

# Cobertura de prensa

**FOLHAONLINE**  
www.folha.com.br

Versión Original en Portugués:

<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi3103200814.htm>

Sao Paulo, Brasil, Lunes 31 de marzo de 2008.

**“Los bancos tradicionales no saben atender a la población de bajos ingresos”** El empresario mexicano Ricardo Salinas entra a Brasil con tiendas en el Nordeste brasileño. Afirmó que el consumo popular es mal atendido en el país.

Dueño del grupo de empresas que incluyen Banco Azteca, Salinas pretende invertir US\$3 mil millones y abrir 2 mil tiendas en el país para financiar el consumo de las personas de bajos ingresos.

## **Sheila d'Amorim**

Enviada especial a Recife

Uno de los hombres más acaudalados de México, el empresario-banquero Ricardo Salinas Pliego, de 52 años, desembarcó en Brasil el miércoles pasado para una fiesta especial en el estado de Pernambuco: inaugurar las dos primeras tiendas del grupo Salinas en Brasil.

Dueño de una cadena de tiendas al menudeo (Elektra), de un banco (Azteca), además de una Aseguradora, empresas de telefonía y de televisión, su especialidad es financiar el consumo de las personas de bajos ingresos.

Con la promesa de invertir fuertemente en el Norte y Nordeste brasileño y colocar US\$3 mil millones en los próximos tres años y 2 mil tiendas en todo el país, Salinas se ganó la simpatía del presidente Lula, quien fue personalmente a la inauguración de las tiendas.

Discreto, con hábitos sofisticados (fuma puro y lleva de Brasil una maleta de piel con libros de historia y arqueología), Salinas se mostró a gusto para hablar de temas que normalmente incomodan a los banqueros en el país. En entrevista en Recife, fue directo en las repuestas y sutil en las críticas.

Dijo que "sería un error" que el Banco Central (BC) de Brasil elevara los intereses a causa de la preocupación con la inflación y que el gobierno adoptara medidas para desacelerar la economía. Los intereses en Brasil, según él, son elevados y el tipo de cambio depreciado porque el gobierno gasta mucho. Criticó la reglamentación "excesiva" del mercado y fue puntilloso con la competencia, al afirmar que la masa de consumo popular "está mal atendida" y que los bancos brasileños son eficientes con las clases media y alta.

Sin cobrar comisión, prometió operar con tasas de interés 20 puntos porcentuales inferiores a los de la competencia. Afirmó que la burocracia encarece los productos

# Cobertura de prensa

hasta un 80% más que en México, que un crecimiento de 5% al año para Brasil está "muy bien", pero cuestionó las estadísticas del PIB. A continuación, los principales fragmentos de la entrevista.

**FOLHA: El gobierno amenaza con restringir el crédito con medidas que podrían afectar a las clases C, D y E a causa de la inflación y el crecimiento del consumo. ¿No es un mal momento para el grupo Salinas, que trabaja con ese segmento de la población, para entrar en Brasil?**

**RICARDO SALINAS:** No lo creo. Nuestro mercado no está saturado de crédito. Al contrario, lo que vemos es que, el sector informal es de bajos ingresos, hay mucha necesidad que no está atendida porque los bancos tradicionales no están preparados para ese segmento. No venimos a hacer lo mismo que los demás bancos, sino algo diferente en un sector diferente. Lo importante es que no cobramos comisión.

**FOLHA: ¿Y cómo se gana dinero en Banco Azteca?**

**SALINAS:** Primero captamos recursos facilitando el ahorro popular. Abrimos una cuenta de ahorro con R\$ 5, no cobramos ninguna comisión y pagamos buenas tasas: entre 10% y 11% al año. Cuando reinvertimos ese dinero en créditos, ganamos dinero. Ganamos en la intermediación, no cuando prestamos servicios.

**FOLHA: El grupo Salinas intentó entrar a Brasil hace más de tres años. Usted declaró que el "sistema" no lo quería aquí. ¿Cuáles fueron las trabas?**

**SALINAS:** Tuvimos muchos problemas burocráticos para entrar a Brasil. Creo que era necesaria una decisión política de que Brasil quería un banco popular. Cuando el presidente Lula entendió, inmediatamente agilizó todo y el Banco Central finalmente comprendió que era una buena decisión

**FOLHA: ¿Cuándo fue esa conversación con el presidente Lula?**

**SALINAS:** Fuimos a Brasilia en junio del año pasado. Pero la primera vez que nos hablamos fue cuando el presidente Lula fue a Davos, hace cerca de tres años. Perdimos mucho tiempo.

**FOLHA: ¿Hubo resistencia por parte de la competencia?**

**SALINAS:** Lamentablemente, sí. Por un lado es comprensible. Pero, por otro, no estamos en el mismo mercado. Es un temor infundado. No vamos hacer lo que hacen Bradesco, Itaú y otros.

**FOLHA: ¿Por qué no? Ellos también intentan entrar en ese mercado.**

**SALINAS:** Pero hay un mercado enorme. Nuestro mercado no es una novedad. Existe hace muchos años. Si hay millones de personas que aún no están en el sistema bancario es porque ellos no se interesan. Tal vez cuando ellos volteen y vean lo que hacemos, tengan más interés aún. Cuando el gobierno autoriza el banco popular, abre los ojos de los competidores y eso es bueno para la sociedad. Los bancos tradicionales operan con las clases media y alta. El concepto de banco popular es reciente y la forma de operar es diferente.

# Cobertura de prensa

**FOLHA: ¿Cuáles son las diferencias?**

**SALINAS:** Se acerca más a un supermercado que a un banco. Si usted abre una cuenta de ahorro, no le envío a su casa un estado de cuenta. Le doy un comprobante, como si fuera de supermercado. La responsabilidad del cliente es pagar semanalmente, y no por mes. El pago semanal permite una mejor administración por parte de las personas de bajos ingresos, sobretodo, el sector informal que no recibe ingresos una vez por mes, sino diariamente.

**FOLHA: ¿Cual es la tasa media de intereses de las operaciones de banco Azteca?**

**SALINAS:** Obviamente, para un crédito de R\$ 100 hay un costo fijo para la evaluación del cliente, que hace que la tasa suba. Pero en el mercado donde estamos, de R\$ 300 a R\$ 500, somos competitivos, y estamos 20 puntos porcentuales por abajo de la competencia.

**FOLHA: ¿Es posible afirmar que operar con bajos ingresos cuesta caro?**

**SALINAS:** Cuesta caro, sí. El mercado tiene un buen o mal pagador y necesitamos saber distinguirlos. Por eso, si el cliente paga puntualmente tendrá el beneficio de menor tasa. Si se atrasa, son otras condiciones. Nuestra tasa es la menor y perdemos menos de 4% de todo el crédito.

**FOLHA: El Banco Azteca no es el primer grupo extranjero que viene con la promesa de bajar intereses y aumentar la competencia, eso aún no se materializa. ¿Por qué creer que será diferente?**

**SALINAS:** En primer lugar el mayor usuario de crédito en Brasil es el gobierno. Si él paga tasas altísimas, no van a bajar los costos financieros, es un punto de referencia. Si el gobierno quiere bajar los intereses hay que dejar de pedir y cancelar esas tasas. Número dos: los bancos extranjeros que vinieron para acá no son como nosotros. Somos un banco latino. Esos otros bancos, ingleses o españoles, están orientados para los sectores tradicionales. Lo que hacemos en México se parece mucho con lo que pasa en Brasil.

**FOLHA: Pero sus competidores extranjeros ya saben también de eso.**

**SALINAS:** Pero no están en mi mercado. ¿Y donde estaban antes? Nadie tiene lo que nosotros tenemos: 8 millones de clientes de depósitos y 8 millones de clientes de crédito en apenas cinco años en ese segmento.

**FOLHA: Los bancos en el país rompieron récord de ganancias. ¿Los banqueros en Brasil son bien tratados por el gobierno, mejor que en otros sectores?**

**SALINAS:** Creo que en Brasil hay mucha burocracia. A medida que el gobierno simplifique las regulaciones ayudará a bajar los costos. Es muy caro operar en Brasil. En nuestras tiendas, los productos son 60% u 80% más caros que en México porque hay demasiada regulación que no debería existir. Es la misma televisión, la misma computadora, la misma moto.

# Cobertura de prensa

**FOLHA:** ¿Y si el Banco Central eleva los intereses, como ha amenazado, para reducir el ritmo del crecimiento?

**SALINAS:** Creo que sería un error muy grave –gran error- que el Banco Central de Brasil subiera los intereses. Tiene que bajarlos para que la economía crezca más. Lo que hay es un problema de oferta, y no de demanda. Cuando suben los intereses, el BC hace que la demanda baje. Es un error. Es necesario crear más oferta. Aquí y en todos los países.

**FOLHA:** ¿Es un error para el control de la inflación o porque entorpecería los negocios?

**SALINAS:** El problema inflacionario es mundial y es causado por la depreciación del dólar. Las *commodities* subieron mucho y eso beneficia a Brasil, pero también lo perjudica. El problema inflacionario no es de Brasil. Es de México, de los EUA, de Europa, de China. Es un fenómeno mundial. Sería un error que las autoridades monetarias ignoren los factores mundiales. Es terrible, un absurdo. Es preciso distanciarse más de la economía de EE.UU., y Brasil puede hacer eso en mayor medida que México.

**FOLHA:** ¿El tipo de cambio en Brasil está hoy en el escalón ideal para la economía?

**SALINAS:** Es cara. Si el gobierno toma [recursos] prestados pagando intereses altos, atrae gran cantidad de flujo extranjero, lo que aprecia el tipo de cambio.

**FOLHA:** Recientemente dijo que el primer mejor negocio en Brasil era tener un banco, y el segundo, tener un banco mal administrado. ¿Es fácil ganar con intereses altos?

**SALINAS:** (Risas) Sí. Ha sido un buen negocio. Si tenemos acceso para captar al público y simplemente prestar al gobierno con un margen gigante, no necesita ser ningún genio para hacer eso. Es fácil. En México sucede lo mismo.

**FOLHA:** ¿Entonces fueron las altas tasas lo que atrajo a su grupo venir a Brasil?

**SALINAS:** No. Fue el potencial del mercado y las grandes clases populares que hay aquí, que están mal atendidas y que tienen muchas necesidades.

**FOLHA:** ¿Crecer 5% al año para Brasil es bueno o poco?

**SALINAS:** Es muy bueno. No obstante, tengo grandes dudas sobre la validez de la metodología [de cálculo] de esa tasa de crecimiento.

**FOLHA:** ¿Cual es la duda?

**SALINAS:** Creo que no se mide todo lo que se debería. ¿Cual es el tamaño de la economía informal en Brasil? Eso no está en los cálculos. Hay muchas formas de crecer: con exportaciones, a través del mercado interno, con inflación, sin inflación. Cualitativamente, el número de 5% o 6% no refleja bien la situación.

# Cobertura de prensa

**FOLHA:** ¿Cual es la mejor forma para garantizar que el crecimiento se prolongue?

**SALINAS:** Con el mercado interno. Brasil toda la vida fue un mercado exportador. Ahora, el mercado interno crece de forma más dramática y, aparte, están las exportaciones

## Frases

"El mercado no está saturado de crédito. Lo que vemos es que, en el sector informal y de bajos ingresos, hay mucha necesidad que no está atendida porque los bancos tradicionales no están preparados para ese segmento

"Creo que sería un error muy grande que el Banco Central de Brasil subiera los intereses. Tiene que bajarlos para que la economía crezca más. Lo que hay es un problema de oferta, y no de demanda [...] El problema inflacionario es mundial y causado por la depreciación del dólar"

*Ricardo Salinas*  
Empresario mexicano

## Conozca más:

### Empresas apuestan a otro segmento

Colaboración para Folha:

Consumidores de las clases C, D y E ya responden por cerca de la mitad del consumo nacional, estima la Consultoría Data Popular. Aumento de ingresos en los últimos años, programas sociales del gobierno y el hecho de utilizar todo el rendimiento para los gastos familiares ayudan a explicar ese fenómeno. Sólo la clase C es responsable del 30% del consumo nacional.

Las empresas ya perciben el potencial de ese mercado. Nestlé invirtió R\$300 millones en tres años, en la creación de una división de productos a bajos precios, con una red particular de distribución. La empresa brasileña Consul desarrolló una lavadora automática por menos de R\$ 1.000 y vende 30 mil unidades al mes, lo mismo que versiones tradicionales.

A pesar de los márgenes menores, el retorno sobre el capital invertido en el lanzamiento de los productos destinados a las clases C, D y E puede llegar a 90%, cinco veces más que el modelo tradicional de negocio, que privilegia las grandes cadenas de tiendas de menudeo, según el BCG (The Boston Consulting Group).

Versión Original en Portugués:

<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/dinheiro/fi3103200814.htm>