

INNOVACIÓN Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL PARA UNA BANCA MÁS INCLUSIVA

En su estrategia físico-digital, el banco privado mexicano con mayor número de sucursales aceleró su proceso de digitalización, para potenciar el compromiso con la democratización del acceso a los servicios financieros.



Banco Azteca, desde su nacimiento en 2002, ha mantenido un enfoque claro en la inclusión financiera. Con esta visión se convirtió en la institución privada con más sucursales en operación en México, presentes en más de 200 municipios.

En 22 años de historia, la entidad que forma parte de Grupo Salinas se ha empeñado en cerrar la brecha de acceso a servicios financieros, canalizando su oferta a las familias de ingresos medios y bajos. De ahí que uno de sus mayores logros sea la contribución a la democratización financiera en el país.

En entrevista, Tonatiuh Rodríguez Gómez, director general de Banco Azteca y Azteca Servicios Financieros, compartió la visión estratégica detrás de la transformación tecnológica que permite mantener el compromiso con la accesibilidad a los servicios financieros.

FOTOS: JONATHAN VÁZQUEZ Y GUSTAVO RODRÍGUEZ/EXPANSIÓN

PRESENTADO POR:



Así, el icónico banco dirigió sus inversiones hacia una evolución en un mercado cada vez más digitalizado, a la que el ejecutivo calificó como un “modelo físico-digital”, ya que busca responder a las necesidades de los clientes que quieren seguir teniendo atención tanto en ventanilla, como a través de la banca en línea.

“En los últimos ocho años, hicimos un esfuerzo tremendo para llevar nuestro liderazgo en la parte de sucursales físicas hacia la banca digital. Hoy, nuestra plataforma es una de las mejores calificadas en las tiendas de aplicaciones y un porcentaje muy importante de nuestras transacciones se hacen por ese medio”, afirmó.

Para Rodríguez Gómez, la transformación tecnológica no es solo una tendencia, sino una prioridad constante, sobre todo, al considerar el creciente protagonismo que tienen las plataformas digitales en la vida cotidiana de los usuarios.

“En Banco Azteca, nos estamos reinventando constantemente. Nuestro objetivo es estar al servicio de las personas y la digitalización nos permite hacerlo de forma más eficiente y personalizada”, explicó y detalló la estrategia, resaltando tres áreas esenciales:

1. EXPERIENCIA DEL CLIENTE: A través de su aplicación móvil y otros canales digitales, el banco ofrece una experiencia intuitiva, accesible y segura.

2. TECNOLOGÍA DE PUNTA: La adopción de inteligencia artificial y análisis de datos permite optimizar procesos y anticiparse a las necesidades de los clientes.

3. INCLUSIÓN FINANCIERA: A pesar de su enfoque digital, Banco Azteca mantiene su compromiso de acercar servicios financieros a comunidades con acceso limitado a la tecnología.

“En Banco Azteca entendemos que nuestra misión va más allá de los números. Queremos que cada persona en México tenga la oportunidad de construir un futuro financiero sólido y la tecnología es clave para lograrlo”.



■ Tonatiuh Rodríguez Gómez, director general de Banco Azteca y Azteca Servicios Financieros.

INNOVACIÓN EN LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE

Para Tonatiuh Rodríguez, una de las apuestas más relevantes en la transformación digital de Banco Azteca ha sido su aplicación móvil, ya que, más allá de ser una plataforma para realizar transacciones básicas, incluye herramientas avanzadas para gestionar las finanzas personales.

“La tecnología es nuestra aliada para ofrecer soluciones que realmente hagan la vida más fácil a nuestros clientes. Queremos que puedan administrar su dinero desde la palma de su mano, con total confianza y seguridad”, expresó.

Además, el banco mexicano ha puesto en marcha funcionalidades innovadoras, como el uso de biometría para reforzar la seguridad en sus servicios digitales, y ha optimizado sus sistemas para garantizar una experiencia fluida, incluso en zonas con conectividad limitada.



IMPULSANDO LA DIGITALIZACIÓN.

La transformación de Banco Azteca no solamente impacta a los clientes, sino también a toda su cadena de valor. Esto incluye desde empleados hasta socios estratégicos.

El entrevistado dijo que el banco está invirtiendo en la capacitación de su equipo para asegurarse de que puedan aprovechar al máximo los nuevos recursos digitales.

“Estamos creando un ecosistema donde cada parte de la cadena aporta valor. Desde nuestros colaboradores hasta nuestros proveedores, todos juegan un papel crucial”, manifestó.

Uno de los mayores desafíos en la implementación de nuevas soluciones es, sin duda, la gestión del cambio cultural, ya que al introducir innovaciones se suele generar resistencia al cambio.

Un ejemplo claro es la inteligencia artificial (IA), por ello fue vital el arranque de un programa de capacitación integral, para resaltar sus virtudes. En el caso de la IA, enfatizó cómo esta tecnología complementa las habilidades de los colaboradores y los hace más eficientes.

“Creamos una plataforma en línea donde los empleados podían compartir sus experiencias y resolver dudas. Para medir el éxito de estas iniciativas, utilizamos encuestas y métricas de uso de las nuevas herramientas”, sostuvo Rodríguez Gómez.



FOTOS: JONATHAN VÁZQUEZ Y GUSTAVO RODRÍGUEZ/EXPANSIÓN

EL FUTURO DE BANCO AZTECA

Mirando hacia adelante, la institución tiene claro que la innovación se mantendrá como el motor de su crecimiento. Como parte de su visión, planea expandir aún más su oferta digital, explorando áreas como los pagos electrónicos, el financiamiento automatizado y la asesoría financiera personalizada, potenciada a través de la inteligencia artificial.

Sin embargo, el director general de Banco Azteca y Azteca Servicios Financieros aseveró que, incluso con la digitalización, el banco no perderá de vista su misión principal: estar cerca de las personas.

“La transformación digital no significa dejar atrás lo que nos hace únicos. Seguiremos siendo un banco cercano, accesible y comprometido con nuestros clientes, solo estamos encontrando nuevas formas de hacerlo”, concluyó.

Con su estrategia digital, Banco Azteca no únicamente se adapta a las tendencias del mercado, se posiciona como un referente de innovación en el sector de la banca. En un mundo cada vez más conectado, queda demostrado que la tecnología y la cercanía humana pueden coexistir para construir un futuro financiero más inclusivo y eficiente para los usuarios.

PRESENTADO POR:

