

La historia de Bancoppel

MONEDA EN EL AIRE

Jeanette Leyva Reus

@JLeyvaReus



Hace 15 años el sistema bancario mexicano vio el nacimiento de varias instituciones que fueron llamados “bancos tienda” por estar asociados a cadenas comerciales, duramente criticados en su momento porque se alegaba que tendrían más ventajas que la banca tradicional al tener muchas cajas abiertas para operar; con el paso de los años se demostró que no fue así, que lo que contó fue el plan de negocio, la experiencia en los servicios financieros, el segmento al que van dirigido y, sin duda, el compromiso de los dueños por crear y hacer crecer un banco.

Prueba de ello, es por ejemplo Walmart que pese a ser un gigante, nunca pudo definir el modelo bancario y terminó

vendiendo a Inbursa el negocio, pero quienes tenían experiencia dando créditos a través de sus tiendas atendiendo a un segmento que hasta la fecha no es volteado a ver por la banca tradicional han mostrado su aporte a la banca, pero sobre todo a las familias que han visto en ellos una opción para ahorrar, pedir crédito y entender poco a poco los beneficios de estar bancarizados.

Y una de esas historias de éxito es la que ha ido construyendo BanCoppel que hoy precisamente cumple 13 años de haber arrancado operaciones, y que si bien al principio del 2020 la expectativa de cómo recordarían la fecha era diferente, hoy tienen más que claro que van por el camino correcto: dar servicios a la base de la pirámide y a todos aquellos que hoy no podrían tener un crédito o una cuenta de ahorro en una institución financiera formal.

En todo este camino, la visión y mano de Agustín Coppel Luken, como presidente del Consejo de Grupo Coppel ha estado más que presente y atenta, pero también la habilidad y experiencia de Julio Carranza como su director para ir adaptando el entorno del negocio bancario a cada momento que vive nuestro país, en materia económica, social e incluso de desastres naturales, no solo para darles opciones a sus clientes, sino vía los otros canales que tienen que estar presentes.

Pendiente de todo, Agustín Coppel considera que en estos 13 años de operación BanCoppel, que nació de las tiendas Coppel como parte de un proceso comercial natural para ofrecer servicios financieros a los clientes Coppel, les ha permiti-

tido cambiar el mundo de millones de mexicanos.

Coppel Luken nos recuerda que más de la mitad de los clientes no pueden comprobar sus ingresos, por lo tanto han sido rechazados para otros bancos, “solo en Coppel y en BanCoppel los aceptamos sin comprobante de ingresos, porque entendemos que no los pueden comprobar” eso ha servido para que más de las dos terceras partes de los clientes se atrevan a presentar una solicitud de crédito y obtengan por primera vez un crédito.

Eso sí, cada financiamiento ha sido no solo explicado, asegura Julio Carranza su director, sino el enfoque de educación financiera es parte ya de la base para dar un crédito; saber y conocer el mundo al que van a entrar ha sido fundamental para que hasta ahora la morosidad siga controlada.

Uno de los logros 13 años después de haber iniciado es que más de 20 millones de personas tengan un historial de pago en su gran mayoría positivo, lo que eso cambiará sus vidas en el futuro.

Los retos para el futuro siguen siendo crecer, tener una cartera sana, bancarizar a más personas, dar crédito, ayudarles a ahorrar y en ese camino la dupla y sobretodo el equipo que han creado en todo el grupo y el banco confían que servirá para que más mexicanos se conviertan en buenos clientes, no solo del banco, sino de todo el sistema financiero mexicano, ya que ese es el camino para que el país crezca. Por lo pronto, la moneda está en el aire.

