

EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE:

A US\$49,000 millones asciende la facturación de Mastercard

Para el primer trimestre del 2010, un crecimiento de doble-dígitos en volumen bruto de facturación en dólares (GDV por sus siglas en inglés)¹ y en volumen de compras para los programas de marca MasterCard®, son los resultados de las operaciones que refleja MasterCard Latinoamérica y el Caribe.

Lo anterior lo corrobora un informe de Mastercard Worldwide, que resalta que durante el primer trimestre que finalizó el 31 de marzo del 2010, los tarjetahabientes de MasterCard en la región de Latinoamérica y el Caribe, usaron sus tarjetas MasterCard® (excluyendo a Cirrus® y Maestro®) para realizar 641 millones de transacciones de compras y sacar dinero en efectivo, lo cual representa un aumento del 8.5%, en comparación con los resultados del primer trimestre del 2009.

Millones de transacciones (641) que generaron un GDV de US\$49,000 millones, que significan un aumento del 16.2% en moneda local en comparación con el mismo período del 2009; sin descontar, que el volumen de compras ascendió a US\$27,000 millones en el primer trimestre del 2010, es decir, tuvo un aumento del 20.7% en moneda local en comparación con el mismo período del 2009.

Dicho de otra manera, MasterCard continuó reportando crecimiento de doble-dígitos en el número de transacciones procesadas en la Región durante el primer trimestre del 2010.



Richard Hartzell
Presidente de MasterCard para la
región de Latinoamérica y el Caribe



En cuanto al número de tarjetas de la marca MasterCard, éste aumentó en un 5.1% para el final del primer trimestre del 2010, alcanzando un total de más de 122 millones de tarjetas; sumado a que los tarjetahabientes

1.- El GDV representa el volumen de compras además del volumen de dinero en efectivo e incluye el impacto de las transferencias de saldos y los cheques de conveniencia.



de MasterCard pudieron usar sus tarjetas en 30.2 millones de lugares de aceptación en todo el mundo, lo cual incluye 3.3 millones de lugares de aceptación en Latinoamérica y el Caribe.

El programa de débito global de MasterCard conocido como Maestro, el cual está basado en Número de Identificación Personal (PIN), también reflejó resultados positivos; de ahí que en la región de Latinoamérica y el Caribe la marca Maestro apareció en 130 millones de tarjetas, lo cual representa un aumento del 2,0% en comparación con el primer trimestre del 2009. La cantidad total de tarjetas de las marcas MasterCard y Maestro totalizan 252 millones hasta el 31 de marzo del 2010.

Sobre el tema, el presidente de MasterCard para la región de Latinoamérica y el Caribe, Richard Hartzell, destacó que están muy complacidos de comenzar el año reportando crecimiento sólidos de doble-dígitos en la región Latinoamérica y el Caribe y de ser la región de MasterCard con el más alto crecimiento en volumen de compras.

Agregó que sus fuertes resultados se deben principalmente a su capacidad de ofrecer soluciones de pago innovadoras que les agregan valor a sus clientes, y flexibilidad y conveniencia a los consumidores.

Finalmente, durante el primer trimestre, MasterCard anunció varios lanzamientos globales y regionales que posicionan a la compañía, entre ellos la firma de un acuerdo con HSBC que renueva su asociación global de largo plazo, con el fin de continuar ofreciéndoles a los clientes de HSBC Premier, la tarjeta de crédito MasterCard® hasta el 2015. En México, los clientes HSBC Premier ya cuentan con una tarjeta Premium de crédito MasterCard World Elite.

