

# ASOCIACIÓN DE BANCOS DE MÉXICO

## 69 CONVENCION BANCARIA “BANCARIZACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICO” Hotel The Fairmont Acapulco Princess

Versión Estenográfica

Acapulco, Gro., 23 de Marzo de 2006.



**BRUNO PERREAULT**  
**ARMANDO LEMANY**  
**MasterCard**

- **MODERADOR:** A continuación la presentación de nuestro ponente de MasterCard.

- **ARMANDO LEMANY:** Gracias por estar aquí con nosotros, y la oportunidad de hablar sobre los productos de MasterCard. Estoy basado en la Oficina Regional de MasterCard en Miami, mi responsabilidad es la ministración, el desarrollo, el crecimiento de los productos corporativos para las Regiones de América Latina.

Esta mañana va a presentar el señor Bruno Perreault, que está basado en Nueva York y tiene la responsabilidad de los productos para el mercado PYME a nivel global.

Muy interesante la presentación de la señora Barry, que es para nosotros un principio magnífico para poder charlar con ustedes sobre las soluciones que nosotros tenemos para PYME'S, uno de los productos o mercado clave para MasterCard a nivel mundial.

Una de las cosas que nosotros hemos encontrado a través nuestro estudio, que los PYMES no sólo aquí en México, pero en todo el mundo tienen dos necesidades: la necesidad de financiamiento para poder correr su negocio; y el segundo, la necesidad de utilizar métodos de pagos más avanzados, el cual están usando en este momento.

Así que la solución es que vamos a charlar sobre esas soluciones, que son exactamente para eso: el financiamiento, el acceso a líneas de crédito a través de la tarjeta, y no hay mejor manera de efectuar un pago, que el uso de una tarjeta.

Se pueden imaginar que los PYMES compren mercancía para reventa o compren materia prima para crear su producto, y cada día que pasa se hace mucho más difícil pagar por la mercancía usando cheque o dinero en efectivo, sin que él use una tarjeta de una manera muy eficiente para efectuar su pago.

Desde otro punto de vista, lo que hemos visto es que las PYMES no sólo compran esos materiales, local, pero están accedendo a los materiales, producto fuera de su mercado. Ahora imagínese si yo estoy aquí en México y estoy comprando mercancía de Indonesia, para pagar esa mercancía es muy costoso, y se usan cartas de crédito, y usando cheque es imposible, y dinero en efectivo, más imposible todavía. Así que él usa una tarjeta de una manera muy eficiente para efectuar ese pago.

De otro punto de vista, los PYMES están vendiendo afuera de su mercado local. Y una manera para que ellos hayan pagado, es también la aceptación de pago a través de tarjeta.

Lo que hemos visto nosotros que hay en todos los mercados, los Gobiernos están ayudando en el crecimiento de los PYMES con productos o con financiamiento, como estaba comentando la señora Barry, y por eso es que nosotros vimos el crecimiento.

Por lo tanto, él usa la tarjeta de una manera muy eficiente y magnífica para el acceso de crédito.

El señor Bruno es Senior President, tiene mucho conocimiento no sólo en el mercado Americano, en Canadá, en Europa y en otras partes del mundo, y va a comentar su experiencia en el Negocio de PYME con tarjetas de crédito, y finalmente va a hablar un poco sobre las condiciones que nosotros encontramos aquí en México.

Así que, por favor, bríndenle un aplauso, y con eso le paso el micrófono al señor Perreault.

**- EL MODERADOR:** Buenas tardes.

## **BRUNO PERREAULT**

### **TEMA: “Solución de Proyectos Corporativos para Pequeños Negocios”**

Buenas tardes.

Yo podría tratar de hacer esto en español, pero no sería muy claro, en francés no sería muy útil.

Entonces, voy a hablar en inglés con el beneficio de los visuales en español.

Como mencionó Armando y como se mencionó por Nancy anteriormente, el mercado de PYMES en el mundo es un mercado emergente, una de las categorías emergentes más rápidas en la Banca, en muchos países desde Europa hasta Asia Pacífico, y muchas veces en América Latina y con América Latina los Bancos cada vez se enfocan más y más en los mercados de mercados pequeños, desde los micronegocios a negocios mayores, por muchas razones, una de las cuales es que en el negocio de tarjetas, los otros negocios principalmente basados en el consumo, no están mostrando las

mismas tasas de crecimiento. Los bancos se esfuerzan, los mercados pequeños y además los Bancos, muchos de los cuales a nivel global, bancos locales o bancos internacionales grandes se dan cuenta que tienen una oportunidad única para proporcionar productos de pago, líneas de crédito, tarjetas de crédito, otras herramientas de financiamiento para negocios y al no enfocarse en este mercado de negocios pequeños, han permitido otras instituciones y otras compañías y otros deudores empezar relaciones con negocios pequeños y crecer sin el beneficio de estar con los Bancos.

Existe mucho énfasis a nivel internacional en el mercado de las PYMES.

Existen alrededor de 100 millones de pequeñas empresas mundialmente documentadas, como 30 millones están en Norteamérica, 5.5 negocios pequeños en México PYMES y otros 20 millones en América Latina.

La oportunidad es enorme internacional y los Bancos internacionales están empezando a entrar a mercados múltiples. Estamos empezando a ver algunos de los Bancos basados en el Reino Unido. En tanto los Bancos estadounidenses estamos viendo que entran algunos países como Hungría y Polonia en donde el nivel o el desarrollo del mercado no es tan competitivo como el Reino Unido.

Estos grandes Bancos están entrando a nuevos mercados y están tratando de entrar al mercado mexicano, también dado el tamaño de la oportunidad en México y el hecho de que existen tantos pequeños negocios.

Nosotros en MasterCard tendemos a tratar de establecer las bases para un enfoque internacional en los mercados de PYMES. Hemos hecho muchos estudios internacionalmente en uno de los cuales vimos la cantidad de dinero que gastan los PYMES a nivel internacional y nos dimos cuenta que las PYMES gastan más de 3 mil millones de dólares en diferentes rubros, y vimos un análisis que el 20 por ciento de este gasto pudiera ser en productos listos de tarjetas de crédito; podrían pagar con tarjetas prepagadas, con tarjetas de crédito o de débito, entonces hay gran oportunidad para los Bancos y Compañías para proporcionar tarjetas y que las tarjetas se usaran de manera más rápida.

La proyección es que los mercados para productos de tarjeta de PYMES, va a crecer un 25 por ciento por año, en los 3, 4 años y de acuerdo con la

información que tenemos este es el mercado de mayor crecimiento de tarjetas hoy en día.

También vemos que estos dueños de PYMES que están buscando microfinanciamiento o mayor financiamiento, tienden a ver a sus Bancos para que se los otorguen, pero a veces no encuentran ese financiamiento esos Bancos, no están obteniendo una oferta de una línea de crédito cuando la requieren u obtienen ofertas de tarjetas o líneas de crédito que estén más debajo de lo que pueden obtener típicamente como consumidores.

Vemos mucha necesidad para que los Bancos se enfoquen más en el mercado de negocios pequeños y se enfoquen en darle el servicio correcto y les proporcionen las líneas de crédito correcta. Y nosotros sentimos que los Bancos tienen la ventaja única porque una de las primeras cosas que hacen los Bancos es abrir, de un negocio, una cuenta y poner sus fondos en la cuenta.

Es diferente en algunos mercados o en algunos segmentos de negocios pequeños, pero generalmente lo que es una PYME es abrir una cuenta para ingresar sus fondos y retirar sus gastos.

Antes de pasar a la transición de América Latina, quisiera hablar del mercado estadounidense, porque tiene como 30 millones de negocios pequeños, de PYMES. Si ustedes ven la parte de debajo de la pirámide, alrededor del 80 por ciento de los negocios con ventas de menos de 100 mil dólares al año, que en Estados Unidos es bastante pequeño para un negocio.

Entonces, vemos muchos micronegocios en Estados Unidos también y vemos que tradicionalmente los Bancos se enfocan en compañías mayores, más estables, hay un cambio en el mercado en Estados Unidos y muchos otros países también para empezar a enfocarse en compañías más pequeñas, con ventas menores para poder capturar su negocio y crecer con ellos.

Vemos compañías que están usando más herramientas de crédito, que tiene más sofisticación y realmente pueden capturar, gastar y estos negocios pequeños son pequeños, la mayor parte de los negocios son pequeños y esto pasa en muchos mercados como en Europa y en México.

Es que esta pirámide es constante en todos los mercados. Cada vez hay más negocios pequeños a los que los Bancos no les proporcionan los servicios que estos requieren. Esto es de Estados Unidos y un poco de Europa y una

excepción es que podemos ver que estos negocios están en cinco sectores específicos: menudeo, servicios personales, servicios profesionales, construcción, hay mucha destrucción y en Estados Unidos hay mucha industria de procuración de salud.

Son diferentes mercados, pero los vemos que están muy concentrados en sectores pequeños y vemos que cuando los Bancos empiezan a pensar en su mercado objetivo, en tamaño y en industria, cada vez se vuelven más exitosos.

Lo que hemos visto en Estados Unidos y en el Reino Unido es que los Bancos cuyo objetivo son PYMES en particular, en alguna industria y en otra, el objetivo es la industria de construcción, pero le ofrecen algo distinto y tiene más éxito, tiene mejor respuesta a las ofertas y tienden a tener un mejor desempeño de crédito en cuanto a las tasas de pérdida, porque el objetivo es un objetivo más educado y es lo que llamamos una selección positiva del mercado.

Hay cosas que tenemos que tener en mente, el mercado es muy grande, muy diverso, pero existen algunos sectores y hay algunas maneras de tener un objetivo viendo las diferentes industrias en el perfil típico.

Nosotros hemos visto que muchas de esos PYMES han estado durante mucho tiempo trabajando. En Estados Unidos la mitad de estos negocios han estado 15 años en el mercado más el número que tenemos en México, es la mitad de los negocios, han estado 10 años o más.

Entonces, la noción preconcebida que muchos pequeños negocios fallan, no siempre es precisa. La gente se queda llevando a cabo sus negocios, lo que se reporta. Lo que hemos visto también es que los negocios dejan de ser negocios, pero no se van a la banca rota, empiezan uno nuevo, abren una nueva tienda.

Entonces, podemos ver muchas compañías que reportan que han estado durante mucho tiempo en el mercado.

Algunos puntos importantes alrededor del mercado: nosotros llevamos a cabo un estudio hace 6 meses con 3 mil pequeños negocios a nivel internacional y nosotros les dimos una lista muy grande de preguntas. Hicimos estas preguntas de negocios en 17 diferentes países, incluyendo a México que está consolidado con América Latina. Les preguntamos sobre la perspectiva en el clima laboral y lo que es interesante en este acetato es ver que América Latina es en donde

las PYMES tienden a ser las más optimistas. La gente es muy optimista en los años por venir.

Hicimos otras preguntas alrededor de cómo los negocios iban a funcionar el año entrante. La gente es muy optimista sobre sus negocios y sobre seguir adelante y menos optimistas en países como en Europa, que por alguna razón u otra la gente es menor optimista.

Un par de acetatos más que hablan del optimista, la gente es muy optimista alrededor de sus negocios y de cómo les va en el futuro. Y el último punto que es interesante en cuanto a financiamiento, es negocios en América Latina, se espera que invierta en una gran porción de su dinero el año entrante en el área azul que es tecnología.

Nosotros sentimos que es importante y relevante para los Bancos y lo que ustedes y nosotros sabemos que cuando las compañías invierten en tecnología, tecnología en cómputo, en tecnología de manufactura, más vehículos, tienden a necesitar financiamiento, y eso es algo que las compañías en América Latina buscan para financiar sus inversiones.

Nosotros vemos mucha oportunidad de crecimiento en la región latinoamericana para obtener mayor financiamiento para tecnología. Y otra cosa que sabemos del trabajo que hacemos con negocios pequeños en general, es que tienden a tener los individuos más inteligentes tecnológicamente hablando. Tienen que confiar con ellos.

Si tienen acceso a Internet, usan Internet para encontrar información para productos y servicios, van a usar Internet para anunciar sus servicios o van a usar Internet para comprar productos que no pueden obtener en los mercados locales.

Y un par de puntos sobre el uso de tarjetas, que siento que también es muy interesante para ustedes. En Norteamérica, nosotros vemos el día de hoy que casi dos tercios de los negocios utilizan tarjetas de crédito para sus gastos de negocios. El 50 por ciento de ellos usan una tarjeta de crédito o empresarial y el 50 usan una tarjeta de crédito de consumo.

Sentimos que aquí hay una gran oportunidad, vimos que este número es bastante similar en Europa, en donde muchos negocios van a usar una tarjeta de crédito, pero a lo mejor no van a usar una tarjeta de crédito de negocios,

sino de consumo de un individuo, porque le dan esa tarjeta del individuo cuando abren el negocio, tienen una tarjeta extra que no habían usado y deciden usarla para el negocio.

Nosotros vemos que el mercado cada vez está educando más hacia el beneficio de las tarjetas de crédito y cada vez vemos más y más dueños de negocios queriendo utilizar una tarjeta de crédito en sus negocios.

Otra área muy interesante es el crecimiento rápido de tarjetas de débito. Las tarjetas de débito empresariales, a mediados de los 90's no existían aún. La investigación que teníamos señaló el hecho de que pequeños negocios no querían esas tarjetas.

Nosotros seguimos adelante con ellas, porque dijimos: "Vamos a intentar y ver cómo funciona" a lo mejor es una buena idea, pero hoy en día, en el 2005, el 25 por ciento de las PYMES utiliza una tarjeta empresarial de débito y la uso por muchas razones; una de ellas es más conveniente que los cheques y efectivo les permite dar seguimiento a sus gastos y también les faculta el poder establecer crédito con algunos Bancos, en donde están mostrando una conducta de buena responsabilidad y que usan sus tarjetas de manera eficaz.

Pero también es muy interesante alrededor de las tarjetas de débito empresariales y estos son números en Estados Unidos, en donde el naranja es el gasto anual de tarjetas de débito, comparado con el gasto de tarjetas de débito de consumidores o empresariales que está en verde.

Vemos que las tarjetas de débito empresariales, generan más gasto por tarjeta que las tarjetas de débito de consumidores o las tarjetas de crédito empresariales; hay mucho apetito por los negocios para usar tarjetas de débito.

En muchos mercados en Europa lo hemos visto, no tanto, pero hemos visto un alto uso de tarjetas empresariales de débito en Brasil, donde la gente las usa a menudo y gasta mucho de ese dinero usando tarjetas de débito o empresariales.

Sentimos que hay gran oportunidad en este rubro, es un área en donde nosotros sentimos que también hay compañías con grandes objetivos que pueden tener menores ventas, pero pueden tener algo de dinero en el Banco; pueden tener el capital que han invertido, es un préstamo que quieren poner en su cuenta bancaria y hacerla para tener acceso al dinero con tarjeta de crédito

para ayudarles a desarrollar su negocio y usar o gastar de manera eficaz porque ustedes pueden empezar a hacer negocios con ellos.

Entonces, vamos a hablar de las tendencias en América Latina y algunos datos.

Nosotros en nuestro negocio, nosotros vemos en general un enorme crecimiento en productos de pago como de negocios pequeños y en la parte amarilla y verde, nosotros vemos un crecimiento muy rápido, particularmente en productos de PYMES y si incluimos estos productos de débito de las PYMES, nuestro negocio está creciendo más del 100 por ciento al año.

Nosotros vemos más interés en el mercado, desde los dueños de los negocios y se refleja en el número de Bancos que quieren promover productos de crédito o de débito para PYMES y algunos de los Bancos globales están entrando al mercado en una base de multipaís.

América Latina en el pasado, hicimos muchos estudios en el año 2000 alrededor de pagos y tarjetas y vimos que en ese momento el negocio para productos de PYMES no estaba bien desarrollado y no es distinto de muchos otros mercados en el mundo en donde las PYMES o el mercado de crédito para PYMES no estaba bien desarrollado.

Los dueños de PYMES sentían que los Bancos no les daban el servicio que querían y los Bancos no se enfocaban en ellos por muchas razones, incluyendo el hecho que eran muy exitosos en cuanto a los productos de consumo y no tenían las herramientas para otorgar crédito a PYMES o pensaban que las PYMES o los dueños de PYMES no podían administrar adecuadamente sus negocios. Hoy en día hemos visto un gran cambio.

Existen muchos factores hoy en día que contribuyen al crecimiento y al uso de las tarjetas. Cada vez más los negocios sienten que los cheques y el efectivo no son las maneras eficaces para pagar. Hay mucha gente que siente y se da cuenta que con el fin de poder hacer compras fuera de sus países, necesitan una tarjeta de crédito y que el usar una tarjeta les da una herramienta para el financiamiento y para obtener una mejor administración y reporte de gastos.

También vemos que los Bancos tienen mejores herramientas y en muchos mercados se enfocan cada vez más en el micropréstamo y cómo administrarlo de manera eficaz, y cómo administrar el riesgo y también de manera eficaz cómo estas compañías llegan a un tamaño mayor o si mantienen su tamaño,

pero les ayudan a financiar sus negocios para que vean lo que necesitan comprar, no necesariamente pagar la cuenta del teléfono, pero el equipo o los equipos para poder financiar y poder manejar mejor sus negocios.

Otro de los factores que impulsan el crecimiento de los tarjetas de pequeños negocios, es que los Gobiernos cada vez están más involucrados en tratar de ayudar a las PYMES a ser más efectivas para asegurar fondos, que sean más eficaces en cuanto a sus negocios y cada vez hay más programas para motivar a la gente a usar tarjetas, para comprar cosas y nosotros lo hemos visto en muchos mercados fuera de América Latina, en donde la única manera para comprar un negocio es usando una tarjeta de crédito.

El gobierno quiere usar o gastar de manera remota. Si quieres comprar servicios en línea, vas a tener que pagar con la tarjeta de crédito, así es como funciona y no hay otro medio.

Ahora, pasando a México, hablemos de México y un par de puntos específicos para México. Uno de ellos, como dije antes, existen 5.6 millones de PYMES en México, de negocios pequeños; el 95 por ciento de estos negocios son PYMES. 5.6 millones de negocios representan una fuerza laboral muy grande del país, el 50 por ciento, y el Producto Interno Bruto representa el 20 por ciento del PIB.

En México la mayoría de las PYMES ha estado operando por más de 10 años. Eso quiere decir que está en línea con lo vemos con otros mercados. Las PYMES se quedan funcionando como negocios durante mucho tiempo.

Un hecho muy interesante del nivel de servicios financieros en México es que casi todas las PYMES reportan que ellos han tenido que utilizar dinero de los amigos o de la familia para empezar su negocio, o no les dieron acceso a capital por parte de otras fuentes formales. Y si le hacen esa pregunta en otros mercados, van a ver que el número cada vez es menor.

Hay compañías en Reino Unido, compañías en Estados Unidos, tienden a tener cada vez más financiamiento disponible de su Banco en forma de productos de tarjetas, y les ofrecen más productos que lo que se les ofrece aquí.

Entonces, esto representa una gran oportunidad para los Bancos en México, para que los Bancos aprovechen estas oportunidades.

Le preguntamos a los pequeños negocios cuál es la preferencia de pago, y dos tercios de los pequeños negocios, prefieren una tarjeta, si se les ofrece. La realidad es que no se les ofrece una tarjeta menor, pero sí se les ofrece una tarjeta, pero no en el momento correcto, no con el tipo correcto, pero sí prefieren tarjetas.

Otro punto que tenemos, que tiene varios años. Entre el 50 y 75 por ciento de las PYMES usan Internet para obtener información y no usan tarjetas. Este número crece: el año pasaba estaba en el 80 por ciento, pero casi el 100 por ciento de los negocios usan Internet para muchas cosas.

Y yo me atrevería a decir que es igual en todo el mundo: los negocios necesitan herramientas para hacer sus negocios, y lo encuentran en Internet, ahí es donde lo averigua, en Internet. Los negocios se dan cuenta que las tarjetas les permite tener el financiamiento y las herramientas que requieren.

Hablé un poco sobre el hecho de que los negocios pequeños o los PYMES son muy inteligentes y muy hábiles en Internet. Globalmente sabemos que esto negocios pequeños o PYMES están muy dedicados y toman decisiones rápidas, ágiles, son muy eficientes y también son muy leales. Ellos van a ser leales a la gente que les ayude a iniciar sus negocios, van a ser leales a la gente que les dio el fondeo para su negocio, y van a ser leales a aquellos que les ayudan a proporcionar asesoría, ya sea el contador, alguien que les ayude a establecer una red en su oficina; a aquellos que les ayudaron a iniciar su negocio, porque no tienen la estructura que tienen compañías grandes.

Lo que hemos oído de los dueños de PYMES es que si tienen un producto o un servicio que funciona, un servicio telefónico, bancario u otro tipo de servicio, van a quedarse con él y no van a cambiar, o van a crecer con él, y van a quedarse con él.

Yo estuve en una conferencia hace un par de días con varios banqueros en Orlando, Florida, y muchos de los cuales me estaban comentando el hecho de que cuando hacen encuestas de clientes que dejan su grupo tiende a ser porque abandonan el Banco o es porque el Banco cometió un error.

Los PYMES no se quieren cambiar de Bancos, porque les proporcionan las herramientas y los servicios, pero si abandonaron ese Banco después de 5 ó 6 años, es porque algo que no se podía componer no se compuso, pero generalmente se quieren quedar con el Banco.

Entonces, habiendo dicho todo eso, sentimos que hay una gran oportunidad en México, existen muchos PYMES en México que están surgiendo. De este 5.6 millones en negocios documentados en México, la información que tenemos señala que existen 3.5 millones de los cuales tienen cuentas bancarias, a lo mejor no una cuenta de negocio bancaria, pero dan la oportunidad para que ustedes puedan identificarlos y darles los productos bancarios adecuados.

Y existe mucho más énfasis, desde el punto de vista de pequeños negocios, sobre la tarjeta de herramienta, como herramienta para financiamiento; y también hay mucho comercio de negocio a negocio, que requiere algún tipo de automatización de pago, que tiende por default a ser una tarjeta de crédito.

Entonces, en términos de oportunidad hay grandes oportunidades, son muy atractivas, existen muchas compañías que tienen fondeo para fondear su negocio, pero muchas de las cuales requieren microfinanciamiento y financiamiento. Vemos muchos Bancos Globales Internacionales entrando a mercados globales, enfocándose en un mercado pequeño, porque son las de mayor crecimiento; y sentimos que los mercados de pequeños negocios o pequeños mercados son las partes más emocionantes de la Industria de pago y de la Industria Bancaria, conforme continúa representando muchos negocios, muchos talentos y mucho crecimiento en el mercado.

Muchas gracias por su atención. Y quisiéramos abrir ahora la Sesión de Preguntas y Respuestas. Si alguien tuviera alguna pregunta.

## SESIÓN DE PREGUNTAS Y RESPUESTAS

- **PREGUNTA:** Voy a hacer la pregunta en inglés y entonces rápidamente la voy a traducir al español, después de que la haga en inglés. ¿Cuáles son las adaptaciones principales que tienen que hacer los Bancos a estos modelos de riesgo crediticio cuando están evaluando a las PYMES?

- **BRUNO PERREAULT:** Bueno, gracias por su pregunta. Lo que nosotros vemos a menudo es que un Banco necesita, conforme se enfoque en nuevos clientes, utilizar una combinación de información de crédito personal e información de crédito de negocios.

Hemos visto un crecimiento conforme los Bancos cada vez tienen cuyo objetivo a PYMES, usan la información de crédito del dueño del negocio. Lo que nosotros vemos, por lo menos en Estados Unidos y en Canadá, mucho en el Reino Unido, creo que se llama una responsabilidad conjunta, donde el dueño firma como aval a favor del negocio; y si el negocio no tiene una buena respuesta, la persona física tiene la obligación de responder, financieramente hablando.

Cada vez vemos más de esto como una manera para que los negocios puedan establecer un historial para que con el tiempo se les ofrezca algún producto más de tipo empresarial.

- **PREGUNTA:** Para pequeños negocios, ¿cómo piensa usted que las tasas de interés de las tarjetas de crédito les puedan afectar, el interés de las tarjetas de crédito cómo les pueden afectar?

- **BRUNO PERREAULT:** Bueno, la pregunta, si la entendía adecuadamente, es que cómo el interés de las tarjetas de crédito afecta el negocio. Lo que hemos visto es que, y es interesante, pero nuestra información nos muestra que a los negocios les gusta pagar tasas de interés bajas, y a todos nos gusta pagar tasas de interés bajas, pero les gusta el hecho de tener una tarjeta con una tasa de interés aunque seas alta.

Si necesita el financiamiento para terminar un proyecto o si necesita el financiamiento para comprar equipo, si necesita el financiamiento para ponerle muebles a su oficina, tienen la tarjeta. Entonces, la tasa en ese momento es menos importante.

La toma de decisión en cuanto a la tasa la hace la persona cuando obtiene la tarjeta. Les preocupa la tasa de interés, pero una vez que la pueden usar no les importa, porque tienen financiamiento o pueden pagar, y entonces para ellos no se vuelve tan relevante.

La otra moneda, como vemos, es que los emisores que trabajan alrededor de ellos es que les proporciona a las compañías diferentes tasas de interés, diferentes compras por monto, por lo menos en algunos mercados, en donde ganan tasas de interés por diferentes montos y compran varios miles de dólares, si es una compra pequeña, o es una tasa de interés alta, para que la gente financie equipo a una mejor tasa.

Pero lo que vemos es que los negocios quieren tener la tarjeta para el financiamiento, y que el financiamiento es tan conveniente que la tasa de interés no es tan importante para ellos.

- **PREGUNTA:** Y la segunda pregunta, ¿está usted considerando una tasa de interés preferencial para PYMES?

- **BRUNO PERREAULT:** Una vez más, como ustedes saben, MasterCard proporciona el procesamiento, la compensación, la conexión, pero la tasa de interés y las comisiones las establecen los Bancos, ustedes. Nosotros vemos que funciona muy bien, y esto es a nivel internacional, es que el proporcionar algún tipo de oferta para obtener una nueva cuenta con una tarjeta de crédito, es muy útil.

Entonces, sí tenemos comisiones muy competitivas durante 6 meses. Es una buena manera para que los clientes usen su producto, y con el tiempo, si los usan, van a pagar la tasa de interés que ustedes cobran.

Mucho de lo que vemos es que se basa en la relación que tenemos con los clientes, si tienen una cuenta bancaria con ustedes, tiene una relación de crédito con ustedes, al igual que otro tipo de factores. Pero una cosa que

tenemos que tener en mente es que en muchos mercados, y yo no quiero hablar por México, pero la tasa o a la gente no le gusta la tasa, pero no necesariamente no compran su producto por la tasa.

- **PREGUNTA:** Y la última pregunta, y se la voy a traducir, es: ¿cuál es su experiencia en términos del uso efectivo en las PYMES?

- **BRUNO PERREAULT:** Muchísimas gracias. El resultado esperado es que el uso de efectivo se reduzca por este negocio. Esto no quiere decir que el uso de efectivo caiga si más gente gasta más dinero, pero lo que sí vemos en nuestros mercados, una vez más, es que los negocios o la gente, o el dueño del negocio usa la tarjeta, el uso de efectivo cae.

Acabamos de presentar un nuevo producto, que lo presentamos a muchos mercados, que se llama “by pase” No sé si conocen en “by pase” en México. El “by pase” es un pase de pago, es tocar e irte, donde no tienes que pasar la tarjeta. Puedes ir a un Mc'Donalds o puedes ir a una tienda pequeña, donde no tienes qué pasar la tarjeta por la terminal punto de venta, es sólo: la toca la terminal y se va, es para compras pequeñas en estos mercados.

Y vemos que esta tarjeta de tocar nada más y pasar que la gente usa, ha reducido su uso de efectivo en 2, 30 por ciento. Entonces, las tarjetas claro que van a reducir el uso del efectivo en consumidores y en negocios, y creo que con esto respondo su pregunta.

¿Alguna otra pregunta? Muchas gracias a todos.

Muchas gracias.

- - -o0o- - -