

¡Felicidades OBAMA!!!

'Ha ganado nuestro candidato'

Felicidades. Porque como acaba de declarar desde Singapur nuestro Ministro de Asuntos Exteriores, José Manuel García-Margallo: "Ha ganado nuestro candidato"; es decir, el candidato más europeo en su mentalidad social, medioambiental, asistencial, racial y de minorías. Pero además, el candidato que mejor entiende la crisis y al Gobierno español. Hillary Clinton es 'amiga' e interlocutora ya validada por nuestra diplomacia. Los Estados Unidos están de enhorabuena... ¡y España, también!



ÚLTIMA HORA

FORO ECOFIN DE FINANZAS, CRÉDITO Y RIESGOS



Martes, 07 de Noviembre de 2012

ENTREVISTAS ECOFIN: Pablo Ruiz, director Comercial y de Mkt de Experian

Pablo Ruiz: "En España no existe todavía la cultura del riesgo"

Experian inició su actividad en España en 1992 y actualmente proporciona, a través de sus diferentes áreas de negocio, soluciones de valor añadido a multitud de compañías líderes en sectores como banca, telecomunicaciones, *retail* y seguros. Pablo Ruiz, director Comercial y de Marketing de Experian desvela a ECOFIN las principales claves en el mundo del Riesgo y el Recobro.



Pablo Ruiz,
Director Comercial y de Marketing
de Experian

- Entrevista por María José Benavente y Patricia García -

RESERVA EN TU AGENDA EL 5 y 6 DE JUNIO DE 2013 – ecofin@ecofin.es

¿Cuál es la visión actual del sector y cómo le ha afectado la crisis?

A nadie se le escapa que la recesión que estamos viviendo está afectando prácticamente de una forma absoluta a todo lo que supone gestión del riesgo y del cobro. Los impagos que sufren tanto el sector financiero, como el sector de las telecomunicaciones o cualquier empresa suponen una tendencia creciente. En este sentido, a corto plazo, vemos que dicha predisposición va a seguir en esa escalada. Por ello, desde Experian tratamos de ayudar a nuestros clientes a gestionar su riesgo de una forma más eficaz, a través de nuestra información y de nuestras herramientas; es decir, en este escenario es más importante que nunca el tener unos *partners* adecuados que te ayuden a gestionar tus políticas de riesgo, tanto en la parte de concesión, de admisión del riesgo, como en el seguimiento y monitorización de riesgos vigentes como en la fase final que es el recobro.

¿Cuáles son los servicios más demandados por los clientes? ¿Han variado con la crisis?

Nosotros no vamos a decir que somos una empresa ni procíclica ni anticíclica. Somos una entidad acíclica, porque en períodos expansivos debemos asegurar que la admisión no se descontrola, esto es, que a pesar de la bonanza, se sigan concediendo riesgos a quien de verdad los va a poder pagar. Experian tiene un rol fundamental en esa fase y en épocas depresivas o recesivas, como la actual, debemos tener la certeza de que los clientes actuales de tu empresa están en unos límites de riesgo razonables, que no estén sobre-endeudados y que tus impagados sean recobrados de la forma más eficaz. Lo que nosotros hacemos es adaptar nuestra estrategia, nuestro *portfolio* de servicios. Éste cubre todos los ciclos de la vida del riesgo, desde la admisión hasta el recobro y, según el entorno en el que vivimos, nos adaptamos o nos centramos más en una u otra fase, partiendo de la base de que incluso, en circunstancias tan recesivas como la actual, en la que parece el crédito está completamente cerrado, nunca lo está: a día de hoy se siguen concediendo préstamos, líneas de telefonía, se dan de alta contratos, etc. Es decir, siempre existe admisión.

¿Ha cambiado la crisis al cliente?

Sí, han cambiado. El cliente tradicional de Experian en su buró de crédito ha sido el prestamista clásico del sector financiero. Actualmente este entorno tan duro y recesivo ha traído consigo nuevos clientes de sectores en los que la gestión del riesgo no era una prioridad hasta ahora, como, por ejemplo, el sector de las telecomunicaciones, que desde hace varios años viene poniendo el foco en este tema y que constituye, junto al financiero, el corazón de nuestro buró. Además, otros sectores como el de seguros, el de *utilities* o el mundo de la pequeña y mediana empresa -donde no existía prácticamente ningún tipo de herramienta- también están preocupándose por la gestión del riesgo. De ahí que en Experian estemos viviendo una transformación de nuestro cliente típico. Piensa que en el momento en que das de alta un contrato de luz o vendes a un plazo de pago estás contrayendo automáticamente un riesgo con una empresa o un individuo que te puede dejar de pagar. Además, en empresas con márgenes muy reducidos como *utilities*, una tasa de impagados puede hacer que directamente tengas que cerrar el negocio, tan sólo porque tres o cuatro medianos o grandes clientes no te paguen. De ahí que sea absolutamente esencial contar con información y es donde Experian adquiere un rol fundamental, al contar con herramientas que te ayuden a discriminar ese riesgo de una forma óptima, sin dejar de vender lógicamente, porque el objetivo es seguir vendiendo y seguir creciendo.

¿Cuál es la situación de las empresas españolas a la hora de afrontar la gestión del riesgo? ¿Qué diferencias existen desde que comenzó la recesión?

El sector de telecomunicaciones se ha *bancarizado*, en el sentido en que se ha dotado de una infraestructura, un personal y unas herramientas que, cada vez, se parecen más a las típicas existentes en las entidades financieras. En el resto de sectores todavía vemos un estado de desarrollo bastante inmaduro. Creo que las empresas están afrontando un *tsunami* de impagos y están luchando a contrarreloj, tratando de poner medidas. Todavía en el mundo de pymes existe una gestión muy básica; todavía hay un campo de mejora potencia enorme: se manejan modelos, informaciones de una forma no automatizada y con unas políticas no claramente definidas; es decir, hay mucho proceso manual, poca información y poca protección en general.

Digamos que en la empresa española -no digo los prestamistas habituales-, todavía existe un desconocimiento muy grande, incluso de a qué tipo de información pueden acceder. O sea, nosotros todos los días estamos contando a las empresas que puede acceder a este tipo de información, bajo determinados criterios por supuesto, y es que la gran mayoría desconoce estos datos, por lo cual no están haciendo uso de ellos. Asimismo, la gran mayoría de nuestro tejido empresarial carece de modelos automáticos de decisión, es decir, su proceso de admisión del riesgo se basa en estándares poco profesionales, personales de conocimiento de interlocutores. Realmente no existe en nuestro país un sistema automatizado que garantice la admisión, seguimiento y recobro de una forma eficiente. En mi opinión, el protocolo de actuación en estos casos sigue construyéndose sobre la marcha.

¿Qué diferencias existen con respecto a otros países?

Pienso que fuera de España, en referencia al mundo de pymes y de empresa mediana, la situación no está mucho más evolucionada. Si bien es cierto que existe una conciencia más extendida, especialmente en el mundo anglosajón, de la importancia de conocer tu perfil de riesgo. En este sentido, no sólo hablo de empresas, hablo de individuos. Es muy típico que en los países anglosajones se autoevalúe y se saque el perfil de riesgo propio, una información que le sirve a una empresa como carta de presentación a la hora de pedir un crédito. Es una herramienta de negociación más, sobre todo, cuando tu perfil de riesgo es bueno. En cambio, cuando éste es mejorable, la empresa es consciente de esta situación e intenta remediarlo. En España todavía no existe esta cultura del riesgo, está todavía demasiado centrada en los prestamistas y en sectores clásicos, como son el sector financiero y el sector de las telecomunicaciones.

¿Cambiará la crisis la visión española de lo que ha denominado la 'cultura del riesgo'?

Creo que la crisis está suponiendo una oportunidad excelente para replantearse desde la misma base, políticas de riesgo en todas sus vertientes; es decir ahora mismo ya no sólo el mundo de la pyme y la mediana empresa, sino que la gran banca y el sector de la telefonía está realmente haciendo unas revisiones a fondo de todas sus políticas de riesgo y están revisando -y en eso les estamos acompañando- qué información están utilizando, cómo la están explotando, qué herramientas o qué modelos están usando. Sin duda ya está habiendo una transformación completa y eso lo estamos viviendo desde Experian, ya que nos están pidiendo una orientación en los modelos que antes no nos pedían. No obstante, todavía nos encontramos inmersos dentro de ese proceso de transformación, hasta el punto de que cuando acabe esta crisis, el mundo de la gestión del riesgo anterior a ésta va a tener poco que ver con esa gestión del riesgo a futuro. Va a ser totalmente distinta.

¿Qué relación existe entre el marketing y el riesgo?

Cada vez se tiende más a la visión integral del cliente, tanto en la empresa como en el individuo, y es esta visión integral donde se fusionan el marketing y el riesgo. Desde el momento en que tienes esta forma de ver al cliente, no sólo vas a tener capacidad de saber su capacidad de pago, sino también su potencial en cuanto a la compra de productos, al negocio potencial que puede adquirir. Esta percepción es nueva. En el pasado, el perfil del marketing y el perfil de riesgos eran compartimentos estancos. En cambio, ahora cada vez más en esta visión integral del cliente o del *prospect*, marketing y riesgo se están uniendo no sólo para ofrecer un perfil de riesgos en el sentido malo, sino para ofrecerlo como negocio potencial.

¿Qué diferencias se observan entre el sistema de información crediticia y la contratación puntual de informes comerciales?

Muchas. Para empezar, el marco regulatorio. Los informes comerciales son información pública, por lo tanto, están regulados de una forma totalmente distinta a la información que podemos manejar en un buró de crédito, que es información privada y confidencial, sometida a una regulación legal y a un marco más estricto que el de la información comercial. Por otro lado, la información comercial es la herramienta clásica de una gestión masiva y básica del riesgo, los datos que usan una gran mayoría de las empresas. Por tanto, si quieres profundizar más, sin dejar de consumir esa información esencial, necesitas los servicios de un buro de crédito, unas herramientas de análisis que van más allá del puro dato.

La información comercial es complementaria a otro tipo de informaciones que no son públicas, pero que son relevantes a efectos de gestión de riesgo. Pero, además, es necesario analizar y combinar los datos y extraer conclusiones, además de contar con herramientas que soporten la gestión de esa información y la aplicación de esos modelos. Por sí misma, la información comercial puede cubrir necesidades básicas de gestión de riesgos; pero si quieres ir más allá, necesitas añadir más capas en información en inteligencia y en herramientas.

¿Qué servicios ofrece Experian?

Somos una compañía global, líder en servicios de información análisis y herramientas que lo implementan. Es decir, por un lado, somos proveedores de datos de información. Por otro lado, ayudamos a las empresas a interpretar esos datos y analizarlos a través de modelos de decisión y, por último, tenemos herramientas y aplicaciones que soportan esa gestión de información y esos modelos. Adentrándonos un poquito más en lo que hace Experian, debo contar que estamos organizados en líneas de negocio que cubren el mundo del riesgo y el del marketing. El objetivo: ayudar a nuestros clientes a que tomen las mejores decisiones, tanto en el ámbito del riesgo como en el ámbito del marketing, para controlar sus impagados, crecer en su negocio o asegurar que su tasa de recobro es la más adecuada, entre otras muchas cosas. A pesar de que el mundo del marketing y el del riesgo son realidades separadas, cada vez vemos más sinergias y más herramientas de información que lo que hacen es gestionar de una forma única marketing y riesgo.

¿Cuántos tipos de morosos existen?

Infinitos. Es interesante la pregunta porque estamos trabajando y, de hecho muy pronto lo presentaremos, un informe en el que vamos a dibujar el mapa y el perfil de la morosidad en España. Es decir, qué caras y ojos tiene, qué grupos hay para que la gente realmente identifique y se dé cuenta de que el moroso es alguien que incumple una obligación pecuniaria, cierta y exigible. No obstante, esta categoría es muy basta y agrupa a muchos tipos de situaciones y, por tanto, de morosos. Por tanto, los matices son importantes. Existe gente que no puede pagar, está desempleada y lo único que hace es sobrevivir a fin de mes para comprar el pan y la leche. En el otro extremo, ya está el caradura, la persona que usurpa tu identidad para pedir un crédito que impaga automáticamente. Entre esos dos extremos hay muchas situaciones

Hay una correlación muy fuerte entre desempleo e impagados, supongo.

Digamos que efectivamente hay personas con un gran número de impagados de pequeño importe y otras que tienen una o dos operaciones pero de un importe muy elevado. Desde el punto de vista del riesgo, hay que hilar muy fino para valorar realmente quién es más moroso. En este sentido, nuestro fichero de impagados es una herramienta que no sólo ayuda a proteger a los prestamistas en su concesión de crédito y su seguimiento, sino que es absolutamente indispensable. Hoy en día, sería inconcebible no sólo en España, sino en cualquier economía desarrollada, no contar con ésta. Es una herramienta buena para toda la población, hasta para los que en teoría son potencialmente 'morosos' y pueden aparecer en ese fichero. Evita el sobreendeudamiento, detecta casos de fraude en usurpación de identidad y/o ayuda a que la gente haga un consumo responsable del riesgo financiero.

¿Qué es el 'buró positivo' o 'archivo de información positiva'?

Es información sobre tus pagos como cliente, es decir, los riesgos que tienes vigentes y que, en mi opinión, ayudaría de una forma sustancial a aumentar el flujo de crédito, actualmente parado, así como la confianza. Además, este 'buró positivo' demostraría que muchas personas son -hoy por hoy- capaces de asumir riesgos y les daría una carta de presentación que no estaría limitada únicamente a su historial de impagos sino al de pagos. No obstante, esta estrategia implica un cambio legal, aunque pienso que actualmente caminamos en esta senda, pero necesitamos la colaboración de todos, esto es: administración, poder legislativo, gran banca. Debemos y podemos ampliar los datos relacionados con el riesgo y los impagos garantizando confidencialidad y privacidad, en lugar de proteger de forma tan hermética esta información, por el bien del sistema, de todos los ciudadanos.