

Santander pelea en hipotecas para sacar partido a la crisis

Lanza el producto más barato del mercado para uitar clientes a la competencia

Santander ha decidido nadar de nuevo a contracorriente. Mientras todas las entidades están subiendo los precios de sus hipotecas porque la crisis de liquidez no les permite seguir pujando en este terreno, el banco presidido por Emilio Botín quiso dejar claro que no tiene este tipo de dificultades y lanzó ayer el préstamo más barato del mercado: al euribor más 0,25 puntos.

Su intención con esta apuesta es captar a los clientes de otras entidades que tengan una hipoteca de más de seis años de antigüedad, es decir, los buenos, los de calidad, los que ya no están ahogados por los pagos iniciales de su préstamo y tienen una vivienda que vale el doble o triple de lo que pagaron por ella. Y, de paso, se trae su nómina y su plan de pensiones, lo que le asegura un rendimiento anual por cliente de unos 1.000 euros.

Con esta fórmula, su previsión es conceder 50.000 hipotecas hasta junio —unos 5.000 millones de euros—, que se unirán a las más de 65.000 que firmará de otras modalidades.

El director general de Banca Comercial en España, Enrique García Candelas, admitió ayer que durante 2008 el negocio hipotecario sufrirá una importante desaceleración, que hará que el saldo hipotecario sólo crezca entre el 3,5 y el 5% en el año, debido al enfriamiento económico y a la subida de tipos.

Y no sólo eso, sino que, según la Asociación de Intermediarios de Financiación (ASIFIN), más de la mitad de los hogares que constituyeron su hipoteca en los dos últimos años pueden tener dificultades de pago en 2008 y muchos de ellos verse abocados a vender la casa.

Con esta nueva batalla en el negocio hipotecario, Santander ahonda en su plan “Queremos ser tu banco” y mantiene la tradición de revolucionar el mercado a principios de año.

En 2006 anunció la eliminación de comisiones para 2,4 millones de clientes particulares y en 2007, extendió esos beneficios a otros 1,4 millones de inmigrantes y autónomos. Ese plan le ha costado ya 117 millones de euros, pero prevé tenerlos totalmente amortizados a principios de 2009.

Y es que gracias a este programa, ha captado 958.000 nuevos clientes y ha vinculado a 765.000 de los que ya tenía.

No a la guerra de pasivo

Donde no está dispuesto a plantar batalla Santander es en los depósitos, un terreno en el que el resto de entidades está haciendo grandes esfuerzos para superar sus carencias de liquidez. García Candelas aseguró ayer que el banco está excepcionalmente en este aspecto y no prevé que las turbulencias afecten a su negocio, con lo que no necesita recurrir a esas ofertas.