated and looking slightly to the right. The background is white with a pattern of light blue dots. A blue gradient bar is at the bottom of the image.

EDUARDO

OSUNA

VICEPRESIDENTE Y DIRECTOR
GENERAL DE BBVA MÉXICO

El crédito depende de la capacidad de proyectos viables, reducir informalidad y sostener la confianza.- Eduardo Osuna Osuna



Mariel Zúñiga

El Vicepresidente y Director general de BBVA México enfatiza el interés del banco en los segmentos de población menos bancarizados

Ante perspectivas de crecimiento de la economía de 1.8% el reto no es sólo crecer sino lograr expansión del crédito que dependerá dijo Eduardo Osuna Osuna, vicepresidente y Director General de BBVA México.

En entrevista exclusiva afirmó que el que el crédito no va a expandirse por inercia: “va a depender de la capacidad de generar proyectos viables, reducir la informalidad y de sostener la confianza.

“El desafío para la banca es doble: mantener una originación responsable en consumo y vivienda, y al mismo tiempo acompañar al sector empresarial en un momento donde la inversión todavía muestra debilidad”.

Confío en que la oportunidad está en que México tiene condiciones estructurales para acelerar si se ejecutan bien los planes de infraestructura y la agenda industrial.

“El diagnóstico es correcto; lo que marcará la diferencia es la ejecución con certidumbre. Hablo de reglas claras, tiempos definidos, energía disponible, gestión del agua y procesos ágiles que permitan que el capital privado fluya. Si eso ocurre, la banca puede ser un catalizador relevante: estructurando financiamiento de largo plazo, impulsando esquemas de garantías y, sobre todo, integrando a las pymes a las cadenas de valor donde hoy está la mayor oportunidad de crecimiento”.

Es prioridad fortalecer el marco robusto que ya tiene México en PLD

De acuerdo al directivo México cuenta con un marco robusto de prevención de lavado de dinero, alineado a estándares internacionales por lo que la prioridad hoy es seguir fortaleciendo su efectividad y su capacidad de anticipación.

“Eso implica profundizar la coordinación técnica entre autoridades —

como la UIF y la CNBV— y el sector financiero, con equipos cada vez más especializados y uso intensivo de analítica avanzada para detectar patrones de riesgo de manera más oportuna.

“También es clave consolidar un enfoque verdaderamente basado en riesgos. No todos los productos ni todos los segmentos tienen el mismo nivel de exposición, y la supervisión debe concentrar recursos donde el riesgo es mayor”.

Y por otra parte, aseveró que al contrario debe evitarse fricciones innecesarias en productos de bajo riesgo que son fundamentales para la inclusión financiera.

“El objetivo es claro: mayor trazabilidad, mejor monitoreo y debida diligencia efectiva, con reglas claras y aplicación consistente para todo el sistema”.

La banca debe ir hacia la digitalización y menor dependencia del efectivo

La siguiente etapa para la banca es acelerar la digitalización de la economía. Eso implica avanzar hacia una menor dependencia del efectivo mediante mayor interoperabilidad entre bancos, estándares comunes que simplifiquen la experiencia de cobro y pago, y una expansión decidida de la aceptación digital en pequeños comercios.

Afirmó que el objetivo es reducir fricciones para que cobrar y pagar sea más simple, más conveniente y, cada vez más, sin costo en los canales digitales para las personas.

“Esta transformación tiene un habilitador central: la confianza sistémica. Para sostenerla, la banca debe seguir invirtiendo en ciberseguridad, analítica avanzada y prevención de fraude, pero también en procesos más ágiles y experiencias digitales más intuitivas que hagan que operar dentro del sistema financiero formal sea más fácil que hacerlo fuera de él. Cuando eliminamos fricciones operativas y económicas, aceleramos inclusión y formalización.

“Hacia adelante, veo una banca que evoluciona de intermediario financiero tradicional a plataforma de servicios basada en datos, capaz de acompañar a personas y empresas con soluciones más personalizadas y financiamiento más oportuno. En materia de crédito productivo, la banca está lista: hay capital, liquidez y apetito para financiar infraestructura y proyectos estratégicos. El desafío hoy no es la capacidad del sistema financiero, sino generar un mayor flujo de proyectos bien estructurados y

bancables”.

Aseveró que la coordinación es clave. Y allí el gobierno tiene un papel central en dar certidumbre, acelerar permisos, definir reglas claras y detonar portafolios ejecutables. La banca —comercial y de desarrollo— puede acompañar estructurando financiamiento, esquemas de garantías y modelos de asociación que permitan convertir ahorro en inversión productiva.

Las estrategias que han fortalecido a su institución

Osuna Osuna cabeza en BBVA México afirmó que su fortaleza se basa en tres decisiones estratégicas consistentes en el tiempo:

La primera es una inversión sostenida en tecnología y datos, a la que recientemente han incorporado de forma más decidida capacidades de inteligencia artificial. Esto mejora la experiencia del cliente pero también permite tomar decisiones de riesgo más precisas y operar con mayor eficiencia.

La segunda es un modelo híbrido que combina liderazgo digital con cercanía humana cuando el cliente lo necesita.

“Hoy la mayoría de nuestras interacciones son digitales, pero mantenemos presencia territorial y acompañamiento especializado para familias, mipymes y empresas. Esa combinación nos permite crecer y, al mismo tiempo, ampliar la inclusión financiera”.

La tercera es la disciplina en gestión de riesgos

“Crecemos con prudencia, manteniendo calidad de cartera y niveles de capital sólidos, lo que nos da resiliencia incluso en entornos de menor crecimiento.

“La suma de tecnología, cercanía y una cultura de riesgo responsable es lo que ha fortalecido a la institución y nos permite sostener una agenda de crecimiento rentable y sostenible”.

Banco universal que se amplía en segmentos menos bancarizados

“Somos un banco universal: atendemos a familias e individuos, mipymes, empresas y gobiernos. Pero hoy nuestro foco de crecimiento en número de clientes está en los segmentos menos bancarizados: personas que aún están fuera del sistema financiero y mipymes que operan con baja

formalización o baja digitalización”, afirmó.

Abundó que en las mipymes, el acompañamiento comienza desde etapas muy tempranas, incluso cuando alguien está iniciando un emprendimiento.

“Facilitamos la apertura de cuentas digitales, herramientas simples de cobro y administración, y soluciones como “Zona de Cobro”, que convierte el celular en una terminal punto de venta. Eso permite empezar a generar historial transaccional y, a partir de ahí, acceder gradualmente a financiamiento”.

Explicó que para las personas, el énfasis está en ampliar el acceso con soluciones digitales simples, con menos fricciones y cada vez más accesibles desde el celular. Ahí es donde vemos el mayor potencial de crecimiento del sistema financiero en los próximos años.

¿Las prioridades de BBVA a cinco años? “Enfocarse en el cliente”

“En los próximos cinco años nuestra prioridad es muy clara: llevar al máximo una visión radical hacia el cliente. Eso implica rediseñar procesos de punta a punta para eliminar fricciones, anticipar necesidades y asegurar que cada interacción —digital o presencial— sea simple, rápida y consistente. No se trata solo de tener la mejor app, sino de garantizar la mejor experiencia integral”, apuntó el banquero.

Explicó que la segunda prioridad es acompañar a las empresas para exponenciar la inversión productiva a través de soluciones digitales, esquemas que integren cadenas de valor y financiamiento estructurado. “El sistema financiero tiene capacidad y capital; el reto es convertir oportunidades en proyectos financiables y ejecutables”.

Abundó que la tercera prioridad es mantener la sostenibilidad como motor de crecimiento, con un enfoque muy concreto en inclusión financiera: bancarizar a más personas que hoy están fuera del sistema y acelerar la digitalización de las mipymes para que operen con mayor eficiencia y puedan acceder a financiamiento.

“Y finalmente, maximizar el potencial de la inteligencia artificial y la innovación. La IA no es un proyecto aislado, es una capa transversal que nos permitirá personalizar productos, mejorar la gestión de riesgos y operar con mayor eficiencia. Esa combinación —cliente en el centro, impulso a la inversión, inclusión con digitalización e innovación tecnológica— es nuestra hoja de ruta para los próximos años”, precisó.

TOMÁS

EHRENBERG

DIRECTOR GENERAL DEL
GRUPO FINANCIERO BX+

Banca con solidez extraordinaria.- Tomás Ehrenberg, Director General de BX+



Mariel Zúñiga

**La banca debe ser un motor para el crecimiento del país*; Hoy observan síntomas de reactivación y grandes proyectos como el Plan México
Son, dijo, un buen interlocutor con el gobierno*

La banca mexicana tiene una solidez extraordinaria, afirmó Tomás Ehrenberg, director general de Banco BX+ que aseveró que además interactúa mucho con el gobierno federal y que ven claros síntomas de reactivación económica con proyectos clave como el Plan México.

“Los índices de capitalización, los índices de cartera vencida, incluso los crecimientos de cartera siguen estando por arriba del múltiplo del crédito. Yo creo que la banca debe de ser un motor para el crecimiento del país.

“Hemos estado interactuando mucho con el gobierno federal, con todo el plan México. Hemos estado muy intensamente interactuando y creo que empieza a haber claros síntomas de reactivación. Cuando vemos el año pasado, el 25, una de las cosas que se ven mal es la falta de inversión”, aseveró.

En la entrevista admitió que esa falta de inversión es también motor del crédito, o al revés, “el crédito es motor de la inversión”.

“El dato del año pasado no es bueno, pero compara contra un 2024 que fue extraordinario en la parte de inversión del sector gobierno por todo el esfuerzo para terminar las obras icónicas.

“Necesitamos más... tristemente el Producto Interno Bruto anda creciendo 0.5... sigue siendo un crecimiento pobre”, precisó.

El directivo presentó sus estimaciones para este 2026: PIB del 1.5, “ojalá fuera mucho más, debíamos estar creciendo 3% para una economía como la nuestra”.

Debe combatirse la informalidad

“Hemos tenido conversaciones al más alto nivel. Necesitamos ver cómo bajamos el efectivo y la circulación. Buscamos que las pymes sean fiscalmente responsables, que puedan operar con los costos registrados y bajar el uso del efectivo.

“Hicimos una sugerencia de tratar de ayudarles a resolver el tema del costo laboral, el ir a un impuesto único, entre todo lo que el impuesto estatal denomina el ISR. Y que a cierto tamaño de 13 pudiera ser menos oneroso, porque la medida en que ellos puedan contratar formalmente a sus empleados, también contribuye a formalizarse ellos y entonces tener acceso al crédito”, explicó.

Digitalización, educación, inclusión financiera

Además, platicó, estamos trabajando mucho en avanzar en la digitalización. Junto con eso hemos trabajado mucho en avanzar en la educación financiera.

“Estamos siendo muy activos, porque todos están medio entrelazados: Si no hay educación financiera o no hay la percepción del valor de la formalidad para poder acceder al crédito y entonces poder crecer más; eso tiene que ver con la capacidad de contratar formalmente a tus empleados.

“La oportunidad es enorme. Veo y celebro todos los esfuerzos que se están haciendo para mejorar la infraestructura: mejor suministro de energía eléctrica, mejores viabilidades, accesos, el resolver el tema del agua. Todos esos van a ser motores para el crecimiento. Tenemos, desde mi punto de vista, una posición única”.

La apuesta al Tratado de Libre Comercio

Independientemente de qué pase con el Tratado, vamos a tener una posición de privilegio.

“Sabemos que el mercado norteamericano es chino. Entonces, ahí creo que vamos a estar en una porción de privilegio. Lo que sí da el Tratado es certidumbre. Y esa certidumbre sí la necesitamos para acelerar la inversión”, afirmó.

Crecimiento y luego crédito o ¿al revés?

Es el dilema del huevo o la gallina, qué es primero?. La verdad es que creo que fundamentalmente se están tomando las acciones correctas. “La verdad”, dijo es que veo la actividad de la banca de desarrollo muy intensa. Y diría el doctor Roberto Blasen impulsando estos esquemas de garantías al 70% enfocados a las Pymes, ¿no? Es un crédito de máximo 20 millones de pesos.

“Y ese, no tengo duda que va a funcionar. Nos ha costado un poco de trabajo echarlo a andar porque uno no es hacer el anuncio y jalar, ¿no? Pues sí, trabajarlo. Hay que cambiar cosas internas de los propios bancos, nuestros propios programas de crédito”, afirmó.

El banquero reconoció que hay varias cosas que toman algo de tiempo, pero apostó a que acelerarán su ritmo como el trabajo con banca de desarrollo y la infraestructura.

“Tanto con Nafin como con Bancomext. Y eso va a generar impacto a ese sector. Sin embargo, para ir a inversiones más significativas como naves industriales para el nearshoring, necesitamos asegurar que crece en la capacidad de energía eléctrica, que crece en las capacidades de comunicación (carreteras, puertos, etc).

“Y bueno, pues ya se anunció el programa a cinco años de resto del sexenio de inversión millonaria que deseamos sí se materialice”.

Buen interlocutor con el gobierno

Thomas Ehrenberg aseveró que la banca es un buen interlocutor y tiene buena comunicación con el gobierno, que apostó, debe empezar a dar resultados.

“Lo que creo que también pasa es que sigue habiendo, digamos, de repente actividades en el Congreso, iniciativas que desvían a veces la atención, pero la interlocución con la Secretaría de Hacienda, con la propia Presidencia, con la Banca de Desarrollo claramente es intensa, es cordial, y es siguiendo el mismo objetivo que tiene”, afirmó.

Prioridades

El banquero aseveró que por supuesto es prioridad adoptar todas las medidas PLD.

“Tras la sorpresa del año pasado que concluyó básicamente con la vida de tres financieros, que prácticamente ya no están, se mandó un mensaje clarísimo a todo el sistema, y todos hemos realmente dado una respuesta contundente de lo relevante que es el tema de la prevención del dado dinero, y con el interés del KYC, pero ahora con una segunda C.

“Conocer el cliente de tu cliente sí tiene un calado profundo, porque ya no es conocer al cliente, sino conocer ese cliente con que el cliente está trabajando, y eso sí le da una dimensión muy relevante”.

Explicó que en este grupo financiero prácticamente triplicaron el tamaño del área de prevención del dado dinero, todo lo que es contraloría y todo lo que es autoridad interna, y una de sus prioridades en las sesiones de inversión, precisó, es justo la inversión en sistemas y desarrollos.

“Es un proyecto complejo, porque incluía todo el sistema financiero, pero estamos caminando. Como señalas, no solo fuimos a Washington, sino que suscribimos un convenio de autorregulación para alinearnos a las organizaciones más distintas globales, y creo que eso ha generado mucha más factibilidad. Y con franqueza creo que eran cosas que teníamos que hacer”.

¿Qué más hay que hacer?

El panorama cambió, afirmó el directivo, y ahora hay nuevos competidores, las fintech, y nuevos bancos, digamos, digitales que están viniendo con ánimo a competir a México.

“Nuestra posición como Ve por Más siempre es bienvenida a la competencia porque lo único que hace es hacernos mejor.

“Es un cambio significativo porque por muchos años los bancos éramos los que éramos. Y si vemos la evolución en los últimos meses, hay nuevos y muy potentes integrantes al sistema financiero que van a estar compitiendo. Entre otras cosas, pues ya vimos la separación de Citi con Banamex, recientemente anuncios muy relevantes en un segundo paso

de Citi, vender realmente que Banamex sea una entidad totalmente independiente”.

Aseveró que el ecosistema se está enriqueciendo para bien. “nos ocupa la certeza jurídica, que es un tema que no podemos dejarlo que fuera”, afirmó y abundó:

“Estamos atentos a ver qué pasa. El riesgo fiscal es el que es y estamos trabajando así. Creo que dentro de todo eso hay oportunidades de hacer las cosas bien”.

Tribunales especializados.

El banquero reiteró esta gran petición de la banca para reforzar los Tribunales Especializados, que ya existen, “pero no existen en la realidad”.

Y explicó: “La verdad es que el crédito, como decía un jefe mío algún tiempo hace atrás, el chiste no es dar crédito, el chiste es cobrarlo. Totalmente de acuerdo. Y al final creo que lo que tenemos que tener claro es que lo que prestamos es dinero del ahorrador y nuestra responsabilidad es prestarlo en forma sólida y recuperarlo para volverlo a prestar”.

Afirmó que el entorno jurídico hace fácil o difícil esa recuperación.

“El costo del crédito está íntimamente relacionado a la recuperación del crédito del CDO. Y cuando ves a la industria el crédito del CDO es de dos y medio por ciento, que es un número razonable, pero el costo de recuperar es relativamente más alto en los tiempos. Los tiempos que toma un juicio son más largos, menos eficientes, porque hay una oportunidad, como decía yo, dos y medio es bastante bajo.

“Sí, habrá que ver cómo funciona en la práctica el nuevo poder judicial”, afirmó.

BX+ tiene como estrategia una relación integral con el cliente



Victor M Ortiz Niño



TOMÁS EHRENBURG

Director general del Grupo
Financiero Ve por Más (BX+).

Llevamos 22 años con el modelo de buscar construir una relación integral con el cliente, no lo queremos ver en una sola transacción, sino buscar darle todos los servicios que podemos con tranquilidad, distinguarnos por tiempos de respuesta y calidad del servicio, señaló en plática con Multimedia en Concreto, Tomás Ehrenberg, director general del Grupo Financiero Ve por Más (BX+).

“Es una visión más parecida a las financieras tecnológicas (Fintech) y bancos digitales, que, a los bancos tradicionales, porque así nacimos, cuando se obtiene la licencia bancaria en el 2003 y empezamos a operar en el 2004, cuando nos comparas con otras instituciones, somos un banco joven, ya que estamos cerrando nuestros 22 años de vida”.

“Nuestro modelo de negocio está conceptualizado a ser básicamente un banco digital, tenemos un altísimo porcentaje de nuestra transaccionalidad e interacción, principalmente de forma digital, tenemos

menos de 20 sucursales de forma física, pero con lo indispensable para realizar transacciones, porque creemos que podemos interactuar con nuestros clientes perfectamente en plataformas digitales, además de que buscamos relacionarnos sin que tengan que ir a una sucursal”, enunció Ehrenberg.

Añadió que siempre tienen la ambición de crecer y hacerlo más que el mercado, ejemplificando con que el año pasado el mercado de personas morales creció el 5 por ciento y ellos más del 16 por ciento, en hipotecas el mercado creció 6.4 por ciento y su grupo el 9 por ciento.

La atención al cliente la dividen en dos grandes segmentos: el correspondiente al de personas morales y el de las personas físicas, pero su organización está basada en servir al cliente, independientemente de en qué razón social lo registren y atiendan.

El mundo de las personas morales, tienen la banca de relación y lo segmentan en función del tipo que sea: comercio, industria, hotel, o si es parte del negocio agropecuario, para construir una fuerza de ventas especializada en los diferentes segmentos donde la masa crítica da, y donde no la da, se tiene un ejecutivo que tiene apoyos que asimismo, atienden a estas empresas mediante un negocio basado en el producto: arrendadora, aseguradora, negocio fiduciario y una red especializada en hipotecas.

Esas redes de fuerzas de ventas especializadas también asesoran a la red que está basada en la relación; por lo que, si eres una persona moral y quieres un arrendamiento, el especialista que te atiende se trae al especialista de arrendamiento y lo atienden juntos.

En el lado de las personas físicas, las segmentaciones son en función de la capacidad de ahorro del cliente y se atienden en la casa de bolsa o en el banco.

Si un cliente, personas físicas, por alguna razón necesita efectivo, le damos una tarjeta de débito y pueden retirar en cualquier cajero del

sistema financiero y no les cuesta nada, porque ellos pagan la comisión, por lo que Bx+ es el banco con más cajeros del sistema financiero, porque nuestros clientes pueden usar toda la red.

El ejecutivo señaló que la segmentación de clientes no tiene nada que ver con la estructura corporativa, por lo que, si se es un cliente de persona física, el responsable de atender a las personas físicas puede operar en la casa de bolsa o en el banco o en la arrendadora y no se miden por razones sociales, sino segmentos de cliente, lo que evita muchos conflictos.

Puntualizó que cuando un cliente hace una apertura de cuenta, prácticamente se puede hacer en forma remota, digital y lo que buscan es que sus ejecutivos vayan a visitar al cliente, donde el cliente quiera, en una cafetería, en su casa o es en su oficina.

“Vengan a BX+ porque somos el banco que te mereces, realmente creemos que tenemos una oferta diferenciada, el cliente para nosotros es lo más importante en toda la organización, y tenemos una oferta que realmente es superior a la de nuestros competidores, y por eso podemos crecer al doble del mercado. Entonces, que vengan al banco que se merecen”, señaló Tomás Ehrenberg.

La inteligencia artificial no sustituye tu operación **La transforma.**

En **Cibergestión** integramos IA, tecnología especializada y modelos operativos para acelerar procesos, estandarizar validaciones y **mejorar la experiencia en el negocio financiero.**

Desde la originación hasta la gestión documental y operativa, ayudamos a las instituciones a reducir fricción, ganar trazabilidad y escalar con mayor control.

**Transformemos juntos la operación financiera
con inteligencia aplicada.**



JORGE
ARCE GAMA

DIRECTOR GENERAL DEL
GRUPO FINANCIERO HSBC

HSBC prioriza la digitalización



Maríel Zúñiga

Además se propone fortalecer la seguridad de las operaciones, mejorar la experiencia del cliente y apoyar a pymes

Para los próximos cinco años, la prioridad para HSBC es consolidar la digitalización de servicios, mejorar la experiencia del cliente y fortalecer la seguridad en todas las operaciones.

Así, Jorge Arce Gama, director general del Grupo Financiero HSBC en México afirmó que se busca seguir adaptando la red física para estar donde realmente están los clientes, apoyar el crecimiento de las pymes a través de crédito y soluciones digitales, y mantener una gestión de riesgos robusta.

Las estrategias que han fortalecido a HSBC

Precisó que las estrategias que han fortalecido a la institución incluyen una apuesta clara por la digitalización, la inversión en tecnología avanzada para la prevención de riesgos, y un enfoque muy selectivo en los segmentos de clientes donde realmente se puede ofrecer valor.

“También ha sido clave el diálogo constante con autoridades y la adaptación rápida a los cambios regulatorios. La institución ha priorizado la capacitación de su personal y la mejora continua de sus controles internos, además de mantener una oferta integral para clientes premium y empresas con operaciones internacionales”.

Oportunidades para el sector bancario: abierta la puerta para nuevos modelos de negocio

“El reto es adaptarse a un entorno cambiante y competitivo, aprovechando la tecnología, la colaboración y la especialización para crecer, innovar y fortalecer a la economía mexicana. La clave está en ser ágiles, prudentes y proactivos, sin perder de vista la importancia de la inclusión y la formalización”, afirmó.

El directivo de HSBC abundó que la economía mexicana ofrece grandes oportunidades, es atractiva para la inversión extranjera; el fortalecimiento del peso y la consolidación fiscal han generado confianza; hay un esquema claro de cómo pueden participar la iniciativa privada y el sector público en proyectos de infraestructura y vemos que la digitalización de servicios financieros abre la puerta a nuevos modelos de negocio y a mayor inclusión financiera.

Regulación para prevenir lavado de dinero

Jorge Arce precisó que en materia de prevención de lavado de dinero, lo prioritario es asegurarse de cumplir con las regulaciones locales pero también con las expectativas y regulaciones internacionales.

“Hay que fortalecer los sistemas internos, actualizar políticas y asegurarnos de que los controles evolucionen al ritmo de las nuevas tipologías de crimen financiero, con el objeto de anticiparnos, de estar un paso adelante.

“Es fundamental conocer bien a nuestros clientes, su transaccionalidad, trabajar en conjunto con autoridades y estar atentos a tendencias globales.

La capacitación constante de nuestros colaboradores y la inversión en tecnología, como Inteligencia Artificial y Machine Learning, son clave para anticipar riesgos y proteger tanto a la institución como a los clientes”.

La banca también debe avanzar en la digitalización y bancarización

De acuerdo con Arce Gama líder de HSBC México la banca necesita seguir avanzando en la digitalización, en incorporar a más gente al sistema financiero, a través de cuentas bancarias, y contribuir así a la formalización de la economía.

“La banca debe ser más ágil para responder a las necesidades de los clientes y seguir financiando el crecimiento del país, las personas y las empresas”.

Los nichos de HSBC: acompañando a los clientes

En el sector consumo, el banco en México está enfocado principalmente en el segmento afluente hacia arriba: clase media en crecimiento, profesionistas, dueños de negocios y clientes que buscan servicios premium, como créditos hipotecarios, seguros, inversiones y productos internacionales.

Así también, precisó el director de HSBC México, en la parte mayorista, el banco se enfoca a empresas que requieren soluciones en pagos internacionales, colocación de deuda en México y el extranjero y comercio exterior. Al ser un banco global o, queremos ser el banco que acompañe a nuestros clientes cuando vienen de afuera para operar en México y cuando van de México a operar en otro país.



FELIPE GARCÍA

ASCENSO

DIRECTOR GENERAL DEL
GRUPO FINANCIERO
SANTANDER EN MÉXICO

Santander cómodo con avances; apostará a la infraestructura



Mariel Zúñiga

Felipe García Ascencio, Director General del Grupo Financiero en México expresó interés por el Plan México, pymes y nearshoring 2.0

Felipe García Ascencio, director general del Grupo Financiero Santander en México confió en que con un crecimiento ligeramente mayor al 2025 Santander seguirá posicionándose donde tiene presencia en el mercado y apostará al Plan México en proyectos de infraestructura y a pymes.

“La realidad es que nos sentimos muy cómodos prestándole a individuos, a empresas, en todos los segmentos en donde tenemos una participación en el mercado. Estamos muy contentos y queremos seguir creciendo en Pymes, queremos seguir creciendo en proyectos de infraestructura, en particular de carreteras, energía, puertos, agua.

“Estamos muy alineados con lo que es el Plan México y te diría que todo el gremio, muy alineados con las prioridades de las autoridades y pensamos que es lo mejor para México. Necesitamos invertir mucho en energía e infraestructura. Pensamos que tarde o temprano, cuando se acabe negociando el tratado con Estados Unidos y Canadá, ya sea que sea juntos o cada uno por su lado, México acabará teniendo mejores condiciones comerciales vs el resto de nuestros competidores”.

Apostó como el resto de los directivos de la banca a las exportaciones y también a la consolidación como el importador de origen número uno en Estados Unidos.

“Esta integración sigue, eventualmente estaremos hablando del Nearshoring 2.0 y para poder tomar todo el potencial de esa oportunidad necesitamos desde ya tener mayores proyectos de infraestructura, de energía para que puedan acompañar a esa inversión que viene. Entonces estamos optimistas, pensamos que vienen mejores años para México.

“La incertidumbre de los aranceles sí han metido ruido, tanto a inversionistas como a consumidores, los índices de confianza han caído, pero bueno, seguimos viendo muchísimo interés de inversionistas mexicanos, de

inversionistas extranjeros, de las afores, de las aseguradoras, de invertir en proyectos en México. Entonces estamos optimistas, la banca está muy sana, tenemos niveles de capitalización muy altos, muy sanos, balances muy sanos, entonces estamos listos para acompañar lo que ojalá sea un mayor crecimiento de la economía mexicana”.

Hay competencia sana en México

Actualmente la competencia en México, afirmó, es más variada y tan fuerte como nunca.

“La verdad es que tenemos una competencia pues obviamente fuerte en México, una competencia sana. Tenemos bancos tradicionales con los cuales venimos compitiendo hace muchas décadas y que hacen un muy buen trabajo.

“Y también tenemos nuevos jugadores en el espacio 100% digital que también hacen un muy buen trabajo. Toda esta presión que nos ponemos unos a otros y que nos llevan a mejorar y a cada vez darle más beneficios a nuestros clientes. Por ejemplo, recientemente anunciamos que llevamos las comisiones para transferencias internacionales a cero”.

Así, se refirió a cómo Santander lanzó en México como primer país el primer banco sin cobro de éstas comisiones.

“Hemos visto una muy muy buena respuesta de nuestros clientes. Entonces, bueno, esta sana competencia nos lleva a cada vez darle mejor servicio y mejores productos a nuestros clientes”.

Principales logros al frente

Santander tiene 28 mil colaboradores. Y García Ascencio es Director general del Grupo en México desde 2022.

“Hemos hecho un plan de transformación bastante profundo, hemos hecho un cambio de perfiles importante, estamos trabajando de una forma más ágil, estamos trabajando mucho más con el grupo y tomando mejores experiencias y mejores prácticas de otros países, en algunos casos importando, en algunos casos exportando, e invirtiendo mucho en hacer plataformas globales y plataformas comunes”,

Dijo y expicó que esto ha llevado a ahorros en el gasto en términos de tecnología y eficiencias, lo cual se ha reflejado en un muy buen performance de la acción.

“Si tú ves la acción, se ha más que duplicado en los últimos 12 meses y se ha quintuplicado en los últimos cuatro años. Entonces, el Grupo ha hecho una muy buena estrategia, hemos entregado los números que prometimos y bueno, esto ha llevado a que el grupo vaya por buen camino”

Así Santander Grupo internacional vendió un banco en Polonia; está buscando comprar uno en Estados Unidos y compró también una parte importante de un banco en el Reino Unido, con lo cual suma presencia en nueve países.

“En México pensamos que tenemos una propuesta muy diferencial a nuestros competidores, tenemos tanto el banco como OpenBank, que es una plataforma 100% digital y bueno, pensamos que esto nos está ayudando mucho con nuestros clientes”.

Estilo de dirección alineada a Ana Botín y a Héctor Grisi

Explicó que el estilo de dirección bien definido con Ana Botín, la presidenta del Consejo, Héctor Grisi y el consejero delegado, y lo que se ha ido trabajando en México.

“Es una estructura, te diría, tratamos de que sea cada vez más plana, que todo mundo pueda opinar, que todo mundo pueda ser escuchado, que se pueda innovar, que se pueda ser creativos y que en todo momento busquemos ser los mejores en la industria en cada uno de las cosas que hacemos, en cada uno de los mercados en donde estamos y con cada uno de los productos y servicios financieros que le ofrecemos a nuestros clientes.

“Busquemos que estén muy contentos nuestros colaboradores y que nos logremos diferenciar con los clientes”.

Santander México invierte y se enfoca en productos y servicios



Victor M Ortiz Niño



FELIPE GARCÍA

Director general del Grupo
Financiero Santander en México

Banco Santander pone mucha atención a Norteamérica, porque México y Estados Unidos son los mercados en donde se ve más crecimiento en los siguientes años, por ello compró Webster Financial Corporation, lo que lo ubica entre las diez principales entidades de banca minorista y de empresas en Estados Unidos, mientras que en México ha invertido y lo seguirá haciendo, con un programa en los últimos tres años de 2 mil millones de dólares y en los próximos tres tendrá un monto similar, señaló Felipe García Ascencio.

“Seguimos muy comprometidos con México y con seguir atendiendo a nuestros clientes actuales y futuros, estamos muy presentes en todos los sectores económicos, lo que hacemos es enfocarnos en que los productos y servicios sean cada vez mejores para crecer, por lo que estamos trabajando en varios frentes y diferentes ramas.

“Hay mucho por hacer, mucho por trabajar, seguimos muy enfocados

en invertir en tecnología, en hacer cada vez más productos y servicios, ponerlos disponibles en la aplicación digital, que viene funcionando muy bien, sentimos que ya es prácticamente lo mejor que hay en el mercado; para ello traer todas las mejores prácticas del resto de los países en donde tenemos presencias”, manifestó el Director General del Grupo Financiero Santander México.

El ejecutivo comentó a Multimedia en Concreto que van a seguir trayendo muchos inversionistas de fuera a México y llevando a muchos productores mexicanos a otras latitudes, por lo que han estado trabajado con las autoridades para apoyar aún más a pequeños productores mexicanos, para que puedan vender sus productos en el País, a fin de sustituir importaciones que pudieran venir de Asia, que probablemente pueden tener un arancel.

También recordó que cubren prácticamente todos los servicios financieros de México, ya que cuentan con aseguradora, otorgan préstamos a empresas, Pymes, MiPymes, instituciones públicas, instituciones privadas, corporativos grandes, además de créditos a individuos, hipotecas, de autos, al consumo, a la nómina; además de GetNet, que transforma los dispositivos móviles Android en terminales de pago digitales, permitiendo a comercios de todos los tamaños aceptar pagos sin contacto y Tuio, plataforma 100 por ciento de inclusión financiera, en la cual el 90 por ciento de los clientes son mujeres, otorgando desde su nacimiento, alrededor del 2017, 1.5 millones de créditos.

Un aspecto de su diversificación fue el lanzamiento de OpenBank, banco 100 por ciento digital que ya opera en Europa y Estados Unidos, el cual está dirigido a la gente joven o nativa digital que no quiere ir a una sucursal y quiere un servicio 100 por ciento digital, lo que les permite competir con aquellos jugadores que ofrecen productos 100 por ciento digitales.

Asimismo, señaló que recientemente se presentó la Fundación Santander México, la cual representa el compromiso del Banco con la movilidad social, el desarrollo sostenible y la colaboración intersectorial, buscando generar soluciones sistémicas y sostenibles a los principales

desafíos sociales del país a través de asociaciones civiles.

Su enfoque está centrado en el impulso a (i) grupos vulnerables, principalmente jóvenes y mujeres; (ii) la educación financiera; (iii) investigación en salud, (iv) conservación del medioambiente con especial atención en el cuidado del agua y de los suelos y (v) ayuda humanitaria oportuna ante desastres priorizando la sociedad civil.

“El sistema financiero mexicano es muy sano, está muy bien capitalizado, por lo que el público debe estar muy tranquilo; asimismo, deben participar en el mismo ya que entre más tengamos información sobre ustedes y tengamos datos de cómo se comportan, les vamos a poder dar crédito y acompañar a que logren sus sueños, sus metas”.

“Conozcan los productos, conozcan todas las alternativas, le dedicamos también mucho tiempo y esfuerzo a educación financiera para tener finanzas sanas y saber cuándo es bueno tomar crédito, bajo qué condiciones y con qué montos, le dedicamos también muchos recursos a tratar de minimizar lo más posible los riesgos de fraude y estamos trabajando arduamente para mejorar la experiencia de los clientes, el que puedan hacer todo de una forma digital, muy ágil, muy rápida y estamos muy comprometidos con ello” dijo García Ascencio.

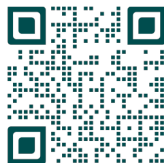


Banco
Inmobiliario
Mexicano

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

¡Contáctanos!



Centro de Atención Telefónica:

800 227 4000

bim.mx



EL BANCO DE LOS EXPERTOS
EN ATENCIÓN PERSONAL



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

A portrait of a man with dark hair and glasses, wearing a dark suit, light blue shirt, and red tie. The background is white with a pattern of grey dots. The BIM logo is in the top right corner.

BIM

RODRIGO

PADILLA

DIRECTOR GENERAL DE BIM

La banca está en un punto de inflexión.- BIM



Mariel Zúñiga

Retos de la banca: desregulación, digitalización y ciberseguridad

Hay un par de desafíos: hablando del entorno mundial y la autorregulación, señaló Rodrigo Padilla, director de BIM quien aseveró que en la mesa la discusión está cómo crecer la participación del crédito, “puede ser como el punto de inflexión”.

“La banca, sin duda, si tenemos éxito en esto que nos hemos planteado como grupo, podemos hacer un cambio significativo en el crecimiento de nuestro país. Yo confío que así será y en ese sentido sería una gran noticia”, confió.

Además añadió que se lucha contra el lavado de dinero como parte del sistema financiero mundial.

“Eventualmente yo creo que lo vamos a ver incluso en la regulación en todos lados. Pero hoy ya no basta con conocer a tu cliente.

“Tienes que entender quién es el cliente de tu cliente y tienes que entender quién es el proveedor de tu cliente. Eso implica un reto tremendo para el sistema financiero y para la sociedad en general. Pero estoy completamente convencido de que somos más los buenos que los malos”.

El directivo indicó que en el país, la sociedad entera pugna por un país en calma, en donde la gente pueda realizarse y ver crecer a sus hijos en paz y de manera óptima. De tal forma que el esfuerzo va a valer la pena.

“Hemos estado haciendo muchos esfuerzos por hacer conciencia a nuestros clientes sobre cómo analizar a sus propios clientes. Empiezas a ver que se extiende esta práctica más allá del sistema financiero. Me parece que si lo hacemos bien como sociedad, vamos a tener en el mediano plazo una mejora en las condiciones de seguridad en el país”.

Autoregulación

Todos (en la banca) están buscando la manera de entender cómo analizar

más profundo el origen de los recursos, con quién tiene relaciones sus clientes. “Es una tendencia bastante marcada”.

“En cuanto a la competencia que existe entre los bancos, si comparamos México con la OCDE, de la cual somos miembros, o la penúltima o la última economía más pequeña en ese grupo, vas a ver que el monto del crédito bancario al sector privado es extremadamente pequeño. La banca en México es muy rentable, pero no necesariamente está teniendo el impacto que tiene que tener en la actividad económica. Hay mucha conciencia en la banca.

“Tiene grupos de trabajo cuyo objetivo es crecer la participación del crédito bancario al sector privado, crecer la participación de los créditos que se otorgan a pequeñas y medianas empresas. Me parece que el primer paso sin duda es entender el reto, entender que este es el problema. Y con las medidas que se están dando, me parece que será un muy buen primer paso hacia que se expanda la participación del crédito bancario al sector privado”.

Aseveró que toda la banca está consciente y busca cómo expandir el crédito al sector privado y a las pymes.

La informalidad, un lastre

“Tener una informalidad tan grande ocasiona una baja recaudación fiscal. Ocasiona una carencia de información para tomar decisiones crediticias. ¡Es un reto para el país!

“Para quienes han intentado atender la informalidad el mayor reto es la falta de información o la mala calidad de la información. Ésto hace mucho más costoso entonces que las empresas o esas personas pues se puedan financiar”.

Terminan financiándose fuera del sistema financiero. Y es mucho más caro, mucho más complicado y sin duda lastra el potencial de crecimiento de nuestro país. Pero ahí bueno, la banca puede hacer relativamente poco, podemos participar pues fomentando que los medios de pago sean más accesibles, que... Exactamente, de tal forma que hay un incentivo a la formalidad, pero es un trabajo que necesita hacer el país de manera estructural.

Digitalización, ciberseguridad

Con la digitalización se tiene que atender a toda la población.

“Hoy vemos gente en todos los grupos de edades usando herramientas digitales y está claro que con este nivel de competencia que hay hoy, se permite el espacio para que se especialice el modelo de atención en los diferentes nichos, que no necesariamente todos esperan lo mismo de una solución.

Veo que hay mucho potencial por ese camino. La nueva competencia también viene a cambiar mucho de la banca que tiene que ver con medios de pago, con tarjetas de crédito, con consumo, que sin duda es bienvenido, pero de nuevo, no vemos un crecimiento tan vigoroso en el crédito a los sectores empresariales, sean pequeños y medianos o grandes, sin irme a los grandes corporativos”.

El directivo se pronunció porque haya nuevos actores financiando a todo tipo de empresas

Además afirmó que otro reto importante que tiene la banca y el sistema financiero es la ciberseguridad.

“Conforme la tecnología avanza, tanto del lado productivo como del lado de los potenciales usos también crecen los riesgos.

“El tema de ciberseguridad es relevante hasta para las familias y los individuos. No necesariamente es un tema de conversación tan frecuente a ese nivel. Conforme toda nuestra vida se va volviendo digital, no solamente es la banca, es las compras, el detenimiento, etc. Se requiere en todo el mundo una mayor inversión”.

Brokers Hipotecarios: Aliados estratégicos de la banca para ampliar el acceso al crédito hipotecario.

En México, miles de familias buscan todos los días una oportunidad para adquirir su vivienda.

Los brokers hipotecarios **somos el puente que conecta ese sueño con las soluciones financieras que ofrece la banca.**

El **canal broker** es responsable del **44% de la originación hipotecaria** a nivel nacional.

Beneficios para el cliente al trabajar con un bróker hipotecario **CERTIFICADO**:

1 Asesoría certificada y capacitación continua

2 Conocimiento de todas las opciones hipotecarias

3 Análisis personalizado del perfil financiero

4 Comparativos claros para elegir la mejor alternativa

5 Acompañamiento desde la precalificación hasta la firma

6 Ahorro de tiempo y claridad en cada etapa del proceso

7 Mayor probabilidad de aprobación por expedientes completos y alineados

8 Servicio sin costo para el cliente

 **BRÓKER
ÉTICAMENTE
RESPONSABLE**

En esta **Convención Bancaria 2026**, la Asociación de Brókers Hipotecarios reafirma su compromiso de seguir colaborando estrechamente con la banca mexicana.

Asociación de Brokers Hipotecarios
Impulsando juntos el acceso responsable al crédito hipotecario en México.

En la **ABH** impulsamos el crecimiento y el valor que beneficia a la banca y a nuestros clientes.

DANIEL

BECKER

PRESIDENTE DEL CONSEJO Y
DIRECTOR GENERAL DE
GRUPO MIFEL

México con grandes oportunidades con EU y en el sector financiero.-

Daniel Becker



Mariel Zúñiga

El Presidente del Consejo y Director General del Grupo Mifel manifestó su inquietud por promover mejores condiciones para los clientes de la banca y también esquemas más accesibles para pymes

Para Daniel Becker Feldman México se ha convertido en el mayor exportador a Estados Unidos y ese país es el mayor importador para México “señal clara que la integración ya es mucho más allá de cualquier narrativa política”, afirmó y confió en que la revisión del TMEC le dé a México una oportunidad importante de crecimiento.

El presidente del Consejo y Director General de Grupo Mifel afirmó no obstante, que existen oportunidades relevantes para que los bancos incentiven a sus clientes y generen mejores condiciones de acceso al crédito también para las pymes y, por otro lado reaccionen cada uno a parámetros autoregulatorios que ya son obligados.

Oportunidades disruptivas para el sector bancario

“El sector bancario tiene oportunidades muy importantes. En otra conversación decía que por qué a pesar de que en México la penetración de crédito con respecto al PIB, a las familias, al sector productivo es del 38%, ¿por qué los bancos tienen tantas utilidades? Y yo creo que sobre todo los bancos de mayor tamaño... me parece que eso ha sido porque los depositantes han subsidiado mucho a estos bancos.

“...porque ya hoy tienes alternativas tanto en bancos como en financieras tecnológicas para obtener rendimientos mucho mayores de los que quedan los bancos tradicionales que tienen una capilaridad en toda la república, que es el caso de nosotros, iniciamos una cuenta en el 2024, hemos capturado más de medio millón de clientes, paga el 10%, no te cobra comisiones, es a la vista”, explicó.

Abundó que en México se está en ese punto de inflexión, donde empezaremos a ver un cambio de paradigma en términos de que los mexicanos cada vez van a poder ver y tener mayores ofertas en los productos.

“... porque creo que las utilidades hoy en México en primer orden vs poco rendimiento que reciben los depositantes, sobre todo en los grandes bancos y en segundo lugar por las altas condiciones que pagan, que cobramos con respecto a otras latitudes del mundo y creo que eso está empezando a modificarse.

“La pregunta es que tan rápido será... porque estoy seguro que conforme haya mayor comunicación y mayor educación financiera, tendremos mayor avance en esa sentida”.

Seis bancos con el 65% de la participación del mercado; pero bajo el interés por las pymes

Becker Feldman explicó que en México hay seis bancos que tienen el 65% o 70% de participación del mercado, con niveles de captación de recursos muy bajos, “así es mucho más fácil en términos de riesgo dar crédito al gobierno federal o a grandes empresas y correr y tener y acotar los riesgos y entonces los incentivos para atender a las pequeñas y medianas disminuyen”.

Y abundó que por ello la banca de desarrollo les pide a esas pymes grandes cantidades de garantía.

“...el incentivo hacia las pequeñas y medianas, sobre todo para los bancos que tienen capilaridad a todo lo largo de la República Mexicana, pues es bajo, porque pueden hacer una banca mucho menos arriesgada, con muy buenos retornos a partir de su escala y de su poder de mercado, entonces el incentivo de ir a las pequeñas y medianas disminuye.

“Agrégle que estamos hoy en un nuevo sistema de impartición de justicia que no sabemos todavía cómo va a aterrizar y cómo se va a decantar, entonces si le sumas a esta fuerza, a este poder de mercado de algunos bancos, sumado a que se cambió el Estado de Derecho y que nadie tiene claro cómo va a acabar decantándose, pues yo creo que lo que estás viendo es que va a ser difícil penetrar la verdad de forma acelerada en las pequeñas y medianas. Y súmale otro elemento, la informalidad”, advirtió.

Así explicó que aunque cada vez hay más herramientas y datos alternativos y cada banco genera análisis de datos, se tiene que ver la forma de facilitar el crédito para pymes.

“Incluso yo diría, hay un cuarto elemento, la propia regulación. Entonces si le sumas a esos cuatro factores, bueno hay oportunidades, pero no es precisamente el mundo más fácil hoy para las pymes en términos de poder..”.

Hay oportunidades para cada banco; pero no es viable ser 100% digital

Afirmó que México no es un país que esté listo para tener un banco completamente digital.

“Ya vimos que los bancos ya llegaron a su límite. Sí, y sobre todo, también no se puede hablar de un México homogéneo e igual, hay un México con diferentes edades, es un México joven, también con diferentes ingresos, bastante asimétrico. Yo creo que cada banco tendrá diferentes oportunidades y sus propios legados, sus propios sistemas legados y sus propios legados de su estructura de costos generarán oportunidades y amenazas distintas.

Precisó que Mifel tiene un tamaño “óptimo” en términos de tener alrededor de 120 sucursales en 25 estados de la República; lo que les da una “muy buena huella”. Este tamaño les permite tener una estructura de costos mucho más acotada y desarrollar dentro de su misma licencia de banco un ecosistema digital distinto al ecosistema de ladrillo y cortero.

“Entonces para nosotros capturar un cliente de forma digital cuesta 20 centavos en lugar de 20 pesos de ir a una sucursal, que es lo que más o menos se calcula, y nosotros hemos tenido una adopción de clientes digitales nativos de forma acelerada”.

“En ese sentido, para un banco que logre consolidar muy bien su ecosistema híbrido, con su ecosistema de ladrillo y cortero, esos creo que, en este caso, yo creo que para nosotros es una gran oportunidad, porque además nosotros sí vamos a poderle trasladar al depositante mejor rendimiento, porque nuestra estructura de costos no nos permite. Entonces, para nosotros, a pesar de que la economía crezca poco, pensamos que podemos capturar una parte importante del mercado actual, a pesar de que la economía no crezca poco”.

Obligadas las medidas autoregulatorias

Aseveró que a partir de los señalamientos hacia tres bancos mexicanos y una Casa de Bolsa por lavado de dinero cada banco estará tomando medidas, “depende del perfil de riesgo que tenga cada banco”, dijo y agregó:

“Nosotros lo separamos por clientes de color verde, clientes de color ámbar y clientes de color rojo. Los clientes de color rojo a través de listas. Todas las listas estas que ya se generan a través de diferentes instancias, hay listas rojas que para nosotros son intocables, hay listas ámbar que luego pueden estar un poco, que tienen derecho a poderse diagnosticar.

“Desafortunadamente, en esta zona ámbar, los datos nos aproximan que el 80% acaban siendo desechados. Eso también está generando un tema interesante de... Y luego, bueno, pues la zona verde, que eso ya pasa, y yo creo que a medida que ya tenemos un volumen, nosotros tenemos... No lo puedes hacer manual, es todo a través de datos. Y yo creo que no tanto inteligencia artificial en esto, porque luego abusamos de ese cliché”.

Explicó que se inclina más por el manejo de datos y la ciencia de datos para tomar buenas decisiones

“Cada banco tiene sus propias definiciones y estrategias de nivel de riesgo. Sí creo que cambió, desde luego, la forma en la que aprovechamos el nivel de riesgo que cada banco está dispuesto a tomar a partir de las condiciones en los que vivimos.

“Y eso le dio un giro y, bueno, habrá bancos que operen con países asiáticos, habrá bancos que sean de plano, no operan con los bancos asiáticos. En fin, nos recogemos un poco de todo. Y eso yo creo que todos los bancos estamos ahorita en la construcción de nuestra nueva arquitectura que al fin les da el riesgo”.

Mifel está contigo y esta de tu lado todo el tiempo



Victor M Ortiz Niño



DANIEL BECKER

Presidente del Consejo y
Director General de Grupo Mifel

Entender cuáles son los productos que el cliente debe tener para que se sienta satisfecho y contar con talento humano que cuide a los usuarios, es la estrategia que ha seguido Daniel Becker Feldman, presidente del Consejo Administración y director general de Grupo Financiero Mifel, para que las personas que emplean sus servicios financieros, tengan una barrera de salida, porque tienen todos los productos que necesitan, además de sentirse cercanos y a gusto con el banco.

“Antes que nada, para nosotros es el cliente y para atenderlo tenemos personal con talento, que en nuestro caso no son trabajadores, son colaboradores de una gran institución, con los incentivos correctos para que cuiden a la gente, además de contar con los productos adecuados para que no tengan motivos para salirse del banco. Creo que lo hemos logrado, aunque falta mucho por hacer, no estamos donde queremos estar, pero vamos en la ruta correcta”, comentó en plática con Multimedia en Concreto.

Señaló que en el corto plazo buscarán seguir ganando participación en el mercado, con una convicción muy clara de que son un banco cercano al cliente y qué si surgen problemas, van a tener una solución adecuada y expedita. De esta forma su reto es que la cultura organizacional y mística que han ido logrando a lo largo del tiempo, no se pierda a fin de que se

sienta que “Mifel está contigo y está de tu lado todo el tiempo”.

Su banco cuenta actualmente con casi 2.500 colaboradores, 120 sucursales, 15,000 cajeros a través del sistema MULTIRED, que no tienen costo, además del servicio de banca digital, con los cuales atienden a clientes de manera física y digital. De esta forma, en el segmento de sucursales se atiende a clientes de mediano ingreso hacia arriba; mientras en el ecosistema digital a la persona que quiera recibir rendimientos correctos por montos que van desde los 100 pesos, mediante una cuenta digital a la vista, con un rendimiento del 10 por ciento, bajo la premisa de que, si tu banco no te paga por lo menos más que la inflación, gasta tu dinero, porque estás perdiendo poder adquisitivo.

Asimismo, en la aplicación (App) se puede tener una cuenta de débito y crédito, tanto virtual como física, también se puede enrolar inmediatamente, tanto a Apple Pay, como Google Pay o Garmin Pay, así mismo se puede realizar adquisición de fondos de inversión y pagarés, señalando que próximamente se va a empezar a sacar seguros de gastos médicos mayores para todos los usuarios y de otro tipo que van a sorprender, además de poder cotizar hipoteca digital.

En las sucursales ofrecen todos los productos tradicionales, en el sector de empresas atienden a medianas y grandes, mientras que a las Pymes se les da crédito a través del conocimiento de su operatividad, mismo que se logra a través de las terminales punto de venta que se les dan como medios de pago, donde Mifel ha crecido de forma importante, logrando de esta forma darles crédito en 48 horas sin garantía a un plazo de 36 meses.

“En México hay 50 bancos, dentro de los cuales ya se cuenta con plataformas tecnológicas igual o mejores que las financieras tecnológicas y que además están protegidos hasta por 3.4 millones de pesos por destino, por lo que el público debería ver qué alternativas hay, que prueben sus productos, su facilidad de uso, su experiencia de usuario y verán que se pueden sorprender de lo que algunos bancos están poniendo en la mesa, la oportunidad que le están dando a los usuarios, particularmente a los depositantes, para que reciban rendimientos adecuados a la situación económica”

“Para las empresas les sugiero que sean prudentes desde el punto de vista de su apalancamiento, porque es probable que este año tengamos crecimiento, pero como seguiremos en un cierto nivel de incertidumbre, no se deben tomar riesgos innecesarios hasta que tengamos una mayor claridad, pero tampoco dejar de hacer cosas” expuso Becker Feldman.



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**



JOSÉ

IRAGORRI

DIRECTOR GENERAL DE
BANCO SABADELL MÉXICO.

Ve Sabadell 2026 con grandes oportunidades



Mariel Zúñiga

**José Irigorri, CEO de Banco Sabadell confía en que destrabar el sector energético es crucial y observa nichos de oportunidad para impulsar: nearshoring, remesas, turismo*

Tras atender su prioridad que es apoyar en el crecimiento a sus clientes, Sabadell observa nichos de oportunidad en los segmentos que ya atiende donde destacan: remesas, turismo y manufactura y nearshoring.

En entrevista para En Concreto José Irigorri, CEO de Banco Sabadell afirmó que también observa gran oportunidad en el sector energético.

“Sabemos la enorme necesidad que hay, particularmente, por energía en el país... desgraciadamente se ha convertido en un cuello de botella por la falta de inversión que hemos tenido en años recientes.

“...lo vemos como un gran aliciente de crecimiento hacia adelante particularmente en energías renovables. Aquí lo positivo es que creo que el gobierno está poniendo lo que puede hacer para destapar el sector, para que se empiece a dar la inversión y para que veamos ahí un crecimiento fuerte...esto es algo que traemos dentro de nuestro ADN y, sin duda, es algo que vamos a buscar apoyar de manera muy, muy sólida”

El banquero afirmó que a finales del año pasado se anunció la participación en proyectos mixtos, en proyectos de hasta 6 gigas, que es algo muy relevante y, posteriormente, el gobierno anunció se podría ir hasta 20 gigas, por lo que reiteró la enorme oportunidad que existe en éste segmento.

“También sabemos que eso viene a destrabar otros sectores. Por ejemplo, todo lo que tiene que ver con el sector de manufactura, el sector de real estate industrial, donde se requiere energía, donde hay proyectos frenados por un cuello de botella, pues esto lo viene también a destrabar.

“Este tema es relevante porque no solamente es que lo vamos a ver en el sector per se, pero lo vamos a ver en muchos otros, en donde, pues, son dependientes de esa materia prima, que es indispensable”, reiteró.

Apoyar para dejar que sus clientes se enfoquen en hacer negocio

El tema prioritario de Sabadell, dijo el directivo, es apoyar a sus clientes en su crecimiento, esto tras ver que hubo sectores que no caminaron a la misma velocidad y que requieren exponenciar sus negocios.

“Hemos visto, pues por ejemplo, el sector turismo es un sector que se ha venido comportando de manera muy favorable en los últimos años. Sí hemos visto un poco de desaceleración y ahí queremos ver cómo nosotros, como banco, los ayudamos a destrabar aquellos temas donde ellos puedan mantener ese ritmo.

“Sectores muy ligados al tema de Nearshoring, que sabemos que el año pasado pues tuvo retos importantes con todo el tema arancelario alrededor de la nueva administración en Estados Unidos, en donde a pesar de que seguimos viendo una buena dinámica en el sector, pues sí sentimos que no se paró, pero de alguna forma creció la incertidumbre en torno a esos mismos”.

El banquero explicó que buscarán estar cerca de sus clientes y ayudarlos para que ellos se enfoquen en lo que saben hacer, que son sus negocios.

2026 apuesta a mejor desempeño

El plan de inversiones que anunció recientemente el gobierno impulsará a la economía y por ende a los bancos, que somos clave para impulsar el motor económico.

“Para Banco Sabadell la verdad es que aún es más relevante, porque lo que han anunciado pues cae dentro de los nichos de especialización que nosotros hemos venido construyendo por muchos años, en donde creemos tenemos ventajas muy sólidas con respecto a nuestra competencia, como lo es pues el tema de energías renovables, como lo es el tema de infraestructura”.

“Entonces yo siento que todo esto pues viene a aliviar pues un tema que estaba pendiente, que era el tema de la inversión. Otro tema que sin

duda va a ser relevante pues es el tema del mundial, que siempre este tipo de eventos pues no solamente ayudan en el ánimo de la gente, pero también ayudan mucho pues ahora sí que en el consumo.”

Regulación, PLD y otras medidas prioridad para la banca

Todo lo que tiene que ver con controles, prevención del lavado de dinero, pues siempre ha sido de nuestra máxima prioridad, aseveró José Irigorri.

“Es algo que ya traemos implícito en la forma de hacer negocio. Desgraciadamente tuvimos dos eventos desafortunados el año pasado en relación a este tema y lo único que nos hace reflexionar es que venimos haciendo lo correcto desde mucho tiempo atrás y es algo que no vamos a soltar. Es algo que está dentro de nuestra manera de hacer negocio, como lo perseguimos, como lo administramos y como lo planificamos.

“La realidad es que para nosotros no es algo nuevo y ya está dentro de nuestras prioridades. Hacer negocio y hacerlo de la manera correcta y tener todos nuestros controles para la prevención del lavado de dinero y del crimen financiero, sin duda, es de nuestra altísima prioridad. ¿Y qué te digo? Sabemos perfectamente cuál es el tipo de consecuencias y, por ende, pues no podemos dejar espacio algún”, afirmó el CEO de Sabadell.

Sabadell México comprometido con el País



Victor M Ortiz Niño



JOSÉ IRAGORRI

Director general de Banco
Sabadell México.

Sabadell México siempre ha tenido un compromiso muy grande de cara a la operación que mantiene en el país, por lo que la oferta pública de adquisición (OPA) que fue propuesta en España y que no prosperó, no trae ningún cambio en la estrategia a seguir, además de que el banco siempre tuvo perfectamente clara la estrategia de ir en solitario, que es como le va a dar mucho más valor a sus inversionistas, colaboradores y clientes, expresó José Iragorri director general de Banco Sabadell México.

“El banco llegó a México como banco hace aproximadamente diez años, honestamente en un periodo relativamente corto de tiempo; sin embargo, ya somos un jugador relevante dentro del sistema, fuera de los bancos sistémicos, porque ya ocupamos una posición relevante, ya que somos alrededor del onceavo banco cuando nos medimos por activos, que no es cosa menor”.

“De cara a la rentabilidad, queremos ser el mejor banco para nuestros colaboradores, lo cual no necesariamente tiene que ver con ganar posiciones de mercado, tiene que ver con lo que le entregamos todos los días a nuestros clientes, inversionistas y colaboradores. Lo que sí buscamos es seguir creciendo nuestra base de productos y la vinculación de nuestros clientes con ellos, lo que evidentemente nos va a ayudar a

generar más negocio y también a mejorar, sin duda alguna, la rentabilidad de cara a nuestros inversionistas. Y es ahí donde nosotros seguiremos trabajando muy fuerte en los próximos años”, manifestó el directivo en plática con Multimedia en Concreto.

El ejecutivo precisó que los nichos de mercado que atienden corresponden al de hospitalidad, energía e infraestructura y real estate, los cuales les son naturales, por el expertise que tiene su casa matriz. En el caso de hospitalidad, corresponde básicamente a lo asociado al turismo, principalmente lo que tiene que ver con hotelería.

En la parte de energía e infraestructura, se enfoca lo correspondiente a energía en todo lo relacionado a renovables, debido a que el banco, es una referencia en Europa, por lo que buscan crecer de manera importante y agregarle valor a sus clientes, a través de diferentes alternativas de financiamiento para el sector.

Sobre real estate, comentó que tienen una participación fuerte y buscan diferenciarse a lo largo de los diferentes subsectores que lo componen, señalando al industrial como al que mayormente atienden, estando también en oficinas y vivienda, donde financiaron el primer multifamily en México.

De esta forma, si los tres sectores comentados son el corazón de su negocio y es lo que más los ha alimentado hasta hoy, están buscando crecer en otros sectores, como el de salud y el de comercio al por menor (retail), lo que les apoya en su diversificación y apalancamiento, por lo que en el corto plazo estarán enfocados en atraer muchos más clientes dentro de sus áreas de influencia, además de incrementar la vinculación con sus clientes existentes, a través de traerlos a nuevos productos dentro del banco, que permitan ampliar su capacidad de trabajar con ellos.

“Tenemos a un Banco Sabadell muy optimista, muy ávido de seguir apoyando el crecimiento de México, particularmente a través de financiamiento no solamente en los sectores que ya mencioné, pues son de referencia para nosotros, como es turismo, como es real estate, como es energía, pero también en otros”.

“Yo creo que el banco tiene una visión muy positiva del país y de lo que está pasando, y por ende las ganas de continuar buscando las maneras de crecer nuestra base de clientes y ver la manera de cómo los ayudamos para que ellos puedan enfocarse en desarrollar sus negocios en México y fuera”, declaró Iragorri.

A portrait of a middle-aged man with grey hair, wearing a dark grey suit, white shirt, and blue patterned tie. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is white with a pattern of grey dots of varying sizes.

TONATIUH

RODRÍGUEZ

DIRECTOR GENERAL DE
BANCO AZTECA Y AZTECA
SERVICIOS FINANCIEROS

México un escenario de oportunidades, pero hay que trabajarlas más.-Tonatiuh Rodríguez de Banco Azteca



Mariel Zúñiga

**El Directivo afirmó que hay retos en el sector exportador, en captación de remesas y turismo y para Banco Azteca ve grandes posibilidades en segmentos como pymes, mujeres, migrantes, entre otros*

En el entorno desafiante tanto a nivel local como en internacional el país y la banca tienen oportunidades, sólo que hay que trabajar con más ahínco, afirmó Tonatiuh Rodríguez, director de Banco Azteca y Azteca Servicios financieros.

En entrevista afirmó que el crecimiento económico basado en la exportación ahora está cambiando.

“Las propias políticas de inmigración desde los Estados Unidos también están afectando, no de manera importante, pero sí ciertamente están afectando el flujo de remesas al país, que también es relevante, y si nos vamos a otros sectores tradicionalmente de expansión y crecimiento, como el turismo, sabemos que tenemos el mundial, pero nuestro entorno interno con problemas asociados al narcotráfico está afectando la percepción del país”, advirtió.

Aseveró que que esto no quiere decir que sea un entorno en el que no haya oportunidades, pero sí tienen que trabajarse con más esfuerzo colectivo, no sólo de la banca sino también del gobierno y de la propia sociedad para poder materializar temas que son indispensables para el país.

Para ello es insoluble la alianza con América del Norte es insoluble.

“...podremos tener cambios en la manera en que operamos, podremos tener quizás no una sola tarifa híbrida como teníamos antes, pero vamos a seguir siendo una zona de alto comercio con los Estados Unidos”, dijo y abundó:

“Como se le llame, la alta integración que tienen las cadenas productivas

hacen inexorable que los propios votantes de los Estados Unidos protejan el comercio”.

Así señaló que el país debe invertir y desarrollar la infraestructura, la agricultura, la manufactura y la industria.

El desarrollo industria continuará, dijo y aseveró que existe necesidad de tener puertos con mejores capacidades para el comercio, parques industriales, infraestructura carretera, portuaria y aeroportuaria.

Oportunidades para la banca

El directivo señaló que la banca tiene oportunidades por ejemplo con las pymes.

“La banca provee la sangre del aparato circulatorio del país, para el crecimiento de las empresas, para la inversión, y a nivel más atomizado, por supuesto, para el bienestar de las familias.

“Una familia que tiene acceso a instrumentos formales de ahorro, que tiene acceso al crédito, que tiene acceso a proteger su bienestar familiar a través de un seguro adecuado, no es una persona que puede cuidar su patrimonio a través del ahorro para su retiro. Es una persona más sólida, más solvente, más libre, con habilidades para enfrentar las incertidumbre.

“ La banca está llamada a ser un protagonista de las fortalezas en México. Afortunadamente, ya la banca lo ha logrado muy sólido”, aseveró y dijo que también representa una ventaja comparativa para el país

Ve Azteca oportunidad en varios segmentos

Hoy Banco Azteca está presente en 470 municipios en el país, de los cuales en 160 son la única sucursal bancaria.

Banco Azteca atiende a personas físicas, pero hay un segmento muy importante :personas físicas con actividades empresariales tales como comerciantes, etc.

Hay pymes, hay mujeres y diversos sectores que representan una gran oportunidad, señaló el banquero.

“Podemos muy orgullosamente hablar de nuestros esfuerzos de inclusión en la población general, nuestro esfuerzo de productos diseñados para la mujer, nuestros productos diseñados para el migrante, en sus tres variedades, el migrante de tránsito, el migrante refugiado, y el migrante mexicano que se va al exterior esto además de la atención a adultos mayores...”

Las prioridades para la banca

Tonaitiuh Rodríguez citó las responsabilidades de la banca: “la primera es ofrecer un conjunto de límites que fortalezcan su seguridad financiera, de políticas y de seguridad. O sea, al final del día, todos los negocios financieros son negocios de confianza”.

Esto es que asuma responsabilidad, explicó y dijo que la banca tenga niveles de solvencia y capitalización adecuada.

Enumeró que se promueva la expansión del crédito: “toda esta expansión tiene que venir acompañada de la preservación de la solvencia de la banca...Tener las mejores prácticas para cuidar y saber cuál es el origen del dinero, llamado coloquialmente PLD, o lavado de dinero, y la obligación que tenemos ahora, cada vez más importante, de asegurarnos cuál es el destino del dinero. Saber de dónde viene y adónde va”.

Así, la banca tiene que mostrar las mejores prácticas para la identificación de sus clientes y la trazabilidad de las operaciones que realizan. Aquí se suma la seguridad digital de las instituciones.

“Cada vez somos más digitales, cada vez más transaccionamos con menos efectivo, aunque el efectivo no está parecido, es importante. Y cada vez se reciben más ataques...entonces la banca tiene una alta responsabilidad en el cuidado de sus clientes”.

Azteca es el banco que conoce al usuario y evoluciona con sus necesidades



Victor M Ortiz Niño



TONATIUH RODRÍGUEZ

Director general de Banco
Azteca y azteca servicios
financieros

Banco Azteca, es el banco que está en el pueblo, en el barrio, en la avenida, afuera del metro, es el banco que conoce a la señora, a la persona o la empresa a la que le hizo un préstamo (crédito) o a la que le cuida su ahorro, desde su fundación no se concentró en las áreas urbanas, buscó llegar a todo el país a hacer la función doble, de captación y préstamo, explicó Francisco Tonatíuh Rodríguez Gómez, director general de Banco Azteca y Azteca Servicios Financieros.

“Una de las cosas más importantes que nos distingue es que nosotros conocemos a nuestros clientes, dónde viven, sus necesidades, cómo hablar; aplicamos lo que se conoce como antropología social, término muy reconocido para todas las clases sociales; esto porque voy a prestar un dinero, que no es mío y tengo que asegurarme que ese dinero puede regresar a la institución”.

“Nosotros a nuestra actividad de crédito le llamamos préstamo, porque hay una connotación diferente, mucho más arraigada, si nos vamos a nuestras cuentas de ahorro, pues nuestra cuenta de ahorro por autonomía, es el guardadito, porque todos los mexicanos lo tenemos, nomás que unos lo tienen bajo el colchón”, explicó en entrevista.

Recordó que, al iniciar su operación, fue cuestionada su viabilidad porque el usuario que buscaba atender, se decía que no tenía capacidad de ahorro, porque no estaba ligado a un medio formal, entonces tampoco había alternativas para el acceso al crédito, situación que ahora, sabemos es falsa, pero en aquel momento no había ni estadísticas al respecto.

Sobre el problema financiero que tiene TV Azteca que pertenece también a Grupo Salinas, dejó claro que en lo absoluto afecta a Banco Azteca, ya que son completamente independientes, no tienen relación directa alguna, ni créditos correlacionados.

También, detalló que el avance de su banco, va de la mano con la evolución del cliente, buscando que su inclusión financiera sea real, al aplicar tres grandes etapas o secuencias: el acceso, la educación financiera, además de la recurrencia y sofisticación.

De esta forma, atienden clientes que tienen una cuenta, la usan en efectivo y de forma digital, interaccionan con su aplicación, hacen inversiones a plazo y empiezan a explorar temas de fondos de inversión, lo que los llevó a entender que su cliente se ha sofisticado.

Ante ello sus productos han venido evolucionando a la par de sus clientes, la sociedad de inversión recientemente lanzada, es una expresión clave de ello; por lo que actualmente ya no están en la acción de solo dar acceso, se ubican en el negocio de atender las necesidades de sus clientes recurrentes.

Su modelo de negocio es figital (físico y digital), con una operación bancaria tradicional en 1,900 sucursales en más de 800 municipios de la República, además de la digital, lo que se ha reflejado en que el 80 por ciento de sus préstamos son digitales y el 50 por ciento de su captación la obtienen mediante el mismo mecanismo.

Sus clientes tradicionales pertenecen a la clase media dinámica, la cual

tiene movilidad, prestando servicios a personas físicas, asalariados y a personas físicas con actividad empresarial, mismos que son atendidos mediante el guardadito, la sociedad de inversión, acompañado con acceso a educación financiera, los préstamos, la cuenta de nómina, el servicio de remesas, así como el producto que permite a las personas físicas con actividad empresarial, separar los recursos de su empresa, de los personales.

Sobre la coyuntura que vive el País, consideró que estamos ante muchos desafíos, pero que afortunadamente México está en una posición inmejorable para sacar provecho de la misma, por nuestra situación geográfica, nuestra capacidad de unirnos a las cadenas productivas globales más importantes del mundo.

Porque nuestro país tiene condiciones que le permiten ser resilientes si las cuidamos, como es el tema fiscal, el hacer bien las inversiones para que impacten de manera positiva la productividad y sobre todo que tenemos que trabajar para construir el país que nos deseamos.

“Este país cuenta con la banca para crecer y desde luego cuenta con la banca de los mexicanos que es Banco Azteca, y como nos gusta decir, sin lugar a dudas, hemos enfrentado a lo largo de los últimos años, una serie de mentiras sobre Banco Azteca, pero cómo lo dice el dicho mexicano, la verdad por su propio peso cae”.

“Entonces Banco Azteca está más sólido, más firme, y pues como lo dijimos, aquí estamos y aquí seguimos. Porque esta es nuestra Patria, este es el lugar en el que nacimos y, pues aquí nos gustaría estar, para el resto de los tiempos”, afirmó Rodríguez Gómez.

A portrait of Marcos Ramírez, a middle-aged man with a balding head and a friendly smile. He is wearing a dark blue plaid blazer over a white button-down shirt. The background is white with a pattern of light gray dots. The text 'MARCOS RAMÍREZ' is overlaid on the image in large, bold, white capital letters.

MARCOS
RAMÍREZ

DIRECTOR GENERAL DE
GRUPO FINANCIERO
BANORTE.

Banorte hiperpersonaliza sus servicios físicos y digitales



Victor M. Ortiz Niño

En nuestro banco, el desarrollo tecnológico nos permite brindar soluciones hiperpersonalizadas que se anticipan a las necesidades que tiene cada uno de nuestros clientes y consideramos que, sin duda alguna, digitalizar la economía genera un círculo virtuoso: reduce el uso de efectivo, aumenta la seguridad y detona el desarrollo del país, explicó Marcos Ramírez Miguel, director general de Grupo Financiero Banorte.

“En Banorte además de la digitalización, nuestro modelo humano-digital implica seguir fortaleciendo nuestra red de sucursales: en el último año invertimos 400 millones de pesos para aumentar 27 unidades, sumando un total de 1,216 sucursales al cierre de 2025, además de 45 mil corresponsalías y más de 12 mil cajeros, así como nuestro Centro de Contacto, consolidándonos como uno de los bancos con mayor presencia física en México”.

“La bancarización en Banorte va más allá de abrir una cuenta, ofrece a las personas y empresas una oferta integral que incluya financiamiento accesible, acompañamiento y capacitación constante; al brindarles soluciones digitales ágiles, como nuestro modelo de banca en minutos y les damos las herramientas para transformar su actividad en un negocio formal que genere bienestar sostenible y movilidad social”, aseveró en entrevista a Multimedia en Concreto.

Agregó que, con su modelo de banca en minutos, ponen al cliente en el centro de sus operaciones al ofrecerle una experiencia ágil, cercana y confiable, por lo que sus clientes pueden abrir una cuenta, acceder a créditos y realizar operaciones esenciales en cuestión de minutos.

Adicionalmente, si lo requieren, siempre pueden acompañarse por ejecutivos altamente capacitados y tecnología de vanguardia que facilitan su vida financiera todos los días, ya sea en una sucursal, Banorte Móvil o en su Centro de Contacto.

Todo ello buscando que Banorte sea considerado el banco más cercano a los clientes, por lo que trabajan día a día, para acompañarlos en todas sus decisiones financieras y los ayudan a alcanzar sus objetivos.

Sobre las perspectivas de 2026, expuso que son de un optimismo fundamentado por un crecimiento sostenido, que su equipo de Análisis Económico proyecta en 1.8 por ciento, impulsado en gran medida por el Mundial de Fútbol que aportará entre 0.3 y 0.5 puntos porcentuales al Producto Interno Bruto (PIB).

Además, ven tres pilares que impulsan la economía: la derrama económica de este evento deportivo, la certidumbre que traerá la revisión del Tratado México, Canadá, Estados Unidos (T-MEC), y el Plan México como el gran detonador de la inversión en infraestructura que están impulsando.

Sobre el presente y el futuro de la banca, señaló que la innovación es transversal a toda la banca y se define a partir de la capacidad que tiene cada institución para adaptar y aprovechar ágilmente el desarrollo tecnológico, tanto para innovar en servicios y eficientizar sus procesos, como en proteger su operación, la información y los recursos de sus clientes.

Consideró que se debe desarrollar un modelo que impulse la digitalización y la inclusión financiera acercando los servicios financieros a más personas, visualizando que la banca tiene la oportunidad de convertirse en un motor aún más poderoso de movilidad social, crecimiento sostenible e innovación.

En Banorte asumen esa responsabilidad y están listos para liderar el camino, trabajando cerca de sus clientes y del país para construir un sistema financiero más accesible, más humano y más competitivo, donde sin duda digitalizar la economía genera un círculo virtuoso: reduce el uso de efectivo, aumenta la seguridad y detona el desarrollo del país.

“En cinco años veo a Banorte liderando una economía totalmente digitalizada. Seguiremos siendo el aliado principal de la infraestructura nacional, impulsando un México que supere el crecimiento inercial para aspirar a niveles del 4 por ciento o 5 por ciento anual. Me visualizo dirigiendo una institución que simplifica la vida financiera de las familias a través de la innovación constante, manteniendo siempre esa cercanía que nos caracteriza”.

“En Banorte continuaremos enfocados en mantenernos como la mejor experiencia del mercado a través de la hiperpersonalización de nuestros servicios y soluciones financieras, poniendo al cliente al centro de todas nuestras operaciones. También, impulsaremos la digitalización y la inclusión financiera acercando los servicios financieros a más personas”, afirmó Ramírez Miguel.

VAPROY

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

NUESTRAS ESPECIALIDADES



NUESTROS SERVICIOS



SERVICIOS CON COBERTURA NACIONAL

CLIENTES

BBVA
BX+
HSBC

SANTANDER
BANORTE
FOVISSSTE

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.vaproxy.com

vaproxy_  

A portrait of Jean Marc Mercier, a middle-aged man with dark hair, wearing a dark blue blazer over a light-colored checkered shirt. He is seated and looking directly at the camera with a slight smile. The background is white with a pattern of grey dots of varying sizes. A red gradient bar is at the bottom of the image.

invex

JEAN MARC

MERCIER

DIRECTOR GENERAL DE
BANCO INVEX.

Una banca enfocada con 4 ejes estratégicos y con grandes oportunidades de crecer.- Invex



Mariel Zúñiga

**Jean Marc Mercier director general de Invex resalta la bancarización; digitalización, “el cliente al centro” y educación financiera; para su propio banco hay perspectivas de doble dígito en sus “nichos” de especialización*

Los cuatro ejes fundamentales de la banca con los que coincide Invex, con su propia variante, promueven grandes oportunidades para crecer, afirmó Jean Marc Mercier, director general de Banco Invex.

La bancarización y digitalización, la educación financiera, y por supuesto poner al centro al cliente, son estrategias que van alineados con la expectativa de mayor crecimiento también para el País; así la banca y México tienen fundamentales con gran oportunidad este 2026, aseveró el banquero.

En entrevista señaló que se tiene que monitorear los efectos de la guerra de Irán y EU porque todavía no hay muchos cambios ni han movido los mercados salvo los precios del petróleo

“Estaremos a la expectativa de presiones importantes que pueden resultar inflación, tasas, etcétera”, dijo.

Los cuatro pilares de Invex; estrategia 26-28

El directivo de Invex explicó que del lado del Invex en la estrategia 26-28 recién definieron los pilares -que coinciden con los de la banca en general y son:

El primero es el cliente, que, de alguna forma, lo ponemos al centro ya desde hace bastante tiempo, pero que le estamos dando un enfoque aún más importante.

“El segundo es la gente. Ese sí es un pilar más interno. Estamos convencidos de que si la gente está contenta, está motivada, tiene un balance correcto, pues, obviamente, va a abonar al primero, que es el

cliente, y va a abonar, obviamente, al crecimiento del banco.

Añadió que el tercero es la excelencia operativa. Tiene distintos indicadores, pero el primero es la digitalización.

Ahora, precisó con lo que sucedió el año pasado con el tema de PLD, es algo que está reforzado.

Abundó que el cuarto pilar es el crecimiento sostenible.

“Crecimiento sostenible no solo es la parte financiera; Somos una empresa privada y nos planteamos crecimientos, pero tiene que ser sostenible... que se haga con un enfoque de riesgo, un enfoque de rentabilidad, un enfoque también de ASG o ESG”.

Segmentos con oportunidad

El segmento más importante en el que vemos mayor crecimiento es del consumo, aseveró y explicó que han venido creciendo a doble dígito.

“Hemos crecido arriba del 30-40% en los últimos 3 a 4 años; el año pasado no fue la excepción, en la de consumo crecen resultados 50%.

“Entonces, esa estrategia de consumo, hablese marcas compartidas, en el tema de tarjeta de crédito, hable de asociaciones como la de Amazon, que también ya conocen, es uno de nuestros principales enfoques para este 26-28, y en lo particular, obviamente, 26. Nosotros, de ese lado, mantenemos esta visión de que somos el sweet spot, es decir, el punto medio clave entre la banca tradicional y las fintechs. Nuestra estrategia ha demostrado que va justo en ese punto y que ha funcionado”.

Diferenció por ejemplo a los bancos tradicionales (que siguen haciendo banca de manera responsable, pero con modelos tradicionales) y a las fintechs, que si bien presentan nuevas maneras de atender a los clientes, con flexibilidad, con enfoque en la experiencia, “pues no lo están haciendo, o al menos desde mi punto de vista, con un enfoque de rentabilidad, al menos en el mediano plazo, no se ve”, afirmó.

“Nosotros estamos justo en medio, es decir, seguimos haciendo banca responsable, banca segura, banca con bases sólidas, pero también con un enfoque de experiencia al cliente, un enfoque digital, un enfoque

tecnológico, pero, insisto, con rentabilidad y seguridad. Somos un banco muy rentable. Lo mejor de los dos mundos”.

Invex crece también en banca privada y patrimonial y fiduciario

Invex crece también en banca privada y banca patrimonial “y también ya con experiencia digital para ambas”.

“Por ejemplo hablando del Nearshoring 2.0, o como se le llame, en la banca empresas también tenemos muy claro nuestro enfoque por industria, y sin duda el tema de las industrias asociadas al Nearshoring, sin duda, es foco para nosotros. Pero ...hay que hacerlo con cuidado, en términos de que haya reglas claras, de que haya crecimiento, o al menos que en las industrias en las que entremos, pues se den las condiciones legales, las condiciones de estado de derecho, etcétera, para seguir haciendo negocios y seguir creciendo por ahí”.

Mercier aseveró que el otro negocio importante para Invex es el fiduciario.

“Seguimos siendo el segundo fiduciario del país, después de todos los cambios que hubo, donde uno de los bancos que tuvo el problema, vende su negocio fiduciario, nosotros nos mantenemos como el segundo, nos mantenemos como el único con la máxima clasificación de Fitch, y creciendo también a doble dígito, de manera responsable y de manera rentable”.

INVEX focaliza sus negocios con atención personalizada

 Victor M Ortiz Niño



JEAN MARC MERCIER

Director general de Banco Invex

Nosotros tenemos una estrategia de escoger de manera muy focalizada los negocios a los que queremos entrar, no somos un banco universal como tal, aunque tenemos esa licencia, siempre nos hemos manejado con una atención personalizada sin sucursales, expuso Jean Marc Mercier, director general de Grupo Financiero INVEX.

“Hemos tenido oportunidades que hemos dejado pasar, porque es un negocio que hay que hacer con mucha responsabilidad, con mucho conocimiento, con mucho foco, esa ha sido la estrategia de INVEX, hacerlo con foco, con responsabilidad y con un crecimiento sostenible.”

“Nosotros no visualizamos necesitar sucursales, obviamente si tenemos una red de comisionistas muy grande, donde nuestros clientes pueden depositar dinero, sacar dinero, pero sin perder de vista lo que buscamos hoy en la banca, que es eliminar el efectivo”, manifestó en plática con Multimedia en Concreto.

El ejecutivo precisó que tienen oficinas en las principales ciudades del país, pero son oficinas de segundo piso y muy asociadas a la atención de sus usuarios de servicios financieros y que han sabido crecer a través de asociaciones de marcas compartidas, para estar cerca del cliente sin tener que hacerlo con sucursales, con una visión de que son el punto medio clave entre la banca tradicional y las financieras tecnológicas (fintechs).

Su estrategia 2026 – 2028 la basarán en cuatro pilares: poner al centro al cliente, fortalecer a su personal para que se consolide al primero, con excelencia operativa y un crecimiento sostenible, bajo un enfoque de rentabilidad y de inversión socialmente responsable (ASG).

Los segmentos de negocio que atiende INVEX corresponden a consumo, banca privada, banca patrimonial, banca de empresas. Asimismo, manejan Now Bank, que es su banco digital, el cual complementa al negocio de consumo, en la parte de tarjetas de crédito.

En el caso de consumo, su política es realizar asociaciones con marcas compartidas, para ir donde el cliente tiene la necesidad, atendiendo al segmento medio-alto, como es el caso de Volaris, Ikea, Amazon, además de que a través de la tarjeta Walmart ya está en segmentos medio-bajos. Todo ello, le ha permitido crecer de una manera muy importante

Agregó que fueron de los primeros bancos, si no es que el primero, que hicieron negocio con una tarjeta de crédito 100 por ciento digital, mucho antes de que llegaran las financieras tecnológicas (Fintechs), lo que les ha permitido tener 37 mil millones de pesos de cartera, y más de un millón y medio de tarjetas, lo que los ubica cómo el sexto banco en tarjetas de crédito por cartera y uno de los más bajos en índice de morosidad.

En Banca Privada y Patrimonial se consideran como un banco boutique que también busca atraer a lo mejor de lo mejor, dando lo mejor de lo mejor en ese segmento.

Sobre Banca Empresas señaló que dan servicio a empresarios que tienen necesidades de trajes a la medida y atención especializada y a corporativos; sin embargo, no han crecido a los ritmos que hubieran

querido, a doble dígito, por lo mismo de que el país ha pasado por un momento complejo, aunque lo están haciendo al ritmo del sistema.

“Le proponemos al público que se acerquen a la banca, la cual tiene distintos productos, distintos servicios y todos tenemos cuentas gratis que podemos ofrecer; en el caso de INVEX se puede abrir una cuenta básica (N2) o una con depósitos mensuales (N4) en cinco minutos, sin ningún costo”.

“También se puede pedir una tarjeta de crédito, que se otorga sin problema alguno en cinco minutos, pero si existen antecedentes negativos con el Buró de Crédito o no se tiene historial crediticio, se solicita una garantía y se da en el mismo lapso. Entonces, para los que hoy no tienen cuentas o no están formalizados, los invito a que prueben los productos de INVEX tenemos un portafolio de productos muy interesante”, declaró Marc Mercier.

MANUEL ROMO

VILLAFUERTE

DIRECTOR GENERAL DE
GRUPO FINANCIERO BANAMEX

Banamex en una nueva era con nuevos productos y servicios



Victor M Ortiz Niño

Manuel Romo Villafuerte, director general de Grupo Financiero Banamex, señaló que 2025 fue un año transformador que marcó el inicio de una nueva era para su institución, definida por acciones decisivas que sentaron las bases de su futuro. Además de que fue un año de resultados excepcionales, ya que superaron sus planes de negocio y financieros, logrando un crecimiento de dos dígitos en la mayoría de los productos, apoyados por un fuerte enfoque en la transformación digital y una venta cruzada exitosa en toda su gama de ofertas.

“Relanzamos la marca Banamex como símbolo de nuestra evolución hacia una experiencia bancaria más sencilla, cómoda y transparente. Esta renovación vino acompañada de nuevos productos, servicios y funcionalidades de nuestra app, incluyendo Switch, nuestra primera cuenta totalmente digital diseñada para clientes jóvenes que esperan soluciones financieras modernas y móviles”.

“Además, nuestro progreso en la optimización de procesos y la aceleración de la digitalización de punta a punta ya ha comenzado a mejorar la experiencia del cliente, incrementar la principalidad, ampliar la adquisición de clientes y mejorar los rendimientos”, comentó a Multimedia en Concreto.

Además, pormenizo que su plan 2026 establece cuatro prioridades estratégicas que les guiarán hacia convertirlos en una empresa pública, cerrando la brecha contra sus principales competidores:

1. Experiencia del cliente: Ofrecer experiencias excepcionales y consistentes para reforzar a Banamex como el banco principal para sus clientes.
2. Crecimiento en crédito y expansión empresarial: Fortalecer su presencia en PyMEs y banca comercial, lanzando un nuevo Banco Corporativo y de Inversión, así como productos y servicios de mercados de capitales.
3. Digitalización: Acelerar la transformación digital de punta a punta para permitir la innovación, la eficiencia y la simplicidad.

4. Cultura y talento: Fomentar una cultura de liderazgo, integridad, inclusión y rendimiento.

Sobre el sector bancario mexicano, consideró que enfrenta un entorno complejo debido a la desaceleración económica y la volatilidad global; no obstante, la banca llega a 2026 con una posición sólida y un crecimiento estable del crédito.

Asimismo, el país mantiene ventajas estructurales que continúan atrayendo inversión y permiten mantener una visión positiva de mediano y largo plazo.

En este contexto, reforzó su visión de largo plazo con la que operan en Banamex: un banco enfocado en México, comprometido con el crecimiento económico, con la atención a empresas e instituciones en todo el país y con una estrategia basada en estabilidad, inversión y confianza.

Agregó que la banca desempeña un papel importante en el desarrollo del país, por lo que resulta fundamental contar con un sistema financiero sólido capaz de impulsar el crecimiento, promover una mayor inclusión financiera y mantenerse competitivo frente a un entorno en constante transformación.

Sobre la Inteligencia Artificial (IA), consideró que está revolucionando el sector financiero, por lo que, para mantenerse a la vanguardia, es indispensable adoptar y escalar tecnologías emergentes que fortalezcan la toma de decisiones, mejoren controles, reduzcan riesgos y permitan enfocar esfuerzos para aumentar el potencial de ventas y mejorar el servicio al cliente.

Por ello, en Banamex, la IA ha sido una piedra angular en su estrategia, revolucionando áreas clave desde la aprobación de créditos hasta la prevención de fraudes y la eficiencia operativa, señalando que por más de 15 años han estado implementando esta tecnología y están escalando su uso en toda la organización para maximizar su impacto.

Por otra parte, subrayó que la banca mexicana ha avanzado significativamente en la implementación de medidas orientadas a prevenir el lavado de dinero y fortalecer la integridad del sistema

financiero; no obstante, es prioritario continuar fortaleciendo los estándares de cumplimiento y asegurar la alineación permanente con las mejores prácticas y regulaciones internacionales.

En este sentido, Banamex mantiene los más altos estándares globales de gestión de riesgos y control, respaldados por un equipo robusto y especializado que garantiza el estricto cumplimiento de la normativa vigente, debido a que su enfoque está en proteger al sistema financiero, atender adecuadamente a sus clientes y seguir impulsando un crecimiento sostenible y seguro.

En la plática recordó que Banamex es una banca universal, por lo que atienden a todos los segmentos: personas, pequeñas y medianas empresas, corporativos e instituciones, con un enfoque que se basa en escuchar y entender las necesidades de los clientes y comunidades para ofrecer soluciones financieras cercanas, responsables y alineadas con los retos actuales.

“Acompañamos a empresas de todos los tamaños con productos que optimizan sus operaciones, como capital de trabajo, nómina y apoyo a exportaciones y ofrecemos financiamiento que impulsa su crecimiento y la generación de empleo, además de colaborar con el gobierno en proyectos de infraestructura clave para el desarrollo del país”.

“Hoy, somos orgullosamente, uno de los grupos financieros más grandes y relevantes de México, con la confianza de más de 20 millones de clientes. Estamos presentes en todas las zonas del país, a través de la cuarta infraestructura más grande en México que permite al cliente interactuar con nosotros cuando quiera en el canal que prefiera”, comunicó Romo Villafuerte.



VALOR COMERCIAL
AVALÚOS

Liderazgo en Valuación Inmobiliaria

40 años de Experiencia
con Cobertura
Nacional

Trabajamos con los bancos más
importantes de México



A portrait of Carlos López Moctezuma, a man with dark hair and a beard, wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt. He is smiling slightly and looking towards the camera. The background is white with a pattern of small grey dots.

CARLOS LÓPEZ

MOCTEZUMA

DIRECTOR GENERAL DE
BANCOPPEL Y DE SERVICIOS
FINANCIEROS DE COPPEL

BanCoppel combina presencia física con servicios digitales

 Victor M Ortiz Niño

Nuestra ventaja competitiva, es ser un banco que avanza cada vez más en su propuesta de servicios financieros digitales, al mismo tiempo que mantiene una presencia física muy importante en el país, además de seguir avanzando en la inclusión financiera, donde contribuyen de manera importante en el país, señaló Carlos López-Moctezuma, director general de BanCoppel y de servicios financieros de Coppel.

“Tenemos una estrategia que se basa en dos pilares fundamentales: por un lado, mantener una gran experiencia e infraestructura física para asegurar redes de cash in y cash out por todo el país, y evolucionar más los servicios a la asesoría y comercialización de productos”.

“Por el otro, la digitalización, misma que es imprescindible en los servicios financieros. Decirte que hemos tenido crecimientos en las transacciones por SPEI y con tarjetas de 40 por ciento, año con año, son cifras muy grandes”, dijo a Multimedia en Concreto.

Señaló que, para lograr una mayor penetración y mejora de los servicios bancarios, el reto es lograr un combate real contra el efectivo, porque somos una economía donde gran parte de la población vive en el segmento informal y el dinero lo maneja en efectivo.

Por ello para digitalizar ese dinero se tiene que ir a depositarlo a algún lado y eso es lo que todavía no está resuelto; en este sentido, BanCoppel ha jugado un rol muy importante en este reto porque la mitad de los clientes que atiende nunca habían tenido un producto financiero formal.

Consideró que no hay un participante del mercado que esté más preocupado por el tema de la inclusión financiera que BanCoppel, el cual tan solo en este año incluyó al sector financiero formal a más de 450 mil personas y para 2030 estiman incluir a 3 millones de personas más, cifras que pocos participantes en el sistema pueden tener.

También prevé que el sector bancario va a seguir siendo un motor importante para financiar el crecimiento del país, porque se tiene una banca muy bien capitalizada, con niveles de morosidad controlados prácticamente en todas las carteras.

Las cifras de consumo de este primer inicio de año y del último trimestre del año anterior van bien y muchos bancos están interesados en financiar a las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs), pero es necesario trabajar más con la banca de desarrollo para definir esquemas de garantía y avanzar en generar los productos adecuados para ese segmento.

En su banco, gran parte de los préstamos personales se otorgan a gente con actividades productivas, pero tienen que formalizarlo más, y aprovechar los esquemas de garantías y financiamiento que tiene la banca de desarrollo.

En cuanto a los desafíos de la banca en general sentenció que los fraudes y la ciberseguridad siguen siendo una preocupación en el sistema. En el primer caso, la educación financiera hacia los clientes es muy importante y en ciberseguridad necesitamos seguir invirtiendo para reforzar controles. La tercera preocupación es que el consumo se mantenga durante el año y que la cartera esté sana.

Consideró que, derivado de lo que sucedió el año pasado con el Financial Crimes Enforcement Network (FinCEN) estadounidense y los bancos mexicanos, ha hecho ver a todos, que tienen no solo cumplir con lo que marca la regulación, sino ir más allá con muchísima productividad en estos temas; además hoy se tiene también una Unidad de Inteligencia Financiera (UIF) mucho más reforzada y el nuevo titular está muy involucrado.

De esta forma, se han abierto nuevos canales de comunicación a nivel gremial desde la Asociación de Bancos de México (ABM) con FinCEN y con las otras autoridades financieras americanas.

En BanCoppel se mantienen rigurosos controles y siguen trabajando de la mano con autoridades y la ABM para fortalecer procesos de supervisión y prevención.

En relación a su actividad en el sector financiero detalló que financia a muchas empresas y que tiene una cartera de más de 50 mil millones de pesos, por lo que ya es un jugador muy relevante. También posee una participación muy importante con Afore Coppel y lo que invierte en distintos proyectos y fondos.

Su red servicio corresponde a más de 1,800 puntos de atención para los clientes en todo el país y eso sigue siendo muy importante para muchos segmentos de la población que hoy reciben dinero en efectivo.

“A los productos que tradicionalmente ofrecemos como son cuentas de inversión, tarjeta de crédito, crédito a empresas, arrendamiento, el año pasado agregamos el primer producto hipotecario cien por ciento digital y fortalecimos nuestro negocio de crédito automotriz. De esta forma, tenemos productos que antes no teníamos, por lo que la estrategia de este año es su consolidación”, afirmó López-Moctezuma.

LUIS DE
LA FUENTE

DIRECTOR GENERAL ADJUNTO
DE BANCA CORPORATIVA Y
DE INVERSIÓN DE MULTIVA.

Banca está fuerte, líquida, bien supervisada.- Multiva



Marisel Zúñiga

Hay nichos de oportunidad: el Mundial, Infraestructura y reactivación de economías regionales, afirma y apuesta a mayor crecimiento vs 2025

Hay factores que apuntalan un mejor año con grandes oportunidades, por ejemplo el Mundial 2026 impulsará turismo, servicios y consumo además de nichos de oportunidad con un aumento en inversión en infraestructura que reactivará economías regionales, afirmó en entrevista Luis de la Fuente, director general adjunto de banca corporativa y de inversión de Multiva.

“México llega bien posicionado con una relación sólida con Estados Unidos, estabilidad económica y señales de confianza reflejadas en mayores flujos de capital.

“En ese contexto, la banca mexicana está fuerte, líquida y bien supervisada. Lista para acelerar el crédito y apoyar la reactivación económica. Para 2026 en Multiva anticipamos una economía más dinámica, con mayor crecimiento y más empleo que en 2025”.

Aseveró que “más que retos, en Multiva compartimos esta visión y trabajaremos para detonar crecimiento; estamos listos para acompañar este proceso y tenemos recursos asignados, experiencia técnica y un compromiso firme con el país”.

Cambios que deben hacerse en la banca

La banca ha adoptado de un tiempo a la fecha una visión sostenible donde las decisiones financieras no solo deben ser sólidas, sino también incluir criterios que protejan al medio ambiente y a las comunidades donde operamos.

El directivo explicó que como lo demuestran los ejes temáticos de la 89 Convención

Bancaria, la evolución del sector gira en torno al financiamiento como palanca para detonar inversión productiva; la transformación digital como motor de eficiencia y acceso; y el empoderamiento del cliente.

“Finalmente, la inclusión financiera es otro eje estructural de transformación. Ampliar el acceso al sistema financiero fortalece el mercado interno, fomenta la formalidad y contribuye al crecimiento económico sostenible. La banca tiene una responsabilidad clara en cerrar brechas y ampliar oportunidades”.

La prioridad de Multiva: traducir la fortaleza en mayor inversión

De la Fuente señaló que México atraviesa uno de sus momentos más relevantes en décadas, destaca porque es el principal proveedor de Estados Unidos, el mayor mercado global. Cuenta con un motor exportador sólido y un mercado interno que se está reactivando y expandiendo.

“La prioridad es clara: traducir estas fortalezas en más inversión, más proyectos. El pilar principal de ese camino es la infraestructura: energía confiable y suficiente, agua disponible y logística moderna. La infraestructura es, en esencia, la pieza que transforma interés en proyectos, inversión en empleo formal y desarrollo regional.

“Desde Multiva estamos listos para acompañar el despliegue de estos proyectos con soluciones financieras que respondan a las necesidades tanto de empresas como del sector público. Tenemos un equipo de especialistas que tienen la experiencia en el financiamiento de este tipo de proyectos”.

Sus estrategias

Multiva apuesta por una estrategia clara: especialización, disciplina y enfoque sectorial, apuntó.

“Nos hemos concentrado en áreas donde podemos aportar valor diferencial: financiamiento estructurado, infraestructura, energía,

inmobiliario, banca de gobierno y agronegocios. No buscamos competir por volumen, sino por profundidad técnica.

“Otra estrategia clave ha sido fortalecer nuestra plataforma fiduciaria y nuestras capacidades de estructuración. En un entorno donde los proyectos son cada vez más complejos, contar con herramientas fiduciarias robustas y experiencia en financiamiento estructurado es una ventaja estratégica”, señaló.

Experiencia en el mercado

El directivo explicó que Multiva tiene dos décadas de experiencia en crear soluciones financieras hechas a la medida, la institución se enfoca en proyectos que transforman e impulsan el desarrollo del país, en particular en sectores estratégicos como infraestructura, agua, energía, vivienda y movilidad.

Abundó que el banco busca ser un agente de cambio; y acompañar a quienes apuestan por el desarrollo del país, con el compromiso de estar al servicio de quienes hacen México.

“Para lograr esta meta tiene un equipo altamente especializado con experiencia en más de 500 proyectos exitosos a nivel nacional, lo que le permite intervenir en sectores clave y asegurar un enfoque estratégico adaptado a las particularidades de cada iniciativa”.

Scotiabank

A portrait of Paulina Prieto Higuera, a woman with shoulder-length wavy brown hair, smiling and wearing a black blazer over a black top. She has her arms crossed and is wearing a necklace with a large key pendant. The background is white with a pattern of grey dots of varying sizes. The text 'PAULINA PRIETO' is in white, uppercase, sans-serif font, and 'HIGUERA' is in a much larger, bold, white, uppercase, sans-serif font, both centered over her image.

PAULINA PRIETO
HIGUERA

HEAD PRODUCTS & DIGITAL
SOLUTIONS DE SCOTIABANK.

¿Hay una receta para que las mujeres crezcan en el sistema financiero?



Marisel Zúñiga

**Conoce la autoreflexión y propuestas de quienes lo viven en la "vida real"*

La receta comienza por la capacitación, la constancia, y sobre todo creer en su propia capacidad, afirman nuestras entrevistadas.

Pero hay estrategias adicionales porque el camino "no es recto". Aquí la descripción de la primera de nuestras entrevistadas.

La visión desde Scotiabank

Herramientas para la Mujer Líder en Finanzas: Competencias y Estrategias para una carrera exitosa.

El desarrollo de las mujeres en el sector financiero no es una trayectoria lineal que avance únicamente con esfuerzo, afirmó Paulina Prieto Higueras, Head Products & Digital Solutions de Scotiabank.

Así precisó que se requiere, más bien, de un sistema y un conjunto de herramientas bien integradas y las enumeró:

- i) las competencias técnicas, las cuales abren la puerta,
- ii) las habilidades interpersonales,
- iii) la capacidad de navegar estratégicamente las organizaciones,
- iv) la construcción de redes de apoyo sólidas. Son estos elementos los que verdaderamente aceleran el crecimiento profesional femenino dentro de las instituciones.

Explicó que en el sector financiero, solo el 25% de las posiciones de vicepresidencia están ocupadas por mujeres. De ahí la relevancia de asumir un rol activo en el diseño de nuestro propio desarrollo, fortaleciendo de manera deliberada las capacidades que hoy definen el liderazgo en nuestra industria.

Pero,abundó, sobre todo, de impulsar cambios estructurales en todos los niveles de la organización a través de mentorías, redes de apoyo y academias de liderazgo.

“Promover la participación de las mujeres en posiciones de liderazgo financiero no es únicamente un tema de equidad; está demostrado que es una decisión estratégica de negocio”.

Precisó que un estudio del Peterson Institute for International Economics revela que las empresas con al menos 30% de mujeres en roles de liderazgo pueden incrementar hasta seis puntos porcentuales su rentabilidad neta.

“La diversidad de perspectivas fortalece la toma de decisiones, mejora la gestión del riesgo y fomenta la innovación, factores clave para construir organizaciones financieras más sólidas y competitivas”, dijo y añadió:

“En Scotiabank creemos firmemente que avanzar hacia una mayor participación de las mujeres en el liderazgo no solo fortalece a nuestras organizaciones, sino que también contribuye a construir un sistema financiero más inclusivo, resiliente y preparado para responder a los retos del futuro. Impulsar el talento femenino es, en última instancia, una inversión en mejores decisiones, mayor innovación y un crecimiento más sostenible para nuestras instituciones y para la sociedad”.

Así, aseveró: “Avanzar en esta agenda es una oportunidad para construir organizaciones más fuertes, y más importante aún, sociedades más inclusivas; como mujer, es mi mayor compromiso para las futuras generaciones”.



MARLENE ESCOBEDO

Directora de Jurídico y Cobranza
del Banco Inmobiliario Mexicano

Otra visión desde BIM

Marlene Escobedo, Directora de Jurídico y Cobranza del Banco Inmobiliario Mexicano (BIM) afirmó que sí debe haber una estrategia para capacitar y fortalecer a las mujeres en el sistema financiero y así la describió:

“La estrategia es la construcción activa de redes, la constante negociación como líder y como parte del equipo de trabajo, así como el buscar el equilibrio entre la vida personal y profesional”.

Para ella el crecimiento, el desarrollo en el sector es fruto de la constancia, tenacidad, perseverancia, empoderamiento profesional.

“... y el ingrediente adicional es creer en la capacidad y en lo que eres, creerte capaz de lograr todo aquello o por lo que trabajas”, aseveró.

Marlene Escobedo recién fue propuesta al reconocimiento como parte de “las mujeres destacadas por su trayectoria en los servicios financieros” convocatoria realizada por la Asociación de Bancos de México (ABM).

A portrait of Daniela Gurrea, a woman with long, wavy brown hair, wearing a black sleeveless top and a colorful patterned scarf. She is smiling slightly and looking towards the camera. Her arms are crossed in front of her. The background is white with a pattern of small grey dots.

DANIELLA
GURREA

DIRECTORA GENERAL DE
GENWORTH MÉXICO

ASG: el nuevo factor estratégico para el sector vivienda

Empresas deberán pensar a 30 años, no solo en el corto plazo, advierte Genworth



Mariel Zúñiga

Los criterios Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ASG) dejaron de ser una tendencia para convertirse en un elemento clave del sistema financiero global. Sin embargo, su adopción enfrenta retos como la politización del tema, la falta de regulación clara y el desafío de equilibrar sustentabilidad con rentabilidad, señaló Daniella Gurrea, directora de Genworth.

ASG: pensar en el largo plazo

Los criterios Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ASG) se han consolidado como un marco estratégico para las empresas, particularmente en sectores como vivienda y financiamiento inmobiliario.

Durante su participación en un foro del sector (evento conmemorativo de Mujeres Líderes Por la Vivienda, MULIV), Daniella Gurrea (Directora General de Genworth México) explicó que el enfoque ASG implica que las empresas dejen de tomar decisiones pensando solo en el corto plazo y comiencen a planear con horizontes de hasta 30 años.

“El pensamiento ASG no es desarrollar una estrategia para hoy o para este año, sino planear cómo nuestras decisiones impactarán en el futuro”, señaló.

El componente ambiental busca reducir emisiones y hacer un uso eficiente de los recursos frente al cambio climático; el social se enfoca en el bienestar de las personas, la inclusión y el desarrollo de comunidades; mientras que la gobernanza implica decisiones éticas, transparencia y controles internos sólidos.

Del auge a la politización

Gurrea explicó que entre 2015 y 2021 el mundo vivió un auge del tema ASG, impulsado por inversionistas institucionales, acuerdos climáticos

internacionales y una creciente presión social por prácticas empresariales responsables.

Sin embargo, el panorama se ha vuelto más complejo.

“El tema se ha politizado y ya no existe una agenda homogénea a nivel global”, explicó.

Mientras Europa mantiene un liderazgo regulatorio con exigencias claras de reporte y cumplimiento para acceder a capital, en Estados Unidos el enfoque ha sido más flexible y en algunos casos incluso se ha reducido la regulación.

A pesar de ello, las empresas continúan implementando estos principios por razones reputacionales y por presión de inversionistas.

Más escrutinio y menos “greenwashing”

Uno de los riesgos que surgieron con la popularidad del concepto fue el llamado greenwashing, es decir, empresas que adoptan certificaciones o discursos verdes sin aplicar realmente cambios de fondo.

Ante ello, Gurrea prevé mayor escrutinio por parte de reguladores, inversionistas y comunidades, además de exigencias crecientes en materia de datos, auditorías y reporte.

“Estamos pasando de una narrativa a la materialidad. Ya no basta con decir que somos sostenibles; hay que demostrar cómo impacta eso en los riesgos y en la estrategia de negocio”, afirmó.

El impacto directo en la vivienda

En el sector inmobiliario, los criterios ASG tienen implicaciones directas en la forma de planear y construir ciudades.

Desde el punto de vista ambiental, implica desarrollar viviendas resilientes ante fenómenos climáticos extremos y ubicarlas en zonas seguras.

Desde el componente social, supone garantizar acceso a vivienda adecuada, con servicios, escuelas y empleo cercanos que permitan fortalecer la vida comunitaria.

“La vivienda no es solo una casa. Es el lugar donde se transforma la vida de las personas y donde se desarrollan las comunidades”, indicó.

Decisiones empresariales con visión de futuro

Para Gurrea, el principal desafío es que los tomadores de decisiones en empresas y organizaciones adopten una visión de largo plazo.

Aunque la implementación de estrategias ASG puede elevar costos en el corto plazo, a largo plazo puede traducirse en menores riesgos, mejor reputación y acceso a capital.

“El reto es dejar de ver ASG como un requisito o un checklist regulatorio y asumirlo como parte integral de la estrategia de negocio”, concluyó.



#EnConcretoContigo



con **Mariel Zúñiga**

Lunes a viernes 13:30 hrs



**SÍGUENOS EN NUESTRAS
REDES SOCIALES**



@ENCONCRETOG



@ENCONCRETO



@ENCONCRETOMX



GRUPO
EN CONCRETO



EN CONCRETO
SIEMPRE CONTIGO



@ENCONCRETORADIO



ENCONCRETOG