

SU PRINCIPAL INGRESO ES A TRAVÉS DEL SEGMENTO DE TARJETAS DE CRÉDITO

Limita a BAF la concentración

¿Activos improductivos?

ACTIVE
INTERNATIONAL®

ofrece una
interesante solución



Eric Mergenthaler, CEO de Active International México habla en entrevista de la propuesta que ofrecen a empresas mexicanas con activos improductivos.

Ventajas del modelo

- Mayor recuperación de valor sobre activos improductivos que por medio de la liquidación tradicional o la destrucción.
- Facturación y registro de venta.
- Ahorro en el flujo de efectivo.
- Simplificación de la reposición y retiro de líneas de producto.
- Reducción de costos generados por almacenaje, logística inversa o saturación en piso de venta.
- Apoyo para potenciar estrategias comerciales de los clientes (restitución).
- Proceso reconocido por las cuatro grandes empresas globales de auditoría.

Casos de éxito

Con la finalidad de lograr una mayor captación de clientes, hace unos años, un banco realizó una importante inversión en tecnología para eficientar sus procesos en toda la República Mexicana. Sin embargo, los equipos no cumplieron con lo planeado y el banco se enfrentó con un problema financiero considerable.

Active adquirió el equipo de comunicación que para el banco resultaba inservible y de esta forma evitó que registrara pérdidas por más de dos millones de dólares.

El banco posteriormente, hizo uso de los "Abonos de intercambio" proporcionados por Active para pagar una parte de su campaña publicitaria.

Actualmente este banco es uno de los clientes principales de Active México y han realizado múltiples transacciones en los últimos años.

Juan Brugger
VP de ventas

JBrugger@activeinternational.com
Tel: 8503 6322

Historia

Active International es una compañía que a lo largo de 30 años ha penetrado en trece mercados internacionales con éxito generando valor a sus clientes. En México ha trabajado durante 20 años, restituyendo valor a activos improductivos y generando significativos ahorros en flujo de efectivo para sus socios de negocio.

¿Por qué Active?

Existen situaciones en el mercado que generan inventarios o activos improductivos que ocasionan importantes pérdidas para las empresas. Pueden ser desde un cambio de oficinas; renovación de equipos, líneas de producción o flotillas de vehículos; exceso de producción o lento desplazamiento por cambios en el entorno económico entre otras.

"Ante esta realidad la Dirección General y áreas financieras de las empresas se encuentran ante el dilema de qué hacer para minimizar las pérdidas ya que los activos en cuestión generalmente se rematan a un valor inferior a su justo valor de mercado", afirmó Mergenthaler.

¿Cuál es el modelo de negocio de Active?

El modelo que ofrece Active International evita a las empresas reflejar un pérdida en libros a la hora de vender sus activos improductivos, y simultáneamente les permite generar ahorros en flujo de efectivo.

La propuesta consiste en adquirir los activos improductivos del cliente al justo valor de mercado mediante Abonos de Intercambio mismos que se registran

como un activo diferido para la futura compra de medios, bienes o servicios.

Cuando el cliente compra medios, bienes o servicios a través de Active, los paga parcialmente con abonos de intercambio y parcialmente con efectivo. Active garantiza las condiciones, precios y tarifas previamente negociadas por el cliente. Finalmente, Active vende los activos improductivos adquiridos en canales autorizados con antelación por el cliente.

Presencia de Active en el mundo.



S&P advierte que fijar sus operaciones sólo en Monterrey es un factor de riesgo

Edgar Huérfano
EL ECONOMISTA

LA AGENCIA calificadora Standard and Poor's (S&P) advirtió que Banco Ahorro Famsa (BAF) tiene una alta concentración de ingresos en el segmento de tarjetas de crédito para los clientes de la tienda Famsa, controladora del banco, así como una concentración geográfica principalmente en Monterrey, lo que limita su crecimiento.

El banco está orientado a los créditos de consumo, que representan aproximadamente 78% del total de su cartera y 22% está dedicado a actividades comerciales,

"Aunque esperamos que la cartera de BAF crezca a una tasa más alta que la del promedio del sistema bancario en el 2014 por medio de la promoción de productos nuevos, no prevemos cambios significativos en su posición de mercado y esperamos que el banco continúe concentrado en el segmento de consumo en el mediano plazo", estableció Ricardo Grisi, analista de la calificadora.

Si bien el banco ha registrado crecimientos significativos en años recientes, al 30 de junio del 2013 la participación de mercado de BAF se mantenía en sólo 0.3%, en términos de total de activos, y 0.4% en términos de total de depósitos.

La inyección de capital por 200 millones de pesos el año pasado por parte de Grupo Famsa respaldó el crecimiento de la cartera de crédito en los meses anteriores, lo que mantuvo el índice de capital en niveles adecuados.

Al 30 de septiembre del 2013, el índice de capital regulatorio del banco fue de 14.1 por ciento. Esto es por arriba del mínimo requerido por las autoridades de 10.5 por ciento.

"Durante el 2012, los niveles de rentabilidad de BAF cayeron debido a un incremento en las provisiones para pérdidas crediticias, lo que debilitó su ingreso neto. Por lo tanto, al 30 de septiembre del 2013, el índice de utilidades fundamentales a activos ajustados cayó a 0.4 por ciento. Esperamos que la rentabilidad se mantengan en niveles similares para el próximo año", estimó S&P.

ehuerfano@eleconomista.com.mx