

Cobertura de prensa

Banco Azteca puede ser mayor en Brasil que en México, dice Salinas

Opera en 9 países, no cobra comisión, abre cuentas de ahorro con R\$5 y paga intereses entre 10 y 11% al año

El empresario-banquero calcula que el modelo "popular" puede influir en instituciones financieras del mercado brasileño

Maria Cristina Frias Enviada especial a Cancún

El empresario-banquero mexicano Ricardo Benjamín Salinas Pliego, de 52 años, afirma estar muy optimista con la inauguración del Banco Azteca y de las tiendas Elektra en Olinda, Pernambuco, en marzo pasado.

Salinas dice que la estrategia de Banco Azteca es diferente a la de otros bancos brasileños o a la de bancos extranjeros que vinieron antes al país y que su modelo de negocio podrá influir a otras instituciones financieras.

"Es posible que pronto, otros bancos brasileños trabajen como nosotros". Además de la red de tiendas al menudeo y de banco popular, los negocios del grupo Salinas también engloban a TV Azteca, la segunda mayor productora de TV en lengua española, empresas de internet, telefonía y una sociedad con una compañía china en el sector automotriz. El grupo opera en 9 países y factura más de US\$ 5 mil millones por año.

Salinas dice que en cinco años, el Banco Azteca podrá tener más agencias en Brasil que en México. En este lapso el grupo planea invertir en este país US\$ 2 mil millones. La intención es contar con por lo menos 1,600 puntos de venta, que pueden ser sucursales bancarias exclusivamente o estar dentro de las tiendas al menudeo. En México existen 1,500 sucursales.

El banco, que no cobra comisiones, permite abrir una cuenta de ahorro con R\$ 5 y paga intereses entre 10 y 11% al año, ofreciendo la mejor tasa del mercado. Los préstamos se pagan semanalmente.

"Muchos de los clientes no están acostumbrados a recibir ni a depositar dinero, muchos no están en la economía formal. Es más fácil, para ellos, pagar sus créditos semanalmente, ayuda mucho, sobretodo a los informales".

El grupo pretende consolidar su operación en el Nordeste brasileño antes de entrar en otras regiones del país. Creado hace apenas cinco años, Banco Azteca tiene 8 millones de clientes con depósitos y se encuentra entre los diez mayores de México.

Sonriente, Salinas evade, con simpatía, cuando se le insiste en hablar de números en Brasil. Se mostró interesado en el idioma del país en el que invirtió US\$2 billones.

Cobertura de prensa

“Hábleme en portugués, entiendo bien, es sólo cuestión de hablar despacio”, dijo en español.

A continuación fragmentos de la entrevista realizada durante el Fórum Económico Mundial, en su más reciente edición latinoamericana, llevada a cabo este mes, donde el empresario andaba con una camisa sport blanca de lino, entre todos los que andaban de corbata en pleno Cancún.

Folha: ¿Cómo está siendo recibido Banco Azteca? ¿Han sido buenos los resultados?

Salinas: Muy buenos. Todavía no tengo números porque es muy reciente (su inauguración) sin embargo mucha gente ha venido al banco. Más de lo normal.

Folha: ¿Cual es el tiempo de maduración de la inversión? ¿Para cuándo espera la recuperación de la inversión?

Salinas: Ah, aún no tenemos datos. Es una inversión pequeña (hace un gesto). Haremos inversiones continuamente. En cinco años, invertiremos US\$ 2 billones en por lo menos 1, 600 puntos de venta (que pueden ser sucursales bancarias exclusivamente o dentro de las tiendas de menudeo).

Folha: Con 1,500 sucursales de banco Azteca en México, ¿Puede ser mayor en Brasil que en México?

Salinas: Sí, ¿por qué? Porque Brasil es mayor. Está más adelantado en la bancarización que en México. Allá, cerca del 50% de la población no tienen nada en el banco.

Folha: ¿Con tanto mercado en México, por qué ir ahora a Brasil?

Salinas: Estamos pensando en el futuro. Qué lástima que Brasil esté tan lejos -nueve horas de vuelo.

Folha: Los Bancos extranjeros vinieron al país años atrás y acabaron reduciendo

su posición y hasta salieron de Brasil. ¿Qué ocurrió? En su opinión, esto comprueba la eficiencia de los bancos brasileños.

Salinas: Bradesco, Itaú y Unibanco son buenos bancos. Pero sin competencia no habrá mejoría (para el consumidor). Nosotros tenemos un modelo diferente. Nos parecemos más a un supermercado popular que a un banco. Es nuestra especialidad. Si usted abre una cuenta de ahorro, nosotros no enviamos estados de cuenta a su casa. Damos un ticket, como en el supermercado. Muchos de ellos no están acostumbrados a recibir y a depositar dinero, muchos no están en la economía formal. Es más fácil, para ellos, pagar semanalmente. Ayuda mucho, sobretodo, a los informales.

Folha: ¿Por qué dice usted que al banco le fue muy bien? ¿Tiene números que expresen el optimismo de su estreno en Brasil?

Salinas: Todavía no, sin embargo, hubo muchas solicitudes de crédito. Pero es sólo la primera parte. Aún no han pagado (risas). Después tenemos que cobrar.



Cobertura de prensa

Folha: ¿Cual es la tasa de morosidad esperada? En su experiencia en otros países ¿El cliente de bajos ingresos, es en general, buen pagador?

Salinas: La gente más humilde paga porque le conviene, es su fuente de financiamiento. Puede ser que los clientes sean diferentes en Brasil, y no paguen, pero no creo. Si no pagan, se atrasan, vamos a sus casas para negociar: ¿no puede pagar?, ¿cuándo puede pagar?, ¿cuánto? Hay más cooperación que en otros bancos. Es posible, que en breve, otros bancos brasileños vengán a trabajar con nosotros.