



# Educación e Inclusión Financiera

## Descripción del tema

Capacitación e información relevante de productos y servicios financieros para la toma de decisiones informadas, además de brindar a las personas acceso a servicios financieros útiles y asequibles para mejorar la calidad de vida.

### Racional

En materia de educación e inclusión financiera, México tiene cuatro principales retos: falta de conocimiento del sistema financiero, infraestructura financiera insuficiente, adquisición y uso limitado de los productos y servicios financieros y falta de información para medir el impacto de acciones de inclusión financiera.

En México, solo un tercio de la población adulta cuenta con educación financiera y cerca del 40% desconoce la necesidad de ahorrar dinero para el retiro o alguna situación de emergencia. Asimismo, el país está rezagado en materia de inclusión financiera, ya que solo el 37% de los adultos tiene cuentas bancarias y el 32% ha realizado o recibido pagos digitales, cifras significativamente inferiores a las de países con niveles de desarrollo similares.

Además, las brechas de acceso financiero por género, región y entorno urbano-rural también son mucho mayores que en la región. En el caso de las zonas rurales, podemos apreciar que el 7% de los adultos de estas zonas cuenta con préstamos de instituciones financieras, cifra que se ha mantenido estable desde 2014 y que está por debajo del 10% de América Latina y el Caribe y 19% de los países de la OCDE.

Por otro lado, las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPYMEs), tienen problemas de asequibilidad y accesibilidad a los accesos financieros ya que solo alrededor del 11% de utilizan créditos bancarios. Adicionalmente, los financiamientos de este segmento cuentan con tasas que, en promedio, son un 50% más agresivas que las grandes empresas, lo cual representa una barrera importante para el acceso a estos servicios.

Como institución financiera, entendemos que concientizar a las personas sobre los beneficios de los distintos productos y servicios financieros, así como habilitarles el acceso a los mismos a través de sucursales, corresponsalías y otros canales digitales que permiten el acceso remoto, representa una oportunidad para la sociedad y para el negocio.

### Riesgos

- **Tecnología:** Pérdida potencial debido a la falta de capacidad para actualizar tecnologías, principalmente canales digitales que nos permitan atender a clientes no bancarizados, sub bancarizados y desatendidos
- **Mercado:** Pérdida potencial por falta de oferta de productos y servicios, así como canales, que atiendan las necesidades de los distintos segmentos económicos.
- **Regulación:** Pérdida potencial debido al incumplimiento sobre la Política Nacional de Inclusión Financiera, resultando en posibles sanciones y/o la imposición de medidas correctivas.
- **Reputación:** Pérdida potencial por cambios en la percepción de nuestros grupos de interés por el incumplimiento de los compromisos adquiridos y/o la incorrecta ejecución de los mismos.

### Oportunidades

- **Operación:** Incremento en ingresos por la creación de productos que atienden a clientes no bancarizados, sub bancarizados y desatendidos, así como canales específicos para atenderlos. Mejorar la calidad de la cartera de consumo a través de modelos de riesgos más óptimos para estos segmentos.
- **Tecnología:** Mayor rentabilidad derivado del uso de canales digitales que reducen los costos operativos. Acceso a nuevos mercados donde no hay presencia de canales físicos.
- **Mercado:** Acceso a nuevos mercados que permitan detone la economía formal, fomente el ahorro y amplie la cobertura de seguros en el país. Incremento en ingresos por mayor captación clientes no bancarizados, sub bancarizados y desatendidos, así como la venta cruzada entre clientes existentes.
- **Regulación:** Aprovechamiento de incentivos por parte del gobierno que promuevan activamente la educación e inclusión financiera.
- **Reputación:** Mejorar la percepción ante nuestros grupos de interés, al igual que alcanzar sus expectativas y mantener su confianza.

### Grupos de interés



Clientes



Colaboradores



Inversionistas



Reguladores



Agentes del  
gremio



ONG's



Comunidad



Medios de  
comunicación

# Educación e Inclusión Financiera

## Caso de Negocio

Somos uno de los bancos con mayor participación de mercado en el financiamiento a las micro, pequeñas y medianas empresas (MiPYMEs). En 2021, apoyamos a más de 19 mil MiPYMEs con \$37 mil millones de pesos en créditos, de los cuales el 11% corresponden a micro empresas, 78% a pequeñas empresas y el resto a medianas empresas, de acuerdo con la clasificación nacional. En promedio, otorgamos casi 2 créditos por cliente por un monto de alrededor de \$3.1 millones de pesos por crédito. Los préstamos se utilizaron para cubrir todo el ciclo operativo de las PYMES, desde el financiamiento tradicional hasta el capital de trabajo. Cabe destacar que \$6.7 mil millones de pesos se destinaron a proyectos regionales específicos que incluyen la inclusión de género, la habilitación del comercio exterior y el desarrollo turístico.

Para facilitar el acceso al crédito a las MiPYMEs, la banca de desarrollo juega un papel fundamental a través de sus programas de apoyos, lo que nos permite incursionar en otros nichos de mercado, así como impulsar sectores específicos de la economía compartiendo el riesgo entre ambas instituciones. Por ello, el 79% de los créditos MiPYME colocados cuentan con una línea de garantía de la banca de desarrollo. Esto nos posiciona como el segundo banco con participación más grande de México en los programas de Crédito Empresarial, Impulso Nafin + Estados y Credisuministros, además de tener el índice de aprobación más alto en estos últimos dos programas con un 50% y 66%, respectivamente. Durante 2021, utilizamos el 42% del total de recursos habilitados por las bancas de desarrollo para la banca.

La consolidación de los procesos de internos con los programas de apoyo a MiPYME's nos ha permitido mantener un índice de cartera vencida de 1.8%, siendo el mejor desempeño histórico del banco y estando muy por debajo del promedio de 4.7% del sistema bancario nacional.

Meta	KPI	Año base	KPI año base	Año meta	KPI año meta	KPI 2021	ODS's
§ Aumentar a 85% el total de transacciones de remesas (tx) pagadas depositadas a cuentas de Banorte.	Porcentaje de tx depositadas a cuentas Banorte	2020	48%	2030	85%	60%	1.4, 8.10, 10.2
§ Aumentar a 85% el monto total de remesas pagadas a cuentas de Banorte.	Porcentaje de monto total de remesas pagadas a cuentas Banorte	2020	41%	2030	85%	51%	1.4, 8.10, 10.2
• Mantener en menos del 3% los costos de transacción de las remesas de los migrantes.	Porcentaje del costo por transacción de remesa	NA	NA	NA	< 3.0%	0.0%	10.c
§ Aumentar en un 30% la colocación de crédito de clientes MiPYME.	MDP de crédito de clientes	2020	\$20,045	2030	\$26,059	\$21,081	8.3, 8.10, 9.3
§ Incrementar un 15% anual el número de cuentas Enlace Digital (N2*).	Número de cuentas Enlace Digital (N2)	2021	222,894	2025	389,843	222,894	1.4, 8.10, 10.2, 11.1
§ Aumentar a 1 millón de usuarios que en situación regular existe baja probabilidad de uso de canales digitales**.	Número de usuarios en canales digitales	2021	243,248	2025	1,000,000	387,891	8.10

\*: N2 se refiere a una cuenta establecida por la ley de apertura con expedientes simplificados (nombre, domicilio, teléfono, email), limitan la cuenta a 3,000 UDIs.

\*\* : Los canales digitales incluyen PePer, Apoyos Banorte y BanorTec.

## Simbología:



Remuneración  
ejecutiva