

# Relación con clientes




## Descripción del tema


Elaboración de estrategias para identificar las necesidades y expectativas de los clientes con respecto a la operación del Grupo.


## Racional

Este tema material ESG contempla el conjunto de estrategias y operaciones que la entidad define e implementa con el principal objetivo de conservar las relaciones con los **clientes actuales** y crear nuevas relaciones con **clientes potenciales**.

La importancia de este asunto radica en que los clientes se sitúan en el **centro del negocio** de **GFNorte**. Una correcta gestión y seguimiento de los clientes, permite:

 **Resultados:** El incremento de los niveles de facturación depende de la capacidad que desarrolle la entidad para retener a los clientes actuales y materializar la atracción de los nuevos clientes, de forma que sigan o comiencen a hacer uso de los servicios que les ofrece la entidad.

 **Reputación:** La experiencia de cliente, es una de las principales palancas que permiten conservar y mejorar el reconocimiento e imagen positiva que tienen los clientes de la entidad.

 **Colaboradores:** En última instancia, la correcta gestión de la relación con los clientes a partir del desarrollo de procedimientos y el uso de recursos y tecnología adecuada, mejora la eficiencia de la actividad de la plantilla y consecuentemente el nivel de satisfacción de los propios colaboradores.

Cabe destacar como, entre otras, existen numerosas referencias **normativas** en Mexico que velan por la **protección** de los **derechos** de los **consumidores**, con el objetivo de que estos puedan tomar decisiones informadas, entre las que destacamos:

- Ley de protección y defensa al usuario de servicios financieros.
- Ley para la Transparencia y ordenamiento de los servicios financieros.
- Ley Federal de Protección al consumidor.

Por todo esto, y con la premisa de **colocar al cliente** en el **centro** de su **misión**, el GFNorte:

- Identifica las **necesidades** que tiene cada cliente a partir del desarrollo de **capacidades analíticas**.
- Fortalece los **servicios** que brinda a los diferentes clientes a través de la **digitalización** y **simplificación** de **procesos**.
- Dispone como métrica principal la mejora de la **experiencia de cliente** en todos los **canales** e **interacciones** con el objetivo de cubrir sus **necesidades** a partir del desarrollo de estrategias de **hiperpersonalización**.

## Grupos de interés



Accionistas e inversionistas



Personas de la organización



Proveedores y socios



Clientes



Agentes Reguladores



Agentes del gremio



Sociedad



Medios de comunicación

# Relación con clientes

## Alineación con los ODS



El tema material ESG “**Relación con clientes**” impacta sobre el:  
**ODS 8 “Trabajo decente y crecimiento económico”.**

Este impacto de este tema material viene determinado por el detalle de la relación entre las **metas** y las **métricas** vinculadas a este ODS, según el **Sistema de Información de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de México**:

- **8.10:** “Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras nacionales para fomentar y ampliar el acceso a los servicios bancarios, financieros y de seguros para todos”:
- **8n.3:** “Inclusión financiera”

### Riesgos

- **Riesgo Legal:** Pérdida potencial por incumplimiento de disposiciones legales y administrativas y la consecuente aplicación de sanciones por emisión de resoluciones desfavorables en relación a la operativa que realiza Banorte en relación con sus clientes.
- **Riesgo de Mercado:** Impacto potencial como consecuencia de la pérdida de clientes por la oferta de un catálogo de productos y servicios que no da respuesta a la necesidad real de los clientes.
- **Riesgo Reputacional:** Pérdida potencial derivada del incremento de la percepción negativa del Grupo por parte de los clientes en relación al incumplimiento de asuntos de transparencia, compromisos adquiridos, políticas, greenwashing, etc.
- **Riesgo Operacional:** Pérdida potencial derivada de la materialización de acciones internas o errores operativos perjudiciales para los clientes del Grupo.

### Oportunidades

- **Oportunidad Legal:** Garantizar la existencia de procesos de validación y cumplimiento de la regulación que permitan superar los mínimos lineamientos legales de forma que se garantice la mitigación de amenazas potenciales. Contar también con equipos internos (Outlooks regulatorios) que permitan anticipar e identificar la publicación y entrada en vigor de nueva normativa acelerando la adaptación a estos requerimientos y aprovechando la ventaja competitiva.
- **Oportunidad de Mercado:** Aprovechar la posibilidad de materializar la captación de nuevos clientes en el mercado como consecuencia del lanzamiento de nuevas estrategias de interacción y desarrollo de canales.
- **Oportunidad Reputacional:** Mejorar la percepción y confianza de todos los grupos de interés en la entidad con el objetivo de conservar las relaciones de larga duración con los clientes a largo plazo y captar nuevos clientes contagiados por ese efecto llamada.
- **Oportunidad Operacional:** Aprovechar para el desarrollo de nuevos mecanismos de control sólidos que permitan evitar fallos en las interacciones con clientes mejorando la eficiencia operativa e incrementando el nivel de satisfacción de los clientes.

### Referencias:

- [México | SIODS | Sistema de Información de los Objetivos de Desarrollo Sostenible \(agenda2030.mx\)](https://agenda2030.mx)

# Relación con clientes

## Caso de Negocio

Grupo Financiero Banorte cuenta con un modelo de servicio centrado en el cliente, en el que convergen todo tipo de esfuerzos por lograr una atención y un servicio diferenciado del resto de *peers* del mercado.

Para lograr este modelo de servicio centrado en la mejora continua de la experiencia de cliente, se atiende a los siguientes compromisos:

- **Escuchar al cliente:** A partir del desarrollo de capacidades analíticas, mejorar el proceso de escucha e interacción con el cliente dando respuesta a sus expectativas.
- **Hiperpersonalización:** A partir del conocimiento del cliente se relaciona con nuestra capacidad de generar experiencias de servicio personalizadas y una oferta a su medida, esta capacidad de ofrecer la mejor experiencia de cliente y satisfacer cada necesidad particular.
- **Digitalización:** Y todo ello, soportado en el desarrollo e implementación de herramientas y procesos digitalizados que permitan una comunicación e interacción ágil y con resultados inmediatos, Un Banco para nuestros clientes en minutos.

Como estrategia de vanguardia GFNorte ha implementado la creación de un **esquema de trabajo colaborativo** llamado **células**.

Se trata de una serie de equipos multidisciplinarios con el principal objetivo de diseñar y ejecutar los cambios partiendo desde el conocimiento de la voz del cliente. En estos grupos se generan iniciativas de transformación y estrategia tácticas, denominadas entregas de valor que apalanquen la estrategia. Este mecanismo de trabajo permite:

- Mejorar de manera constante el **conocimiento** disponible de las necesidades cambiantes del cliente.
- Reaccionar ante cualquier variación en la necesidad particular del cliente, definiendo nuevas estrategias de interacción que se adaptan al entorno cambiante.
- Estos equipos junto con al proceso de digitalización implementado de forma transversal por la entidad, está permitiendo mejorar el *Customer Journey*, ofreciendo experiencias extraordinarias y diferenciadas.

## Metas y KPIs

Meta	KPI	Año base	KPI año base	Año meta	KPI año meta	Alineación ODS's	Alineación Estándares
1. Incrementar el índice de recomendación Banorte Integral (NPS)	NPS	2020	57	2025	85	8.10	N/A
2. Incrementar el Índice de Reputación Banorte (iREBA)	iREBA	2021	71	2025	75	N/A	N/A
3. Incrementar el Índice de recomendación de los colaboradores Banorte	eNPS	2017	67	2025	85	8.5, 8.8	N/A