

BANORTE

MERCADO

Hoy, el Grupo Financiero Banorte es una institución financiera líder en México; es el tercer grupo financiero más grande del país y el primero controlado por accionistas mexicanos. Brinda servicio a más de 27 millones de clientes a través de una red que comprende más de 1,000 sucursales, más de 7,000 cajeros automáticos, más de 6,000 corresponsalías y más de 150 mil terminales punto de venta.

HISTORIA

La historia de la institución inició hace 117 años en el norte del país, en 1899, cuando se funda el Banco Mercantil de Monterrey. Luego de casi 50 años, en 1947, se funda el Banco Mercantil del Norte. Muchos años después, en 1986 tiene lugar la fusión de Banco Mercantil de Monterrey y Banco Regional del Norte para formar el Banco Mercantil del Norte (Banorte). En esos años, se conforma un grupo de empresarios, encabezado por Don Roberto González Barrera, que adquiere Banorte en el año 1992.

Con la finalidad de ampliar su oferta de servicios, al año siguiente Banorte adquiere Afin Casa de Bolsa. Más adelante, Banorte inicia la incorporación de Bancentro, en 1995, convirtiéndose en una institución multirregional. Dos años después, adquiere Banpaís y se asocia con Generali International, operadora de fondos de pensión. En 1998, impulsa la tecnología informática moderna: el sistema bancario en línea y el centro de atención telefónica Banortel. En 1999, año de manteles largos, Banorte cumple 100 años y promueve el eslogan “El banco fuerte de México”. Cuando llega el año 2000, Fitch Ratings reconoce a Grupo Financiero Banorte como un “Banco sólido”.

Al año siguiente, GFNorte adquiere 100% de las acciones de Bancrecer, y con esta integración, en 2002, Banorte se consolida como la cuarta red de sucursales más importante del sistema bancario mexicano. En 2003, la institución forja alianzas que fomentan el crecimiento económico de México, y, como una estrategia de crecimiento, generan, en 2004, productos y servicios novedosos, como la cuenta Mujer Banorte. En otros ángulos, se lleva a cabo una Alianza con Telecom – Telégrafos, para bancarizar a miles de mexicanos en 2005. Entre tanto, la oficina matriz del grupo se cambia a un moderno edificio corporativo en Santa Fe.

En 2006, Banorte adquiere Inter National Bank y la remesadora Uniteller en Estados Unidos. Al año siguiente,

cuenta ya con más de mil sucursales y 3,500 cajeros automáticos, y adquiere la remesadora Motran, de California, Estados Unidos. En 2008, Banorte es nombrado el “Mejor banco en México” y el “Mejor banco de Latinoamérica”, por la revista Euromoney. Asimismo, obtiene por quinta ocasión en 2009 la distinción de “Mejor banco del año en México”, por la revista especializada The Banker. En esa racha, World Finance reconoce a GFNorte en 2010 como “El mejor grupo financiero de México 2010”. En 2011 ocurren varias cosas de importancia, Banorte es uno de los tres finalistas para el reconocimiento “Sustainable Bank of the Year 2011”, otorgado por Financial Times y el IFC, y tiene lugar la fusión de Banorte e Ixe para formar la tercera institución bancaria de México. En 2012 se inauguró el Centro de Contacto “Don Roberto González Barrera”, pero poco después de ese logro hubo que lamentar el fallecimiento de ese gran empresario. Poco después se crearon cinco consejos regionales para asesorar al presidente del Consejo de Administración sobre riesgos y oportunidades. En 2013, se adquiere la afore de BBVA Bancomer, y Afore XXI Banorte se convierte en la mayor administradora de fondos para el retiro del país.

Un año después, Marcos Ramírez Miguel asume la Dirección General del Grupo GFNorte e ingresa al Índice de Sustentabilidad de Mercados Emergentes de Dow Jones, y al año siguiente, en 2015, Carlos Hank González asume la Presidencia del Consejo de Administración. Ese mismo año tiene lugar la Renovación de la Identidad Corporativa de Banorte, la Consolidación de Ixe, la Banca Preferente de Banorte y el posicionamiento como el Mejor Banco en México, según Euromoney y The Banker. Banorte es la única Institución Financiera Mexicana incluida en el Dow Jones Emerging Markets Sustainability Index.

PRODUCTO

Las subsidiarias del grupo tienen como actividad principal la realización de operaciones financieras; la prestación de servicios de banca

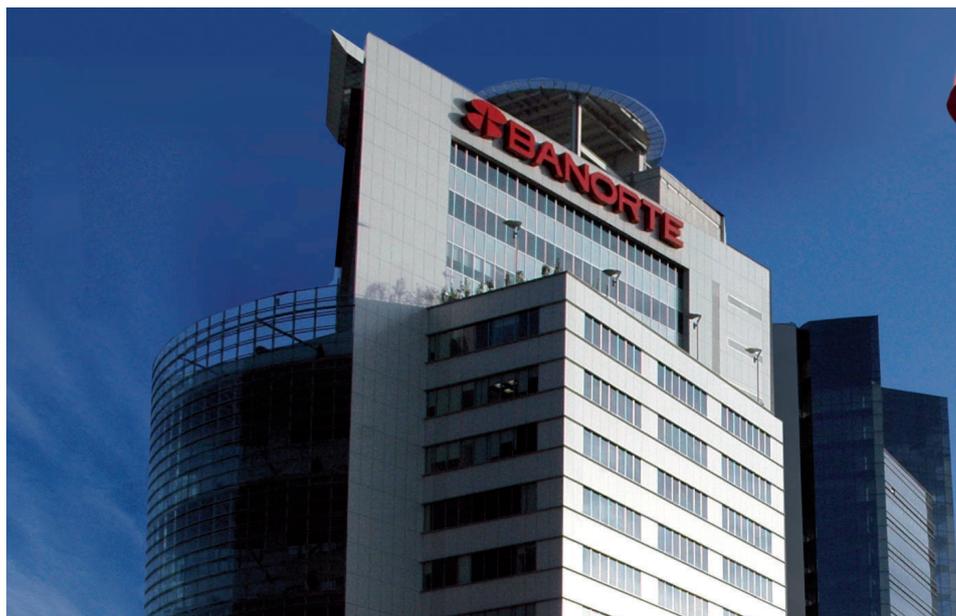


múltiple, intermediación bursátil, arrendamiento, factoraje financiero, servicios de almacenaje, en general, pensiones y seguros en los ramos de vida y daños, así como la adquisición, enajenación, administración, cobro y negociación, en cualquier forma, de derechos de crédito. Opera la principal administradora de fondos para el retiro en México, Afore XXI Banorte, así como las empresas de transferencias de dinero Motran y Uniteller en Nueva Jersey y California, y Banorte - Ixe Securities en Nueva York.

Banorte es uno de los bancos con mejor calidad de activos del sistema financiero mexicano, y los niveles adecuados de capitalización y liquidez.

LOGROS

De acuerdo con expertos en branding como Millward Brown, Interbrand y Brand Finance, el valor de la marca Banorte ha seguido creciendo consolidando a Banorte como una de las más importantes marcas mexicanas en el mundo





y la mejor marca mexicana en el sector financiero, con un valor de más de \$2,200 millones de dólares.

DESARROLLOS RECIENTES

Banorte ha consolidado la oferta al cliente integrando la mejor tecnología para el mundo digital en donde se desarrollan los clientes, incluyendo, a la vez, soluciones empaquetadas que permite un vínculo mayor y el máximo aprovechamiento de los beneficios de los productos y canales de la institución.

En Banorte rediseñaron la página institucional de internet, dando una mejor experiencia a los clientes con un portal intuitivo que refleja a su vez la nueva imagen y arquitectura de marca.

La banca digital es ahora un elemento diferenciador que da a los clientes la libertad de realizar sus operaciones bancarias desde el lugar en donde se encuentren de forma segura y donde se integrarán mayores esfuerzos para incrementar los niveles de vinculación del cliente con el banco, asegurando así su lealtad, preferencia y relación de negocio.

La institución procura incluir los elementos tecnológicos en todos los esfuerzos promocionales. La

campana para Banorte Móvil —donde se buscó incrementar el *awareness*, es decir, el conocimiento de las características y beneficios principales de su solución— fue la más exitosa del año, lo que duplicó la activación de este canal, sentando las bases para mayores crecimientos y contribuyendo con sus acciones de responsabilidad social.

La firma refuerza la relación con el cliente con una estrategia de alianzas, patrocinios y eventos a nivel región y, de acuerdo con las necesidades de cada segmento de mercado, abre la posibilidad a las áreas de negocio correspondientes de mejorar sus resultados.

Se creó también una nueva aplicación para móviles de descuentos y promociones, lo que da a los clientes mayores beneficios al alcance de su dispositivo móvil con tecnología de punta y única en su tipo.

La evolución en la imagen de Banorte va de la mano con una estrategia a futuro y sienta las bases para los objetivos cercanos y futuros de la institución.

PROMOCIÓN

Banorte es una marca con arraigo e historia, con una imagen íntegra y un modelo de negocio que refuerza el compromiso generado por El banco fuerte de México.

2015 fue un año de evolución para el Grupo a nivel de marca. Para poder mantener una relación clara entre las bancas y filiales, utilizaron el elemento de mayor distinción en esa marca, la brújula. Este elemento representa una arquitectura de marca que no sólo es más clara, sino que permite, en cada segmen-

to de banca, cada filial y cada comunicación, reforzar la imagen institucional.

Además, aprovecharon para modernizar la imagen en un proceso natural de evolución, procurando construir sobre sus raíces mexicanas con un tono moderno y vanguardista, que proyecta al Grupo hacia el futuro.

VALORES

El banco cuenta con más de 27 mil colaboradores, todos de planta y de tiempo completo, además, la composición de la plantilla muestra un balance equilibrado entre los integrantes de género masculino y femenino.

En un entorno cambiante y un negocio en plena expansión, uno de los principales compromisos es impulsar el desarrollo profesional y personal de los colaboradores conforme a una estrategia alineada con la estrategia de negocio. El capital humano es una gran fortaleza, ya que permite lograr los objetivos y aumentar la rentabilidad de la institución.

Por lo anterior, hay un palpable esfuerzo por mantener buenas prácticas en materia de recursos humanos, desarrollando las habilidades de los colaboradores y brindándoles condiciones para su permanencia; de esta manera, se cuenta con empleados capacitados y bien remunerados.



www.banorte.com

Cosas que usted no sabía de Banorte

- Grupo Financiero Banorte es una institución financiera líder en México, es el tercer grupo financiero más grande del país y el primero controlado por accionistas mexicanos.
- Banorte es uno de los bancos con mejor calidad de activos del sistema financiero mexicano, y los niveles adecuados de capitalización y liquidez.
- Banorte conoce al dedillo a sus clientes: por eso ha transformado de una base única en una base segmentada, de acuerdo con su nivel de relación con el banco y cuenta, para atenderlos, con líneas de negocio bien estructuradas, lo que eleva su nivel de servicio.
- Banorte fue el creador del seguro de desempleo para crédito hipotecario.
- Banorte fue el primer banco en México que desarrolló un concepto especial para la mujer.
- Durante la reapertura del crédito en México, Banorte fue el banco que más créditos otorgó a las familias mexicanas.

