

Manuel Bellido

Agenda de la Empresa: Desde su privilegiado observatorio, donde es posible tomar el pulso al tejido empresarial andaluz, ¿qué puede decirnos del momento que vive la empresa y la economía andaluza?

Álvaro Portes: Afortunadamente en línea con lo que ocurre con la economía de España en su conjunto; un crecimiento (3,2%) que duplica al de nuestros socios europeos (1,5%) y que, afortunadamente, está soportado en el buen comportamiento de todos los componentes de la demanda agregada. El consumo interno de los hogares está creciendo un 3,1% y la inversión empresarial continúa acelerándose, por lo que las previsiones para el año próximo son optimistas. A ello se une la positiva evolución, mantenida a lo largo de todos estos años desde 2009, de nuestro sector exterior, con un incremento de las exportaciones de un 4,5% en relación con el año 2015. Lo más importante de estos datos es el elemento cualitativo que lo soporta, que no es otro que una mayor confianza de todos los agentes económicos en la positiva evolución de nuestra economía.

A.E.: ¿Siguen los coletazos de la crisis o se nota algo de recuperación?

Á.P.: Son ya más de 12 trimestres consecutivos de crecimiento, lógicamente de diferente intensidad, que han permitido corregir de forma significativa nuestros datos de desempleo, por lo que creo que toca superar la percepción de que la crisis continúa. Ni mucho menos. Esa etapa afortunadamente ha sido superada y, aunque la recuperación en Europa es todavía débil, se han corregido una parte importante de los desequilibrios que provocaron la peor crisis que hemos vivido desde la gran depresión.

A.E.: En vuestra gestión diaria, manejaís los indicadores de ventas presupuestadas



ENTREVISTA A ÁLVARO PORTES, DIRECTOR TERRITORIAL SUR DE CESCE

“Lo que más valoran nuestros clientes es la apuesta permanente de CESCE por la innovación y la diferenciación que nos ha permitido ir más allá de lo que era el seguro de crédito tradicional”

y reales de las empresas. ¿Cómo valoraría en su conjunto la situación actual de esa parte del tejido empresarial andaluz al que ayudáis? ¿Se cumplen las expectativas?

Á.P.: Precisamente estos indicadores, ventas estimadas en nuestros contratos y ventas reales que nuestros asegurados nos declaran mes a mes, son muy fiables de la realidad de la recuperación. A día de hoy (septiembre 2016), lo que nuestros clientes nos dicen es que esperan vender un 4% más durante el año aproximadamente y que, finalmente, terminarán vendiendo un 9,6% de lo esperado. De forma más clara, las empresas aseguradas de CESCE están vendiendo en torno a un 12% más de lo que vendieron el año anterior. Esto es muy buena noticia por lo que supone en términos de catalizador de otras decisiones empresariales como son la contratación de nuevos empleados y la realización de nuevas inversiones. Es importante aclarar que este dato positivo no es sólo de la Zona Sur, sino de empresas de toda España que operan en sectores de actividad muy variados, de diferentes tamaños y una parte importante de ellas con actividad internacional.

A.E.: ¿En qué sentido se están moviendo los indicadores de exportación en Andalucía?

Á.P.: Para dar una idea de la magnitud del esfuerzo hecho por nuestras empresas, habría que comparar las cifras actuales con las de 2009; desde 2009 a 2015, a cierre de diciembre, las exportaciones andaluzas han crecido un 72,4% hasta situarse al cierre de este año en 25.000 millones de euros y una tasa de cobertura del 94,5%. Estos resultados son el reflejo de la mejora de la competitividad de las empresas andaluzas y de que se han incorporado muchas medianas empresas al proceso de internacionalización.



A.E.: Las empresas afrontan a diario riesgos distintos como por ejemplo el riesgo operacional, que incluye también el 'riesgo legal'. ¿Cuáles son los principales factores que constituyen el origen del riesgo operacional? ¿Hay modo de prever estos riesgos?

Á.P.: En nuestro ámbito podemos distinguir dificultades y riesgos aunque ambos tienen una estrecha relación; la primera barrera que encuentran muchas empresas es la identificación y selección de clientes potenciales a los que poder venderle y, por supuesto, que éstos tengan un adecuado perfil de solvencia. Hasta ahora, las aseguradoras se han limitado a analizar el comportamiento de pago de los clientes de sus asegurados pero ninguna les ha ayudado a encontrar e identificar esos prospectos. Desde CESCE, hemos puesto

especial empeño en facilitar herramientas de prospección, que no sólo te ayudan a conocer a esos clientes potenciales, sino que las acompañamos de información sobre el riesgo que se debería asumir y estimamos la probabilidad de que ese cliente cumpla o impague. Lógicamente, el riesgo principal es el riesgo comercial (sufrir impagos) al que hay que enfrentarse con un enfoque preventivo y, por tanto, apoyarse en una sólida información y en unas buenas coberturas y plazos de indemnización en el caso de que ese impago finalmente se produzca. El otro riesgo relevante es abordar un proceso de crecimiento, fruto de un cierto éxito comercial, sin los recursos suficientes, lo que puede llevar a acumular un excesivo endeudamiento y poner en riesgo la supervivencia de la empresa.

A.E.: ¿Qué ofrece CESCE en estos momentos para cuidar la cartera de clientes de las empresas? ¿Existe alguna herramienta específica?

Á.P.: Nuestro modelo de negocio y propuesta de valor ha evolucionado desde el seguro de crédito tradicional (cubrir posibles impagos de las ventas a crédito) a soluciones que buscan ayudar nuestros clientes a optimizar la gestión de su cartera de clientes. Lo hacemos ofreciéndoles diferentes soluciones que garantizan:

1. En primer lugar, protección frente a los posibles impagos de las ventas a crédito con una cobertura del 95% de la factura, indemnización no limitada en función de la prima que paga y un pago muy ágil en un máximo de dos meses.
2. Información sobre su cartera de clientes y sobre el perfil de solvencia y comportamiento de pagos de los mismos, para ayudarles a decidir si finalmente les venden o no, cuánto les venden, y a qué plazo deberían hacer sus operaciones comerciales.



3. Herramientas para la búsqueda e identificación de nuevos clientes tanto a nivel doméstico como en los mercados exteriores. Todos sabemos que ésta es la fase más ingrata de la acción comercial y la que en muchos casos limita mucho el potencial de cualquier organización a la hora de ofertar, de ahí la importancia de este servicio.

4. Acceso a financiación a través de la factorización sin recurso de sus facturas aseguradas, lo que le permite generar recursos financieros adicionales para sostener sus procesos de crecimiento. Y todo ello lo hacemos con dos aproximaciones diferentes: o bien sobre la totalidad de la cartera de clientes de nuestros asegurados (Full Cover) o, de forma muy flexible, sólo sobre aquéllos clientes que nuestro asegurado considere más críticos para su empresa (Pay Per Cover), siendo, en este caso, nuestro cliente el que modula su coste, ya que sólo paga por aquéllos servicios que realmente usa y consume.

A.E.: ¿Podemos hablar de un crecimiento positivo del sector seguro en la actualidad? ¿Cómo valoraría con datos en la mano, es decir, número de clientes y volumen de primas, ese interés y esa demanda del tejido empresarial?

Á.P.: La industria del seguro de crédito ha ido decreciendo de forma progresiva en volumen (número de clientes) y en valor (Ingresos por Primas) desde el año 2010. Afortunadamente, los datos de la patronal indican que en el año 2015 y éste año 2016, el sector empieza a crecer aunque de forma moderada, estimándose el crecimiento de 2016 en torno al 2%. Esto es una buena noticia, ya que es probable que este crecimiento se consolidará, dado el impulso que mantiene la economía española y nuestro sector exterior y el aumento constante de las ventas de nuestros asegurados. Cuando las empresas venden más, abren nuevos mercados y atienden las

necesidades de nuevos segmentos de clientes, empiezan a preocuparse por el buen fin de sus operaciones de venta y demandan herramientas para gestionar eficientemente sus créditos y riesgos comerciales.

A.E.: En estos últimos años, CESCE está ofreciendo a las empresas detallados estudios sectoriales. ¿Qué retorno tenéis de estos estudios? ¿Son percibidos por las empresas como oportunidades de salir a la caza de negocios?

Á.P.: CESCE mantiene una constante vigilancia sobre la evolución de todos los sectores de nuestra economía y sobre el comportamiento de pagos y solvencia de sus principales actores y lo que hacemos con los Informes Sectoriales no es más que poner en valor esa información y ofrecérsela a nuestros clientes para ayudarles en sus procesos de toma de decisiones. La respuesta que estamos teniendo por nuestros asegurados es muy positiva en cuanto al formato y al uso que le están dando a esa información.

A.E.: Cuando se comienzan con los primeros intentos de relaciones comerciales con nuevos clientes, es habitual concebir dudas e inseguridades. ¿Pagaré a tiempo? ¿De dónde proceden sus ingresos? ¿Tendrá continuidad? ¿Mantendrá una buena relación con sus gestores? ¿CESCE en qué puede ayudar a estas empresas? ¿Cómo se articularía este servicio?

Á.P.: Estas inquietudes son relevantes no sólo en operaciones de venta en el mercado nacional, sino, sobre todo, en las exportaciones, fruto de un lado del desconocimiento del mercado y, de otro, del desconocimiento del propio cliente y también de la inseguridad que nos genera la distancia física y cultural en relación con dicho mercado. Ahí es donde CESCE juega un papel esencial, ya que

llevamos 40 años ayudando a todos nuestros exportadores a dinamizar sus ventas exteriores con plena seguridad a partir de un profundo conocimiento de la situación sociopolítica y económica de los países y de la solvencia de su tejido empresarial.

A.E.: Las empresas siguen buscando en su tarea de expansión nuevas vías de financiación no bancaria o financiación alternativa. ¿CESCE ofrece a las empresas algún servicio en este sentido?

Á.P.: Dentro del sector somos la única empresa que ofrece SERVICIOS DE ACCESO A FINANCIACIÓN mediante operaciones de Factoring Sin Recurso, que no consumen CIRBE, y que permiten anticipar el 95% de los importes de las facturas aseguradas. Crecer implica disponer de recursos y con esta herramienta cualquier pyme puede encontrar una palanca para crecer de forma rentable sin necesidad de comprometer su futuro por un endeudamiento excesivo.

A.E.: Prospección de mercados, gestión y transferencia del riesgo y acceso a la financiación, soluciones de caución y garantías que les permitan abordar nuevos proyectos y negocios. ¿Entre estas soluciones que ofrece CESCE a sus clientes, cuales son las más valoradas por las empresas en estos momentos?

Á.P.: Lo que más valoran nuestros clientes es la apuesta permanente de CESCE por la innovación y la diferenciación que nos ha permitido ir más allá de lo que era el seguro de crédito tradicional. Atendemos todas las fases del ciclo de gestión de riesgos y créditos comerciales, desde la búsqueda de nuevos clientes, la prevención y cobertura de impagos de nuestros clientes actuales, la vigilancia permanente de la cartera y la financiación. Y todo ello, con la mayor flexibilidad, para que sean nuestros propios asegurados los que definan el ámbito de nuestros servicios y, por tanto, el coste que quieren asumir en función del uso que le den a estos servicios. Este enfoque hacia la innovación y la orientación al mercado, tratando de entender qué es lo que necesitan y demandan nuestros clientes, nos ha permitido recorrer estos años difíciles con unos ratios de rentabilidad muy positivos y con una valoración muy favorable de nuestros asegurados, por lo que vamos a seguir trabajando en identificar nuevas soluciones que aporten cada vez más valor a nuestros clientes. ●