

Índice

ESTUDIO INTRODUCTORIO (p. XIII)

- I. Introducción (p. XV)
- II. La evolución de la crisis en la post-recesión (p. XVIII)
- III. Las nuevas estrategias del sector (p. XXIX)
- IV. Conclusión (p. XXXV)

1. EL FUTURO DEL NEGOCIO DE LA FINANCIACIÓN AL CONSUMO (p. 1)

Los cambios en el negocio del crédito al consumo.

Síntesis de sus factores relevantes (Antonio Giraldo Burgos) (p. 3)

- I. Situación del mercado del crédito al consumo (p. 5)
- II. Canales/productos (p. 12)
- III. Comercio electrónico (p. 18)
- IV. Contexto normativo e impacto en oferta, procesos y productos (p. 21)

El negocio del crédito al consumo: estructuras de balance y de cuenta de resultados y sus expectativas de futuro

(Fernando J. Casero Alonso y Francisco Almuzara Guzmán) (p. 25)

- I. Antecedentes (p. 26)
- II. Entorno macroeconómico (p. 27)
- III. Estructura del balance y de la cuenta de pérdidas y ganancias
(p. 28)
- IV. Conclusiones (p. 40)

Los cambios en el negocio de la financiación al consumo: estructuras de balance, de cuenta de resultados, los nuevos ingresos, las recuperaciones y la búsqueda de la eficiencia

(Joaquín López Pascual) (p. 41)

- I. Introducción (p. 42)
- II. Los cambios en el negocio de la financiación al consumo (p. 43)
- III. Nuevas posibilidades (p. 49)
- IV. La revisión de los modelos de negocio (p. 51)
- V. El panorama (p. 52)
- Referencias bibliográficas (p. 53)

2. LA NUEVA GESTIÓN DEL RIESGO EN LA FINANCIACIÓN AL CONSUMO (p. 55)

Los cambios en la gestión del riesgo de la financiación al consumo. Nuevas políticas de riesgo, nuevas tecnologías de gestión del riesgo y *scoring*, incidencias de Basilea y efectos de la nueva ley de crédito al consumo (Antonio Ríos) (p. 57)

- I. Introducción (p. 58)
- II. La gestión del riesgo en la financiación al consumo (p. 58)

Los cambios en la gestión del riesgo de la financiación al consumo: retos ante un nuevo escenario

(Juan Sebastián Jiménez Navas) (p. 79)

- I. Introducción (p. 80)
- II. Concepto de financiación al consumo (p. 80)
- III. Situación actual de la financiación al consumo (p. 82)
- IV. Análisis del riesgo (p. 83)
- V. Fundamento metodológico (p. 86)
- VI. Impacto de la nueva regulación (p. 94)
- VII. Conclusiones (p. 98)
- Referencias bibliográficas (p. 99)

3. NUEVAS ESTRATEGIAS COMERCIALES Y DE *MARKETING* EN LA FINANCIACIÓN AL CONSUMO (p. 101)

El conocimiento del cliente como base de las estrategias de crecimiento. *Marketing* dinámico y fidelización

(Manuel Herrero Gómez) (p. 103)

- I. Contexto actual (p. 104)
- II. Cómo se han comportado las entidades ante esta situación (p. 109)
- III. El presente y el futuro del crédito al consumo (p. 112)
- IV. La fidelización como herramienta de venta (p. 124)
- V. El nuevo *marketing* de las entidades de crédito (p. 128)
- VI. Conclusiones (p. 132)

Los cambios comerciales y de *marketing* en la financiación al consumo: nuevos productos, canales y clientes.

Las posibilidades de la venta cruzada y de la fidelización de los clientes (Rodrigo Cury García) (p. 133)

- I. Introducción (p. 134)
- II. Base y principios de los créditos al consumo: factores que influyeron en la composición del sector (p. 134)
- III. Crisis económica del 2008: el sector se mueve para mitigar pérdidas (p. 136)
- IV. 2011: un nuevo panorama lleno de desafíos y de oportunidades (p. 137)
- V. El presente de la financiación al consumo: crecimiento lento, pero consistente (p. 141)

Situación actual y futuro del crédito al consumo en España

(Raquel Pinto Álvarez) (p. 143)

- I. Introducción (p. 144)
- II. Evolución del crédito al consumo en España (p. 145)
- III. Cómo sobrevivir a la actual coyuntura (p. 148)
- IV. Gestión del riesgo (p. 149)
- V. El proceso de recobro (p. 150)
- VI. Conocimiento del cliente (p. 151)
- VII. Los productos de crédito al consumo que mejor pueden sobrevivir a la crisis del sector (p. 152)
- VIII. Evolución de los canales (p. 154)

- IX. Incremento de la seguridad (p. 157)
- X. Conclusiones (p. 158)
 - Referencias bibliográficas (p. 159)

4. LOS CAMBIOS EN LA AUDITORÍA Y EN LA OPERATIVA DE LA FINANCIACIÓN AL CONSUMO (p. 161)

Los cambios en la auditoría interna: seguimiento, control y procesos de *compliance* (Luis Rodríguez Soler) (p. 163)

- I. Hablamos de prevenir, no de buscar el «fallo» (p. 170)
- II. Algunas reflexiones útiles para configurar estas funciones de forma coherente (p. 172)
- III. Últimas reflexiones (p. 173)

Los cambios en la operativa y en las estructuras de la financiación al consumo: la firma digitalizada, la concentración de las redes comerciales, las recuperaciones, los procesos de externalización y el control de costes

(Francisco Javier Pérez Pacheco) (p. 179)

- I. Situación actual (p. 180)
- II. Implicación de los créditos al consumo en España (p. 181)
- III. Retos (p. 184)
- IV. El futuro del modelo de los créditos al consumo (p. 185)
- V. Control de coste en el crédito al consumo (p. 189)