

LA RENTABILIDAD AUMENTÓ Y SU MOROSIDAD Y NIVEL DE CAPITAL SON ADECUADOS

Fitch destaca avances en el desempeño de HSBC México

El banco podría enfrentar desafíos para mantener o aumentar su participación de mercado, pues no tiene una ventaja competitiva clara en comparación con sus pares más cercanos

Edgar Juárez
EL ECONOMISTA

HSBC MÉXICO ha mejorado el desempeño en sus diferentes líneas de negocio y su perfil financiero, acorde con lo establecido por su casa matriz, y ha expandido productos específicos y reconstruido lentamente su rentabilidad, refiere Fitch Ratings.

En un reporte, la agencia destaca, no obstante, que todavía falta un largo camino por recorrer y algunos desafíos que enfrentar, para lograr completamente los objetivos establecidos por el grupo británico HSBC.

En el 2015, cuando la casa matriz optó por salir de otros mercados emergentes, decidió mantener su operación en México por considerarlo una plaza estratégica, aun-



El banco contempla seguir con la implementación del Plan de Administración de Riesgos para Crímenes Financieros. FOTO ARCHIVO EE

que impuso una meta de lograr 600 millones de dólares de utilidad hacia el 2017, algo que, de acuerdo con el actual director general de la franquicia, Nuno Matos, se está cumpliendo y no sólo eso, sino que el objetivo al 2020 es lograr 1,000 millones de pesos de utilidad.

En su informe, Fitch destaca que los objetivos estratégicos de HSBC

México están claramente indicados y alineados con las estrategias a nivel global de la casa matriz.

“El banco ha establecido objetivos con el fin de cumplir con las metas de la matriz, que incluyen mantener las mejoras en su desempeño financiero, aumentar su participación de mercado en todos los negocios, y ser un actor acorde con

su red de sucursales e infraestructura. También contempla continuar con la implementación del Plan de Administración de Riesgo para Crímenes Financieros”, menciona.

Refiere que en el pasado la originación de préstamos de HSBC México se enfocó de manera predominante en los préstamos comerciales, pero la entidad ha ganado participación de mercado en el segmento minorista, acorde con los objetivos fijados por la casa matriz de aumentar los préstamos no garantizados, un segmento rentable que podría mejorar el margen del banco.

“Las hipotecas y los préstamos de consumo han ido aumentando gradualmente, de acuerdo con el objetivo, principalmente mediante su propia base de clientes o con aquellos que hayan tenido una relación previa con el banco.”, señala.

Añade: “en el caso de los créditos minoristas, el enfoque en el 2017 consiste en aumentar las hipotecas y los préstamos automotrices.

El banco espera que la participación de mercado de los créditos con descuento sobre nómina y los préstamos personales se mantenga estable; las tarjetas de crédito siguen orientadas principalmente hacia los clientes, no al mercado abierto. Los préstamos a pequeñas y medianas empresas también se consideran dentro de la estrategia. En el segmento corporativo buscan aumentar la cantidad de clientes y mejorar la rentabilidad mediante la venta cruzada”.

DESAFÍOS

Sin embargo, la agencia afirma que el banco podría enfrentar algunos desafíos para mantener o aumentar su participación de mercado, debido a que no tiene una ventaja competitiva clara en comparación con sus pares más cercanos.

“El apetito de crecimiento de HSBC México es relativamente más alto que el de sus pares locales más cercanos, debido a la presión de la entidad por aumentar sus ingresos y su estrategia de crecimiento, la cual se enfoca en los préstamos minoristas.