

• El crecimiento y la experiencia adquiridos en cinco años de operación en el país, hacen confiar en que están listos para ser un banco

Edgar Juárez
eduardo.juarez@eleconomista.mx

Dado que la penetración de servicios financieros en el país aún es muy baja, si se compara con otros de la región, Nu México ve al sector bancario del país –en el cual quiere irrumpir– con mucha oportunidad.

Iván Canales, director general de Nu México, destaca que, de hecho, ven su transición hacia la figura de banca múltiple, como un factor que puede ayudar a generar competencia dentro del mercado mexicano.

En octubre del 2023, Nu México dio a conocer que solicitó a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores una licencia para operar como banco en el país, proceso que, de autorizarse, podría cerrarse en el 2025.

En entrevista con **El Economista**, Canales menciona que prueba de la baja penetración de productos y servicios financieros que prevalece en México, es que apenas hay una penetración de 12% en tarjetas de crédito, cuando en Colombia es de aproximadamente 25% y en Brasil de 40 por ciento.

Dada la baja penetración de servicios

Vemos al sector bancario como uno de mucha oportunidad: Nu México

En este sentido, apunta que uno de los ámbitos en los que puede ayudar a generar mayor competencia en el mercado mexicano, una vez que se le autorice ser banco, es ampliando el mercado al incorporar a nuevos usuarios, pero también “subiendo la barra” a los productos tradicionales.

“Sabemos que estamos subiendo la barra, por ejemplo, en productos de depósito, al crear unos que en realidad sean más justos y más transparentes para más mexicanos. Llegamos a 1,000 millones de dólares de depósitos a finales del año pasado, a un mes de haber lanzado el producto, y bueno, vemos que la conversación en realidad se ha abierto durante los últimos meses”.

Agrega: “estamos ampliando el mercado, abriendo el pastel para todos estos clientes que después pudieran tener ofertas de otras instituciones crediticias. Los que terminan ganando aquí son millones de mexicanos que tienen acceso a

más productos financieros, y tener un sistema que incluya a más personas”.

Preparados para convertirse en banco

A cinco años de su entrada a México, primero como una *fintech* y después como una sociedad financiera popular (Sofipo) –que es la figura bajo la que opera en la actualidad–, Nu México cuenta ya con 5.5 millones de clientes (más de 90 millones en Brasil), los cuales, dice Canales, están contentos y los recomiendan.

Esta trayectoria y otros pasos que ha dado la entidad en este periodo, como es el ser hoy la Sofipo más grande del sistema, con 47% de los activos, hace pensar que ya está lista para ser un banco en el país.



Iván Canales, director general de Nu México.

FOTO: ESPECIAL

“Esta trayectoria también nos permite tener confianza en nuestra transición a una institución de banca múltiple. Creemos que estamos preparados ya para convertirnos en un banco con toda esta experiencia que hemos construido en estos cinco años y sobre todo operando una licencia de Sofipo ya en el mercado mexicano y siendo el actor más grande dentro de este ecosistema”, enfatiza.

Iván Canales se reunió recientemente con el presidente de la Asociación de Bancos de México (ABM), Julio Carranza, por lo que destaca que desde Nu hay mucho interés en construir lazos cercanos con la industria.

**AVISO NOTARIAL
SEGUNDA PUBLICACIÓN**

MIGUEL ALESSIO ROBLES, notario 19 de esta ciudad, hago constar:

**AVISO NOTARIAL
PRIMERA PUBLICACIÓN**

Para los efectos de lo dispuesto en el artículo 70 del Reglamento de la Ley del