

4 de Noviembre de 2021

INTERÉS EN EDUCACIÓN FINANCIERA DETONA 60% DE LAS CONVERSACIONES DE HSBC MÉXICO EN REDES SOCIALES

- *El banco está reforzando su estrategia de educación financiera en el país, la cual incluye información sobre diferentes aspectos enfocados a lograr una mejor gestión de los recursos.*
- *HSBC presenta la serie de podcasts #FinanzasSanasCuentasClaras, enfocada a profundizar el conocimiento y eficiencia en el uso de diversos productos bancarios.*

Consciente de la importancia de contribuir a profundizar la educación financiera en el país, HSBC México está reforzando su estrategia para proporcionar información de utilidad, clara y digerible sobre el uso de diferentes productos y servicios financieros relativos a las personas físicas, así como consejos para que puedan gestionar mejor su dinero.

Lo anterior es relevante si se considera que 60% de las conversaciones que sostiene el banco a través de sus redes sociales se derivan de dudas sobre el uso de diversos productos y servicios, así como de los canales a su disposición.

La estrategia de educación financiera de HSBC México busca atender necesidades identificadas en clientes y usuarios observadas a través de distintos canales, entre ellos las redes sociales, y se divide en diferentes acciones:

- **Podcasts.** Transmisión de una serie de 12 podcasts bajo el título “Finanzas Claras, Cuentas Sanas”, en los cuales diferentes expertos explican el funcionamiento de diferentes productos y servicios bancarios y dan consejos para efficientar su utilización así como para lograr un mejor manejo de los recursos. Algunos de los temas que se abordan son los siguientes: crédito hipotecario, tarjeta de crédito, importancia del ahorro e inversión, seguros, digitalización, buró de crédito y prevención de fraudes, entre otros.

Los podcasts, conducidos por la periodista del sector financiero Claudia Castro, pueden descargarse gratuitamente cada jueves desde las plataformas Spotify, Apple Podcast, iTunes, Spreaker, Deezer y Amazon Prime.

- **E-mailings, cajeros automáticos, página de internet y contenido en redes sociales.** De forma calendarizada y, a través de los diferentes canales de difusión del banco, se proporciona información sobre temas relacionados con el manejo y protección de los recursos. En septiembre/octubre se distribuyó contenido bajo el lema “No muerdas el anzuelo”, con consejos e información para evitar fraudes en distintas modalidades (llamadas telefónicas, disposición en cajeros automáticos, por correo, páginas web o SMS, etc), protección de contraseñas y otros.



En los meses subsecuentes están previstos temas relacionados con ahorro e inversiones, uso responsable de la tarjeta de crédito; cómo hacer un presupuesto y portabilidad de nómina, uso de canales digitales; créditos personales, hipotecario y automotriz; y protección y retiro.

- **Actualización del sitio de Educación Financiera del website público www.hsbc.com.mx.** HSBC México trabaja para convertirlo en una herramienta y consulta de apoyo permanente, con módulos de información de salud financiera, uso de productos, regulatorios, prevención de fraudes, etc. Las infografías, videos tutoriales y notas editoriales se actualizarán periódicamente.

El contenido puede consultarse aquí:

<https://www.hsbc.com.mx/educacion-financiera/>

<https://www.hsbc.com.mx/educacion-financiera/bienestar-financiero/>

<https://www.hsbc.com.mx/digital/seguridad-en-linea/>

- **Reforzamiento de mensajes en sucursales bancarias.** Capacitación y comunicación continua a colaboradores de HSBC México, transmisión de videos con educación financiera en sucursales, así como realización de preguntas a clientes sobre sus finanzas personales para asesorarlos mejor y ayudarlos a cumplir sus metas.

“En HSBC México tenemos la gran responsabilidad de apoyar a nuestros clientes y a los usuarios de los servicios financieros para que cuenten con más elementos que les permitan proteger y mejorar la gestión de sus recursos. Para lograrlo estamos reforzando la información que proporcionamos en materia de educación financiera a través de todos los canales a través de los cuales tenemos contacto con nuestros clientes y usuarios, desde sucursales, centro de contacto telefónico, redes sociales y página de internet, entre otros”, indicó Stefan Dobner, Director Ejecutivo de Segmentos, Productos de Captación y CRM de HSBC México.

----- 0 -----

Contacto prensa:

Lyssette Bravo
Lizbeth Pasillas

Tel. (52-55) 5721-2888
Tel. (52-55) 5721-3555

lyssette.bravo@hsbc.com.mx
lizbeth.pasillas@hsbc.com.mx

Grupo HSBC

Grupo Financiero HSBC es una de las principales agrupaciones financieras y bancarias de México, con 921 sucursales, 5,553 cajeros automáticos y 14,734 empleados. Para mayor información, consulte nuestra página en www.hsbc.com.mx.

HSBC Holdings PLC, la casa matriz del Grupo HSBC, tiene su sede en Londres. El Grupo presta servicios a clientes de todo el mundo en 64 países y territorios de Asia, Europa, América del Norte, América Latina, Medio Oriente y África del Norte. Con activos totales de USD\$2,969 mil millones al 30 de septiembre de 2021, HSBC es una de las organizaciones de servicios bancarios y financieros más grandes del mundo.