

Carlos Septi3n

**L3deres Mexicanos
por Sara Andonie
16 Agosto 2007**

Un banco joven, naci3 en octubre de 2002, ante la oportunidad derivada del bajo nivel de bancarizaci3n en M3xico. La visi3n de Ricardo Salinas y de su equipo de trabajo que encontraron un nicho de mercado en un sector al que la banca tradicional mexicana no hab3a dado importancia, "un mercado vast3simo, ya que est3 compuesto por cerca de 70% de la poblaci3n, que anteriormente no ten3a acceso a estas posibilidades porque no hab3a productos para ellos".

Los bancos tradicionales estaban muy adentrados al sector A, B, C+, de la econom3a, que m3s o menos representa 17% de la poblaci3n dejando un mercado muy importante atendido por un sector informal, por intermediarios no formales, no regulados, hasta que lleg3 Banco Azteca, despu3s han surgido nuevos bancos dirigidos a este sector. "Yo creo que el hecho de haber iniciado esto en M3xico hace cinco a3os ha sido punta de lanza para que vengan otros participantes a incursionar en este mercado".

Son pioneros en la atenci3n a la poblaci3n de escasos recursos. Un 3rea que no era del todo desconocida por ellos, al contrario, tienen trabajando en ese sector desde hace m3s de 100 a3os, a trav3s de las tiendas Salinas y Rocha, despu3s con las tiendas Elektra, nacida hace 55 a3os, "d3bamos cr3dito a las personas de bajos ingresos para que pudieran acceder a mejorar su nivel de vida a trav3s de empezar a adquirir su patrimonio, comprando los muebles de su casa poco a poco. Hemos sido parte de ese crecimiento, apoyando a las familias mexicanas".

Despu3s de cinco a3os de su creaci3n el 3xito de Banco Azteca no puede medirse s3lo por los n3meros obtenidos, 10 millones de clientes, una base de dep3sitos de cerca de 40 mil millones de pesos y una cartera de 25 mil millones de pesos y activos totales que sobrepasan los 50 mil millones de pesos sino porque son una instituci3n financiera que redimension3 el concepto de banca en el pa3s, concepto que desde hace dos a3os est3 exportando a otras naciones.

Adem3s, los resultados son consecuencia de contar con la historia y solidez de Grupo Salinas, y con el liderazgo de Ricardo Salinas Pliego, "quien es un gran empresario, un l3der, que es un apocador, que va para adelante, que nos motiva, que nos impulsa a hacer las cosas y hacerlas bien".

La mira en Latinoam3rica

Los proyectos que vienen son varios, sin embargo, si hay uno prioritario es el programa de expansi3n hacia Latinoam3rica, claro, sin descuidar el mercado mexicano en donde tambi3n han seguido creciendo. Carlos Septi3n se muestra contento por la noticia que les dieron el d3a de ayer: el otorgamiento de la licencia en Brasil para establecer sucursales de Banco Azteca. "La licencia que estamos obteniendo es la de Brasil, ayer nos dieron la noticia, es una situaci3n que les est3n llamando previa, ya que falta nada m3s que el presidente Ruiz Ignacio Lula Da Silva la autorice, ya pas3 por todos los 3rganos de gobierno y nada m3s falta la firma. Es un reto mucho mayor a los que hemos tenido, no porque los otros no hayan sido importantes, ni mucho menos, pero este es mayor por la dimensi3n, es un pa3s mucho m3s grande que el nuestro, en dimensiones, en territorio, en poblaci3n, 200

millones de habitantes, pero donde hay necesidades importantes de bancarización, para poder atender lo que nosotros hacemos y hacemos bien, que es ir al sector popular".

Banco Azteca se encuentra en un período de expansión importante, su proyecto no se trata de llegar a 'conquistar' a la población de los lugares en los que incursionan, se fundamenta en "llegar y empezar a hacer una expansión tropical izando nuestros productos y adecuándolos a sus necesidades. Trabajando con gente de esos países para conocer su idiosincrasia y su manera de pensar. No queremos llegar en un plan conquistador, ni mucho menos. Al contrario, queremos llegar en un plan donde le demos oportunidades de crecimiento a gente de esos países". Llevan las políticas de Banco Azteca pero las adaptan a las condiciones de cada nación, de esa forma han logrado operar exitosamente.

Otro elemento más de su éxito es la tecnología, que es de las más avanzadas, les permite manejar la cantidad de volumen que tienen y la cantidad de clientes que operan. Tan sólo en México son más de 6 millones de clientes activos en crédito y más de 7 millones de cuentas activas de captación, volúmenes de operación que no sería posible manejar si no contaran con tecnología de punta. Cabe mencionar que recientemente se le otorgó a Banco Azteca el primer lugar, entre las 50 empresas mexicanas, más innovadoras en tecnología, de acuerdo a la clasificación de la revista Information Week México.

Carlos Septién cuenta con un gran equipo de trabajo, gente que -al igual que él- constantemente están buscando retos. "Ahora con Brasil, hay que empezar a hablar portugués. El idioma es otro gran reto que en este programa de expansión estamos proponiendo y que seguramente lo haremos bien".

El éxito del Banco no es sólo gracias a los elementos que hemos mencionado, se debe también a que Carlos Septién planea bien todo lo que están por comenzar, "lo bien planeado se ejecuta bien. Lo que estamos haciendo es aprovechar la experiencia alcanzada por casi 5 años de operar banca en México y lo hacemos también en esos países donde hay una gran necesidad para que podamos llevar servicios financieros, apoyo a las personas, para que sean esa base de la pirámide que permita a las economías de esos países tener un círculo virtuoso". Al brindar este apoyo, le dan fortaleza a ese sector, permiten un mayor crecimiento, poder de compra y

mejoran el poder adquisitivo, b que a su vez redundando en un crecimiento del PIB y, por ende, un mayor crecimiento del producto per capita dando a sus economías internas mayor estabilidad.

En 2007, el crecimiento de Banco Azteca en Latinoamérica es un suceso sin precedentes. El banco cuenta con más de mil 600 sucursales, iniciaron con 824 en octubre de 2002, todas dentro de la tienda Elektra y, prácticamente, cinco años después duplicaron esa cifra con sucursales dentro de las tiendas: Elektra, Salinas y Rocha, Bodegas de Remates, aparte ya tienen 200 sucursales independientes "para estar cada vez más cerca de nuestros clientes, buscando llevar más servicios financieros a poblaciones no atendidas", así como también ofrecen sus servicios financieros en canales de terceros como las tiendas de Milano, Almacenes García, Bodegas Gigante, Moda-telas, entre otras, en donde tienen más de 400 módulos.

Más que iniciar su proceso de expansión, lo han continuado, "con Elektra como cadena comercial ya lo teníamos en 3 países desde hace 10 años (Perú, Guatemala y Honduras) y ahora se ha sumado el banco, y es por eso que ahora tenemos una operación comercial y financiera en Panamá, Honduras, Guatemala, Argentina, Perú, recientemente en el Salvador; y posteriormente en Brasil". En alguno de estos

países han llegado primero con las tiendas Elektra y después con el banco o viceversa.

Los países donde han tenido expansión fueron elegidos por tres razones: estabilidad económica, estabilidad política y estabilidad social. Vieron en estos países una oportunidad de mercado por la poca bancarización que tienen y la alta necesidad de atender un sector actualmente no atendido por la banca tradicional. La contribución del Banco Azteca ha sido importante no sólo en México, sino como lo mencionamos en varios países latinoamericanos, dando importancia a un sector que tiene grandes posibilidades de crecimiento si se les ofrecen los productos y las condiciones adecuadas.