MEDIO: LA RAZON
SECCION: NEGOCIOS
PAGINA: 21
FECHA: 25/ABRIL/2025

Comunicación Financiera

GENTE DETRÁS DEL DINERO

POR MAURICIO FLORES

**Banorte, ¿a quién le dio miedo?** Grupo Financiero Banorte, de Carlos Hank González, pone todas sus canicas para mantener el liderazgo en la evolución tecnológica de la banca. Marcos Ramírez Miguel, su CEO, anunció un "timonazo" y presentó su Estrategia Digital Integral cimentada en cuatro acciones: seguir invirtiendo fuerte en tecnología; comprar 100% de RappiCard, la tarjeta que lanzó hace 3 años con la colombiana Rappi, para incrementar la oferta de bienes y servicios en esta plataforma; fusionar a su operación los aprendizajes y componentes estratégicos de Bineo, su banco 100% digital, y aprovechar la experiencia, información y conocimiento adquiridos en los últimos años para lanzar una propuesta innovadora para el segmento joven.

Los malintencionados, entre ellos aliados, asesores y emprendedores de colmillo corto del sector *Fintech*, venden este giro de timón como un "fracaso", pero la ventaja de ser un banco del tamaño de Banorte es la posibilidad de tener una estrategia, que lanzó hace 5 años, para adaptarla ágilmente a lo que el mercado dicta. Muchos 'neobancos", que no son bancos, están fracasando en el camino, lastimando el historial crediticio de miles de jóvenes. Banorte, con la cartera más sana del sistema, sabe que lo que este segmento necesita es hiperpersonalización y un acompañamiento para empoderarlos como usuarios de los servicios financieros.

Bineo es inversión y un activo que seguro venderá a muy buen precio. Ya les platico cómo va la jugada del Banco fuerte de México.