

“Banorte analiza las oportunidades que hay en el mercado de forma constante”

Edgar Juárez
eduardo.juarez@eleconomista.mx

De manera constante, Banorte analiza las oportunidades que hay en el mercado. Sin embargo son los accionistas, los dueños de la empresa, los que deciden, afirmó Marcos Ramírez, director general del grupo financiero.

Ello, durante una conferencia telefónica con inversionistas este miércoles, donde fue cuestionado sobre si aún hay interés por adquirir Banamex, banco aún propiedad del estadounidense Citigroup, cuya Oferta Pública Inicial (OPI) será lanzada, según se ha informado, en el transcurso de este o el siguiente año.

“Nuestro deber es observar y analizar lo que hay en el mercado, y luego nuestra junta directiva decidirá, y luego los accionistas, los dueños de la empresa, decidirán en la asamblea. Así, vemos que todo se mueve aquí y hay muchos factores en movimiento a diario”.

En los últimos días Grupo Financiero Banorte ha anunciado cambios en algunos de sus negocios.

Apenas el martes, en el marco de la presentación de resultados financieros del grupo para el primer trimestre del 2025, el propio Marcos Ramírez reveló que, como parte de su nueva estrategia digital, se analiza la venta o fusión de Bineo, el banco digital que fue lanzado a inicios del 2024.

Unos días antes, Banorte informó sobre la adquisición de la totalidad de las acciones de RappiCard, producto con el que ya venía trabajando desde hace algunos años.

Es así que la nueva estrategia digital integral de Banorte contempla: continuar la fuerte inversión en tecnología y talento; la adquisición de 100% de RappiCard (sujeta a las autorizaciones de los reguladores correspondientes), a fin de elevar su valor y convertirlo en un negocio multiproducto, realizando una alianza con Rappi; e integrar en el

banco los aprendizajes de Bineo y los componentes estratégicos de su infraestructura, analizando su posible venta o fusión con el grupo financiero.

De igual forma, lanzar una nueva propuesta digital para jóvenes que se enfoque en la facilidad de uso, combinándolo con sus herramientas, productos y aprendizajes.

En la conferencia del martes, el director de Banorte destacó que no es que Bineo haya tenido malos resultados, ya que, incluso, dijo, venía mejor a lo esperado, pero que la posibilidad de venderlo o fusionarlo, responde a la nueva estrategia digital del grupo.

“Consolidar todo esto y todas las experiencias, ahora es una autopista por la que vamos a caminar en lugar de tres caminos, vamos a hacer todo en una autopista”, puntualizó. En el caso de RappiCard, el objetivo es ofrecer a los usuarios todas las posibilidades financieras en el segmento al que va dirigido.

Otros bancos que se han fusionado con Banorte

De optarse por la fusión, no sería el primer banco que se integra a Banorte.

A lo largo de los años, han sido varias las instituciones que se han integrado al grupo financiero regiomontano: los casos más recientes han sido Interacciones, que se fusionó con Banorte en el 2018; pero años atrás (en el 2011), ocurrió algo similar con IXE, banco especializado en el segmento “premium”, que después pasaría a ser la “banca preferente de Banorte”.

Pero en toda su historia Banorte también ha adquirido a otros bancos como Bancrecre en el 2001; Banpaís en 1997 y Bancentro en 1995, entre otros.

“Entonces lo que ha pasado con las licencias, es que normalmente se fusionan y desaparecen, se pierde la licencia porque lo fusionas, o en el caso de aquí (Bineo) que está tan limpio y tan claro y tan auditable, que se puede vender”, detalló el director de Banorte.

El martes
anunció que
analiza ven-
der o fusionar
Bineo, pero
no es el único
banco que se
ha integrado
al grupo
regiomontano.

EL ECONOMISTA

JUEVES
24 de abril
del 2025