



Conocida por sus préstamos rápidos, Cofidis quiere potenciar otros productos para competir con la banca tradicional. / SAMUEL SÁNCHEZ

Cofidis sí quiere prestar dinero

La compañía responde a la crisis del consumo con sus créditos a proyectos

LUÍS PELLICER

En pleno proceso de desendeudamiento de empresas y familias españolas, el crédito al consumo sigue despeñándose. Y en un mercado en el que han desaparecido multitud de empresas que antes de la recesión daban créditos personales a mansalva, Cofidis, hoy en manos de Crédit Mutuel, planea seguir creciendo en España con nuevos productos y canales. Superado el bache de 2009, cuando registró pérdidas al tener que realizar fuertes dotaciones, Cofidis rompió el año pasado la tónica de su sector y concedió préstamos por un importe de 368,5 millones de euros, lo cual supuso aumentar el monto en un 4,7% respecto al año anterior.

Además de presumir de ser una de las entidades que han sobrevivido a la crisis de consumo, Cofidis puede sacar pecho respecto a su competencia, al haber aumentado su concesión de préstamos. Y no solo eso. En plena crisis, se propone crecer y competir con la banca tradicional. "Nuestra vocación es estar en todo el mercado financiero, no solo en el del crédito rápido", afirma el director general de Cofidis, Juan Sitges.

Ese aumento del crédito tiene que ver, pues, con la estrategia que ha adoptado la financiera y que pasa por diversificar su cartera de productos y, por tanto, también de clientes. Esta última se incrementó el año pasado prácticamente el 3%, hasta los 796.831 usuarios activos. La telefonista del anuncio de Cofidis antes ofrecía *Tu dinero directo*. Ahora ha pasado a contar al telespectador: *Tus proyectos tienen crédito*. "Seguimos con nuestros pequeños proyectos de tesorería de entre

1.000 y 3.000 euros para necesidades no específicas, desde el televisor que debe ser reparado hasta la financiación de un capricho como un viaje", asegura Sitges.

Sin embargo, ese mercado "es limitado", admite Sitges. El año 2013, en opinión de la patronal del sector, no será bueno para el crédito. Según la Asociación Nacional de Establecimientos Financieros de Crédito, durante el ejercicio pasado se concedieron 20.160 millones de euros en créditos al consumo. En ese resultado tiene mucho que ver la caída en las ventas de turismos, que retrocedieron hasta niveles de 1986, se-

gún la patronal de los fabricantes Anfac. Las entidades de crédito el año pasado destinaron 5.872,5 millones de euros a financiar la compra de vehículos nuevos, el 7,86% menos que el año anterior, mientras que se dieron otros 14.287,5 millones para consumo, el 4,44% menos.

A la par, la morosidad del sector se resiste a ceder, y según la misma patronal, el año pasado, la tasa en el sector del crédito a la automoción era del 11,7%, mientras que la de los préstamos para consumo se situaba en el 14,38%. Todo ese contexto ha llevado a Cofidis al segmento del préstamo

proyecto. "Lo hemos analizado y tiene un nivel de morosidad mucho más bajo que un crédito personal", explica Sitges. Para competir con el resto de entidades financieras, también la banca tradicional, el punto de partida será un interés del 4,95%.

"Es la cabeza de góndola", advierte gráficamente Sitges. Ese precio es el que llevarán los créditos para financiar los estudios. "Cofidis tiene imagen de caro, porque el producto que más se conoce de la firma es el del crédito rápido, que equivale a las tarjetas. En el crédito proyecto estaremos dentro de los mismos precios que el resto de instituciones; en el de estudios, incluso mejores, y en los demás nos hallaremos en una situación competitiva", asegura.

El otro producto que Cofidis ha lanzado al mercado es la tarjeta de crédito. "Era una petición de nuestros clientes. Siempre hemos dicho que Cofidis es la tarjeta sin tarjeta", afirma Sitges. Los consumidores que tengan un crédito revolving —que permite volver a utilizar el importe concedido a medida que se va amortizando—, con la firma podrán disponer de más financiación sin tener que solicitarlo a la entidad. En caso de usar la tarjeta para retirar efectivo de un cajero, la comisión será del 2% de la cantidad, con un mínimo de dos euros por transacción.

La segunda vía para captar clientes es la de llegar a los puntos de venta. Hasta ahora, Cofidis había trabajado con otras empresas en la venta a domicilio. "Nos estamos abriendo al punto de venta de la mano de comerciantes para financiar sus productos, desde electrodomésticos hasta mue-

bles. E, incluso, bicicletas, por nuestra relación con el ciclismo. ¡Se sorprenderían de las bicicletas de más de mil euros que se venden en España!", afirma Sitges. Paralelamente, la empresa se valdrá también de las participadas de su accionista de referencia y de su alianza con el Banco Popular. Por ejemplo, en el terreno de los seguros, Sitges afirma que Cofidis realizará actuaciones junto a la antigua Agrupació Mútua, la aseguradora catalana hoy en manos de la *joint venture* formada por Crédit Mutuel y el RACC.

Todos esos nuevos pasos, y los que Sitges anuncia que llegarán este año, deben servir para dar guerra a la banca. "Teníamos un problema de imagen y de que debíamos consolidarnos como empresa", afirma el director general de la empresa. De momento, la empresa se siente reforzada dentro de un sector donde han desaparecido multitud de compañías. Tras el bache de 2009, cuando entró en pérdidas por unas "provisiones muy agresivas" para sanear el balance, la empresa vuelve a estar en unos números verdes de en torno a 40 millones de euros, según Sitges. "Teníamos generaciones de crédito muy antiguas que han ido relativamente bien", sostiene Sitges, quien explica que cuando comenzó la crisis se decidió pasar personal del área comercial a la de riesgos.

Cofidis tiene, no obstante, una segunda palanca con la que trabajar en plena crisis. Se trata de la gestión del riesgo y de la cartera de morosidad. "En el momento más alto llegamos al 30%. Hoy estamos en el 19% sobre balance y un 3% sobre la cuenta de resulta-

El año pasado, la firma dio créditos por 368,5 millones, un 4,7% más

La empresa rechaza hasta el 85% de las peticiones que recibe

dos, lo cual es una cifra magnífica", sostiene Sitges. Las condiciones del mercado hacen que no todo el mundo pueda recibir un préstamo y, de hecho, la firma rechaza el 85% de las solicitudes. La empresa trata de evitar, además, la vía judicial para recuperaciones de créditos pequeños. Y por ello, en ocasiones ha llegado a situaciones como la de buscar a un deudor en su puesto de trabajo. La Audiencia Nacional dio la razón a Cofidis, pero, ¿dónde queda la confidencialidad? "En esa sentencia queda claro que Cofidis nunca vulneró la privacidad. Otra cosa es que intentara localizar a un cliente para no ir al juez y que, con ese deseo, hiciera cosas que no debería haber hecho. La sentencia dice que todos los libros de formación, todos los cursos y todos los libros dejan clara la confidencialidad de los datos", dice Sitges. Los costes judiciales, afirma, no compensan en estos casos. "Hacemos quitas y esperas. Nuestro interés es que estas cuestiones se resuelvan bien", agrega. ■

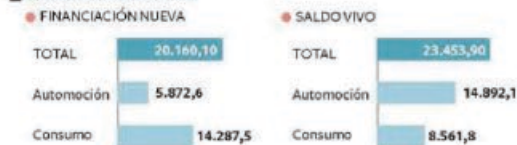
El crédito al consumo en 2012

EVOLUCIÓN DEL NEGOCIO DE COFIDIS

* En millones de euros

	2012	2011	2010	2009
Nº de clientes activos	796.831	774.061	737.610	699.725
Riesgo vivo*	951,5	974,3	952	942,56
Volumen de financiación*	369,5	351,24	324,33	281,99

EVOLUCIÓN DEL SECTOR



EVOLUCIÓN DE LA MOROSIDAD EN 2012



Fuente: Cofidis y Anfac

EL PAÍS