

El seguro de crédito "sale gratis". Un caso real



CONTRATAR UN SEGURO DE CRÉDITO CONLLEVA UNA SERIE DE VENTAJAS CUALITATIVAS QUE HAY QUE CONSIDERAR. PERO TAMBIÉN SE PUEDE OBTENER UNA SERIE DE MEJORAS CUANTITATIVAS SI CONSIDERAMOS LA CONTRATACIÓN DEL SEGURO COMO UN GASTO DEDUCIBLE O COMO UNA MANERA DE ANTICIAR LOS PAGOS, E INCLUSIVE SI SABEMOS NEGOCiar CON EL BANCO. ES DECIR, ASEGURAR LAS VENTAS ES UN GASTO QUE PUEDE SALIR RENTABLE.

JOSÉ MIGUEL VITALTA
Director Financiero de Envases del Vallés

Envases del Vallés (EDV) es una empresa familiar catalana, lo que se denomina "multinacional de bolsillo", que inició su trayectoria hace 30 años. Su *core business* es la fabricación de envases plásticos rígidos barrera para la industria de la alimentación.

A lo largo de los años su estrategia empresarial ha cambiado sustancialmente. En los años 80 hacían como los japoneses: copiar, seguir al líder, intentar mejorar... Pero a partir de los 90 apostaron por ampliar su red comercial, consolidar la calidad con las normas ISO 9000, implantar el modelo europeo de gestión de calidad total FQM, y centrarse en el I + D (que representa el 4% de su cifra de facturación).

Su visión se traduce en cuatro metas. De cara al cliente su objetivo es darle soluciones; en cuanto a los accionistas, la finalidad es ofrecerles el máximo valor; en el caso de los emplea-

dos, la intención es proporcionarles un clima favorable; y en cuanto a la sociedad, defender y respetar el medio ambiente.

Hoy por hoy, es el primer productor europeo de envases plásticos rígidos que exporta el 80% de su producción. Para Envases del Vallés la globalización en la que estamos inmersos implica no sólo exportar, sino también abrir centros productivos, por ello el año pasado abrió dos fábricas: en Ginas y en Melbourne (Australia).

Por qué el seguro de crédito

Debido a su actividad y a su capacidad exportadora, la compañía se ha visto en la obligación de ser precavida y cubrirse cuando se realice una operación de venta a crédito, ya que hay que considerar a quién se vende, cómo se vende, cómo se va a cobrar, con qué plazo se cuenta y el medio de pago.

En este sentido, contratar un seguro de crédito ha sido una fórmula que no sólo ayuda a prevenir riesgo, sino también a gestionar el propio crédito. Además, estas compañías de seguros facilitan la labor de recobro, ya que realizan un seguimiento de clientes morosos hasta agotar todas las posibilidades de recuperación, tanto en vía amistosa como en vía judicial.

Este aspecto es muy importante porque, por ejemplo, si un día un cliente moroso recibe la carta de un abogado reclamando un pago es probable que se ría y tire la carta a la basura; pero si la carta se la manda una firma como Coface, el tema cambia mucho ya que es muy probable que su historial se va a ver muy afectado.

Tampoco hay que menospreciar la protección, ya que se anticipan e indemnizan las pérdidas como consecuencia de impagos (se anticipan porque al estar asegurado normalmente se indica al pie de la factura). Así, si un día un cliente nuestro que va "justito" y tiene que escoger a quién pagar y a quién no, seguro que empezará por pagar a los que tienen las ventas aseguradas.

Ficha técnica



Autor: Vilalta, José Miguel

Título: El seguro de crédito "sale gratis". Un caso real

Fuente: Estrategia Financiera nº 191. Enero 2003

Localización: 8 / 2003

Resumen: El director financiero de Envases del Vallés relata su experiencia con el seguro de crédito. Una fórmula que utiliza esta empresa para protegerse, principalmente, de sus operaciones de exportación. Además de exponer todas las ventajas cualitativas que representa este seguro, Vilalta explica, con un ejemplo práctico y real, el modo con el que se puede lograr que el importe de un seguro de crédito salga gratis para una empresa. No obstante, esta compañía también utiliza otras fórmulas para proteger sus ventas como son los *Conform Letters* (cartas de compromiso) o el pronto pago.

Descriptores: Tesorería, seguro de crédito, rentabilidad, gestión del riesgo, negociación banca empresa, dirección financiera, gestión de costes, financiación, venta a crédito, fiscalidad, activo circulante.

Pero todavía estos seguros tienen más ventajas. Se trata de un gasto fiscalmente deducible y ofrece mayor capacidad de negociación con la banca, tanto de tipos de interés como de volumen. Además, protege el activo, ya que al igual que protegemos los edificios con seguros de incendio, también hay que proteger otra parte del activo circulante tan importante como son los clientes.

Por otro lado, también evita posibles conflictos entre departamentos ya que elimina discordia sobre las distintas decisiones que se pueden alcanzar sobre un mismo asunto. Y ante todo, lo más recomendable es que aporta estabilidad económica a la empresa, permite crecer evitando el riesgo de impago, y el coste lo puedes compensar con bonificaciones

EJEMPLO PRÁCTICO: Cómo se rentabiliza el seguro de crédito

A continuación se va a exponer un ejemplo práctico que demuestra cómo se le puede sacar partido al seguro de crédito. Exponemos el caso de una empresa que factura, por ejemplo, 18 millones de euros. La tasa que se paga por asegurar este importe es, aproximadamente, de un 0,4%. Lo que representa un coste al año de unos 72.000 euros. A este importe hay que restarle el 35% del impuesto de sociedades, es decir, 25.200 €. De este modo, ahora el precio la póliza será de 46.800 euros.

Ahora, vamos a suponer que los 18 millones los financiamos en el banco. Al tener prima de riesgo, se puede solicitar al banco que cuando financie nuestras operaciones de venta reduzca el tipo de interés, porque ya no tiene riesgo financiar las ventas porque están cubiertas en un porcentaje muy elevado. Imaginemos que nos bajan un 0,25% de interés en los 18 millones de euros, lo que representa 45.000 euros menos de gasto financiero. Así, si antes valía 46.800, y le restamos 45.000, ya sólo nos cuesta 1.800 euros. Pero lo más importante es que se duerme tranquilo y se evita discusiones con el director general y el director comercial.

Pero todo no acaba aquí. Como el pago está cubierto en las facturas, cobraremos un poquito antes. Supongamos que ganamos 5 días de cobro, es decir, que bajamos de 100 a 95, o de 120 a 115. El coste de 5 días de facturación de los 18 millones de euros lo dividimos por 365 y lo multiplicamos por 5. El resultado es el saldo de clientes que te evitas, que son de 246.000 euros menos que, en definitiva, es el importe que hemos reducido del activo de clientes.

Si esta cantidad la ingresamos en el banco, resulta que ahorrarnos de estos 246.000 euros al 5,5% anual, unos 13.530 euros. Con lo cual, si

Un seguro de crédito es una fórmula que ayuda a prevenir riesgos, que indemniza en caso de pérdidas, evita los impagados y es un gasto deducible fiscalmente

hemos dicho que la póliza nos costaba 1.800 euros, y le sumamos el ahorro de 13.530 euros, deducimos que al estar asegurados ganamos, después de pagar a la aseguradora y al banco, o nos ahorrado 11.730 euros. Es decir, sale gratis.

Otras alternativas

En resumen, respecto al coste del seguro hay que decir que si todo sale bien se está respaldado pero, qué pasa si no es así. La cuestión es que hay que buscar la forma de protegerse. En el caso de EDV, los área *managers* tienen una parte del sueldo variable ligado a los días de cobro y los agentes comerciales cobran 30 días después de que el cliente haya pagado, nunca antes.

EDV también procura tener contratos con los clientes porque lo que no está escrito no está en el mundo. Es aconsejable firmar contratos con los clientes, no acudir al abogado sólo cuando tengamos un problema, y sobre todo fijar en qué condiciones se va a cobrar.

A veces, cuando la aseguradora no cubre a ciertos clientes (por ejemplo, si se trabaja con Argentina), EDV dispone de una clasificación interna. Tienen un sistema en su política de cobro *credit-scoring*, que tiene en cuenta parámetros como el margen histórico con el cliente, los días de cobro, ratios sobre los estados financieros, etcétera. Además obtiene información de agentes comerciales, de bancos, empresas de informes comerciales, Internet, contactos con ICEX con el COPCA, Cámaras de Comercio...

También se puede jugar con el pronto pago, o cobro anticipado, y a ser posible con el 100% para evitar problemas de calidad, pero en su defecto es interesante un 50%. Por supuesto existe la alternativa de las cartas de crédito, que pueden ser confirmadas por un banco español. También se puede utilizar las *Conform Letters* o cartas de compromiso que hemos llegado a utilizar en Brasil y Argentina donde se han dado problemas de clasificación.

Pero en definitiva, el seguro de crédito ofrece una gestión integral ya que permite clasificar, tener un seguimiento y, si es preciso, recobrar. ■