

El banco desarrolla una estrategia integral aprovechando su escala y experiencia

JEANETTE LEYVA
jleyva@elfinanciero.com.mx

ANA MARTÍNEZ
amrrios@elfinanciero.com.mx

Para hacer frente a los retos competitivos del sector bancario, Grupo Financiero Banorte está seguro de su oferta al tener la capacidad de atender a clientes de todos los perfiles, desde quienes prefieren un servicio humano-digital, como a los usuarios que no quieren pisar una sucursal.

En entrevista con El Financiero, previo a la 88 Convención Bancaria, Marcos Ramírez, director general de Grupo Financiero Banorte, resaltó que entre sus prioridades estratégicas está la transformación digital enfocada en la hiperpersonalización.

Por ejemplo, al cierre del 2024 reportaron un crecimiento de clientes móviles de 13 por ciento

ATENCIÓN AL CLIENTE

Banorte, listo para servir de forma digital y física

comparado con el 2023, con lo que cerraron con más de 7.48 millones de usuarios. También registraron un incremento del 45 por ciento de transacciones móviles al año pasado respecto al 2023.

El banquero ha manifestado en diversas oportunidades que en 2020 anticiparon la disrupción tecnológica que enfrentaría el sector bancario. Para enfrentarlo tomaron tres caminos: acelerar la transformación digital, aliarse con actores estratégicos del mundo Fintech para atender al segmento joven y un banco digital.

Actualmente, estos ejercicios les

permitieron llegar a una conclusión: el mejor camino para Banorte es consolidar sus esfuerzos a través de una estrategia digital integral en la que se aproveche su escala y las capacidades tecnológicas que han desarrollado en torno a este tema.

Así, seguirá una fuerte inversión en tecnología y talento, pero también el banco tiene clara su responsabilidad en ciberseguridad y prevención de lavado de dinero, ya que cuentan con una política muy robusta que se ha fortalecido con inversiones continuas en estructuras de gobernanza, recursos humanos, tecnológicos y operativos.



ESPECIAL

Pilares. El banquero aseguró que seguirán invirtiendo en tecnología y talento.

“Nuestra misión por 125 años ha sido clara: ser el motor financiero que impulse el crecimiento de México”

MARCOS RAMÍREZ Director general de GF Banorte

APERTURA DE SUCURSALES

Aunado a sus procesos de digitalización, el banco, que es uno de los más importantes del país, no descuida su infraestructura física, ya que tiene programado abrir 50 sucursales en todo el país, con una inversión de alrededor de 500 millones de pesos.

“Buscamos consolidar nuestra presencia en regiones y comunidades claves para dar acceso a los servicios financieros”, resaltó.

Por lo anterior, sostuvo Ramírez, el compromiso de Banorte es estar cerca de sus clientes a través de los canales de servicio con que cuentan.