



Foto: Mateo Reyes

Festejarán invirtiendo

Banco Azteca celebrará sus primeros 18 años con una inyección de inversiones por ocho mil millones de pesos para mejorar sus sucursales, para reforzar la **banca** digital, atraer nuevos clientes y colocar mayores créditos. Así lo afirmó Alejandro Valenzuela, director general de la institución **financiera**, quien en entrevista con **Excélsior** manifestó, de cara a la 83 Convención **Bancaria**, que “la realidad es que seguimos creciendo la franquicia y la forma de operar de la institución”.

Banco Azteca festeja con más inversiones

ALEJANDRO VALENZUELA, EN ENTREVISTA

Serán ocho mil millones de pesos para mejorar sucursales, **banca** digital y otorgar más créditos



POR LINDSAY H. ESQUIVEL
lindsay.hernandez@gimm.com.mx

Para festejar que este año cumple la mayoría de edad, 18 años, **Banco Azteca** llevará a cabo una inyección de recursos por ocho mil millones de pesos para mejorar sus sucursales, reforzar la **banca**

digital, atraer nuevos clientes y colocar mayores créditos.

Alejandro Valenzuela del Río, director general de **Banco Azteca**, aseguró que están apostando al crecimiento, a pesar de que la economía no ha tenido un año destacado, “la realidad es que seguimos creciendo la franquicia y la forma de operar de la institución”, dijo en entrevista previa a la 83 Convención **Bancaria**, que se llevará

a cabo la próxima semana en Acapulco, Guerrero.

Desde sus oficinas corporativas, ubicadas al sur de la Ciudad de México, Valenzuela detalló que este 2020 inyectarán mayores capitales a mejorar la **banca** digital, así como a infraestructura, capacitación, en mejores herramientas para atender a sus clientes y en temas de ciberseguridad.



Fecha 02.03.2020	Sección Dinero	Página 1-4
----------------------------	--------------------------	----------------------

“También estaremos dirigiendo los esfuerzos en nuevas sucursales, buscamos tener mejor apariencia y proximidad con el cliente”, para seguir caracterizando a Azteca como un **banco** cercano a la población.

Además, esperan un repunte en la colocación de créditos, pues si bien en el 2019 se tuvo un crecimiento de dos dígitos, para este año prevén que se mantenga esta tendencia.

“El año pasado, a pesar de las condiciones macroeconómicas del país, gracias a la estabilidad, las finanzas públicas y una menor inflación, tuvimos un crecimiento de dos dígitos en el crédito y eso demuestra que es un país que tiene enormes necesidades de refinanciamiento o inversiones que requieren el recurso de la **banca**”.

El directivo reveló que en los primeros dos meses del 2020 están reportando que la dinámica de financiamiento y requerimiento de crédito sigue, tanto por parte de empresas e incluso de gobiernos locales. Así que, si “para este año pudiéramos crecer de 12

a 13% en créditos no me sorprendería”, expresó.

A LA VANGUARDIA

Alejandro Valenzuela recordó que el **banco** fue el primero en requerir la huella digital para transacciones con sus clientes, pues entendieron que en muchos lugares del país hay personas que no saben escribir. Además, se pusieron a la vanguardia con el **banco de México** para implementar la plataforma para **cobro digital (Codi)**.

Mencionó que la aplicación móvil del **banco** ya tiene más de ocho millones de descargas, lo cual demuestra el apetito por el instrumento digital y los ayuda a ser una institución abierta las 24 horas los 365 días del año.

Pero, lamenta Alejandro Valenzuela, “también hemos visto que hay temas generacionales, ya que los jóvenes no tienen problema en ser digitales, pero a los adultos sí les cuesta trabajo, por lo que se requiere más capacitación, cultura **financiera** y generar la confianza”.

Dijo que la digitalización implica sortear estos retos,

así como el de la ciberseguridad, por ello están obligados a estar invirtiendo constantemente en esta área.

“Tenemos que tener la certeza de que, cuando se hace una transacción digital, se tenga la seguridad que se recibió el dinero, debe ser la misma certeza de cuando se hace con un billete, en persona”, sostuvo.

Al reconocer que la **banca** digital reduce los costos en el sector popular, dijo que **Banco Azteca** incentiva a sus clientes a que lo utilicen, con capacitación uno a uno, enseñando cómo hacer uso de la aplicación con transacciones, consultas de saldo y pagos de servicios.



Tenemos que seguir trabajando en la inclusión, no de retórica o quedar bien, para nosotros es un modelo de negocio.”

ALEJANDRO VALENZUELA DEL RÍO
DIRECTOR GENERAL DE BANCO AZTECA

CON MAYOR PRESENCIA EN EL SURESTE DEL PAÍS

El director de **Banco Azteca** mencionó que la inclusión **financiera** sigue siendo el gran reto del sistema financiero, pues de los dos mil 500 municipios existentes sólo hay presencia **bancaria** en cerca de 800 de ellos, lo que significa que hay mil 600 donde la **banca** no ha llegado.

“Nuestra obligación como organización **financiera** ha sido ser punta de lanza en la inclusión **financiera** en el país. Nuestra parte más

fuerte de la franquicia es la región sureste”, comentó.

Recordó que el modelo de negocios les permite dar un servicio, generar una rentabilidad y darle el esquema para que muchas comunidades puedan salir adelante,

emprendor, **ahorra** y usar el sistema financiero como un vehículo de crecimiento y desarrollo.

Para el directivo, los objetivos que buscan es que México sea un país próspero

y que esa prosperidad sea incluyente.

“Para que este precepto se logre estamos buscando tres vertientes: la primera es la prosperidad económica, si no hay crecimiento no hay desarrollo. El segundo factor es la prosperidad social, necesitamos una sociedad que viva en armonía que tenga los elementos para trabajar, en educación, infraestructura, salud, seguridad; y el cuidado del medio ambiente, como tercer eje”, explicó.

Fecha 02.03.2020	Sección Dinero	Página 1-4
----------------------------	--------------------------	----------------------



Foto: Mateo Reyes