

Visítalo en:

<http://www.labolsa.com/noticias/20020515180640001/bbva-y-terra-acuerdan-integrar-uno-e-y-la-division-de-consumo-de-bbva-finanzia-en-un-nuevo-banco-online>

BBVA y Terra acuerdan integrar Uno-e y la división de consumo de BBVA Finanzia en un nuevo banco online.

15 de Mayo de 2002, 18:06|

BBVA y Terra Lycos anunciaron hoy la formalización del acuerdo para la integración de su banco online Uno-e Bank y la División de financiación al Consumo de BBVA Finanzia, propiedad al 100 por cien de BBVA, en un nuevo banco online que contará con 2,2 millones de clientes y gestionará más de 1.400 millones de euros.

El nuevo Uno-e bank pondrá en marcha, según el director general de Banca al por menor de España y Portugal de BBVA, Julio López, un "nuevo modelo de banca, con una importante masa de clientes, mediante la integración de las actividades complementarias de Uno-e y Finanzia".

En ese sentido, señaló que con este nuevo banco online "se podrá pagar desde una lavadora a plazos hasta formalizar la adquisición de una tarjeta de crédito", siempre, para López, "contando con el 'expertise' de BBVA en el negocio de financiación de ventas". La entidad bancaria, a través de BBVA Finanzia, controlará el 67 por ciento de Uno-e y Terra Lycos el 33 por ciento restante y la operación se estructurará mediante la aportación de la actividad de crédito al consumo de BBVA Finanzia al balance de Uno-e.

El nuevo modelo pretende definir una propuesta de valor "innovadora" de servicios financieros personales en España basada en la capacidad de captación de clientes que aporta Finanzia, el catálogo de productos y servicios on-line de Uno-e, un modelo de vinculación inédito en España, con los mejores desarrollos de marketing y gestión de desarrollo de clientes y "una mejor combinación de 'clicks and bricks' en cuanto a atención al cliente, tanto en internet como en puntos de venta tradicionales".

Para los ejecutores del proyecto, tanto BBVA como Terra, el modelo se basa en la complementariedad entre Finanzia y Uno-e y aprovecha tanto la experiencia de la sección de la entidad bancaria en manejo de productos complejos, tales como consumo y tarjetas, así como la capacidad de vinculación de Uno-e y su gestión de desarrollo de clientes, "desarrollando una oferta basada en el concepto de supermercado financiero".