

CORPORATIVO

Rogelio Varela

BBVA Bancomer lidera baja en tasas

Cuando se discute en el Congreso la viabilidad de poner topes a las tasas de interés en los créditos, los bancos comienzan su autorregulación.



Ignacio Deschamps.



Hans Joachim Kohlsdorf.



Louise K. Goeser.

Si usted le pregunta a cualquier economista serio sobre la utilidad de fijar precios, le dirán que no ayuda en nada a promover la eficiencia en los mercados.

México en buena parte de los setenta y ochenta utilizó el control de precios como una medida para contener el alza de la inflación, lo que dio como resultado la escasez en muchos de los productos básicos.

Precisamente a partir de liberar precios y promover una mayor competencia, fue que los precios de los alimentos pudieron bajar e incluso mejorar en lo que se refiere a presentaciones y cualidades, y para no ir más lejos, habrá que echar un vistazo en cualquier supermercado a la variedad y calidad del segmento de lácteos, que ha crecido de forma importante.

De ahí el énfasis que ha hecho en estos días la Asociación de Bancos de México (ABM), que preside Enrique Castillo Sánchez Mejorada, en el sentido de hacer ver a los legisladores la inconveniencia de topar las tasas de interés, en especial en lo que toca a tarjetas de crédito.

Pues bien, mientras se define esa iniciativa, uno de los mayores bancos comerciales ha iniciado un ajuste sustancial en las tasas de interés del llamado dinero de plástico para sus clientes cumplidos.

Hablamos de que BBVA Bancomer, que dirige Ignacio Deschamps, acaba de anunciar que los tarjetahabientes que han pagado a tiempo más de dos veces el pago mínimo en los últimos 12 meses podrán obtener un descenso inmediato de su tasa de interés para llegar a 28 por cien-



to anual fija.

Además de esa reducción inicial los clientes de BBVA Bancomer podrán seguir obteniendo, cada periodo de seis meses, una disminución adicional de un punto porcentual para llevar la tasa de tarjetas a niveles de 23 por ciento anual fija.

Habría que decir que un estándar internacional en países desarrollados para ese tipo de productos es de TIE más 17 puntos, por lo que el nivel de 28 por ciento que le comento ya está cerca de ese parámetro.

Con esa medida BBVA Bancomer está llevando sus tasas a niveles similares a los que se

cobran en países como Japón, y está muy por abajo de lo que aplica en naciones como Chile, que para muchos es la economía mejor manejada en la región de América Latina.

Lo interesante es que otros bancos han comenzado a seguir la ruta marcada por BBVA Bancomer, concretamente entidades como Banamex y Banorte ya aplican incentivos a sus clientes cumplidos, por lo que se puede decir que aunque de manera incipiente el mercado bancario comienza a autorregularse.

BBVA Bancomer lleva más de tres años ofreciendo tasas de interés personalizadas a sus clientes con ajustes importantes en función de su buen pago, o bien por mantener niveles de facturación altos en sus tarjetas oro y platino, básicamente.

Como sabe, el índice de morosidad de los bancos comerciales en el segmento de tarjetas de crédito es de 10 por ciento, aunque existen entidades que están encarando niveles de 15 por ciento que comienzan a ser preocupantes.

Pero regresando al esquema que está planteando BBVA Bancomer, otro incentivo es que el beneficio de una menor tasa de interés será permanente y estará en función del comportamiento de pago de cada cliente.

Con esto también se rompe ese vicio que sobre todo se hizo evidente en la crisis de 1995 de ofrecer quitas en montos y tasas sólo para los morosos, lo que también viene a ser un cambio en la gestión de los bancos en medio de una crisis donde el dinero barato puede ayudar a evitar un enfriamiento mayor de la economía.

Así, el beneficio que le comento apoyará a la gran mayoría de tarjetahabientes de BBVA Bancomer, ya que nueve de cada diez clientes están al corriente en sus pagos con todo y lo preocupante de la recesión.

BBVA Bancomer tiene siete millones de tarjetas de crédito en un mercado que se calcula en 25 millones de plásticos que llevaba varios años de crecimiento de doble dígito y que a partir de 2008 ha tenido una desaceleración ante una menor actividad económica y políticas más prudentes de los bancos en el otorgamiento de plásticos.

Todo está listo en Siemens para que el

1

DE MARZO

Louise K. Goeser asuma el cargo como presidenta y CEO para la región Mesoamérica con sede en México

De los más de 300 sitios que ya cuentan con Sello de Confianza AMIPCI,

36

POR CIENTO

realiza actividades de comercio electrónico

La ruta del dinero...

Goeser por Kohlsdorf en Siemens

Todo está listo en el consorcio de ingeniería alemán Siemens para que el 1 de marzo Louise K. Goeser asuma el cargo como presidenta y CEO para la región Mesoamérica con sede en México, en sustitución de Hans Joachim Kohlsdorf. Le puedo decir que Goeser conoce bien el mercado mexicano, toda vez que en los últimos cuatro años estuvo al mando de Ford Motor Co. México, donde trabajó diez años y también posicionó el negocio de la refrigeración para Whirlpool Corporation, cuya producción está en México. El relevo que le comento será oficial a partir del 1 de marzo y Goeser tendrá la responsabilidad de continuar la marcha ascendente de una empresa que ofrece productos y soluciones a más de 12 ramas industriales concentradas en sectores como energía, transporte, sistemas médicos, tecnología y automatización, entre otras. Y bueno, por lo que se refiere a Hans Joachim Kohlsdorf, se integrará a otras responsabilidades corporativas en Siemens AG, las cuales se darán a conocer en los próximos días a partir de los resultados logrados, entre ellos la ampliación en la relación con la Comisión Federal de Electricidad.

Gardere litigará en caso Stanford

El prestigiado despacho estadounidense Gardere, que tiene como socio aquí a Eduardo Pizarro, se encargará de defender a los inversionistas mexicanos afectados por el caso de Stanford Fondos que comandaba David Nanes. Como sabe, Gardere tiene su base en Dallas, Texas, y se ha especializado en litigar en temas corporativos. En el caso de Stanford se argumenta que desde aquí utilizaba la distribuidora de sociedades de inversión para promover el envío de recursos al paraíso fiscal de Antigua, aunque aún se revisan los detalles de los contratos para ver hasta qué punto podrán acudir a las instancias judiciales mexicanas, ya que Stanford ofrecía tasas de interés muy atractivas que con la crisis global ya no pudo cumplir. Como sea, los clientes de Gardere saben que estarán bien asesorados en sus demandas.

Viñetas: Ezquerro

Mexicana amplía relación con Airbus

Le adelanto que Grupo Mexicana, que dirige Manuel Borja Chico, se integra a la Red de Mantenimiento, Reparación y Servicios Mayores de Airbus luego de cumplir con los requisitos de la fabricante de aviones en cuanto a calidad, productividad y número de clientes atendidos continuamente durante más de dos años. Borja recibirá el certificado de incorporación a dicha red de manos de Bruce Jones, vicepresidente mundial senior de Servicios y Apoyo al Cliente, y Gerard Raynaud, vicepresidente de Apoyo al Cliente para Europa y Latinoamérica, de Airbus. Y bueno, la red mundial de mantenimiento de Airbus fue diseñada para asegurar la disponibilidad de servicios de mantenimiento para usuarios de esos aviones en todo el mundo y permite optimizar los costos y la calidad de los servicios de mantenimiento en todo el mundo.

AMIPCI fortalece e-commerce

Una de las entidades que llevan varios años empujando fuerte el comercio electrónico es la Asociación Mexicana de Internet, a partir de la obtención del Sello de Confianza AMIPCI, que ya tienen más de 300 entidades y que es sinónimo de seguridad y mejor servicio a los usuarios en línea. Usted sabe que las organizaciones y empresas que han optado por utilizar Internet de manera responsable se han dado a la tarea de certificar y distinguir sus sitios, de ahí el interés de obtener el sello AMIPCI que tiene sólo dos años de su lanzamiento. De los más de 300 sitios que ya cuentan con el distintivo que le digo, el 36 por ciento realiza actividades de comercio electrónico, mientras el 15 por ciento corresponde al sector tecnológico (software, hardware, desarrolladores Web, hospedaje y centros de datos), el 9 por ciento ofrece servicios turísticos y el 8 por ciento pertenece al sector financiero. Para Noemí Flores, coordinadora de Sellos de Confianza AMIPCI, el interés que tienen las empresas por adquirir el distintivo se debe al compromiso por contrarrestar la desconfianza que manifiestan los usuarios que contratan servicios por Internet, mismos que al observar el sello hacen evidente su confianza en la toma de decisión de compra. ☒

rvarela@elfinanciero.com.mx