

"Solucionamos con un solo producto los principales problemas: incertidumbre, morosidad y liquidez"

Alejandro Gandía responsable de Cesce en Levante explica cómo la compañía está desarrollando nuevas soluciones para proporcionar financiación a las empresas como son los Títulos de Liquidez, que la compañía acaba de lanzar al mercado



Alejandro Gandía, director territorial de Cesce Levante

Textos: Ana Gil
Correo: agil@economia3.info
Imágenes: Archivo 

El pasado mes de junio, Alejandro Gandía, director territorial de Cesce en Levante fue uno de los expertos que participó en la jornada organizada por APD sobre Estrategias de Internacionalización.

En ella, Gandía hizo balance de la situación actual: *"internacionalmente se ha producido un cambio en la percepción de riesgo -con un mayor riesgo comer-*

cial a corto plazo en los mercados OCDE- y se han acentuado las restricciones financieras -con un fuerte aumento de los costes de financiación-". En su opinión, en España *"el sector exterior se ha convertido en la única solución sostenible a medio plazo"*. De hecho, las exportaciones registraron un crecimiento cercano al 15% en 2011. *"En este contexto, Cesce se posiciona como una ayuda imprescindible para la empresa exportadora, ya que apoya el negocio en todo el proceso, desde la prospección de clien-*

tes hasta el cobro del crédito comercial", aseguró Gandía.

El directivo explicó las *"innumerables"* ventajas de apoyarse en Cesce, tanto desde el punto de vista cualitativo como cuantitativo. Entre las cualitativas destacó la seguridad que aporta: *"el cliente sabe que con nuestra ayuda evitará impagos que puedan poner en peligro su negocio"*. La oportunidad de crecimiento que supone el contar con información actualizada sobre potenciales clientes en cualquier mercado, la facilidad para realizar gestiones y la universalidad de sus productos adaptables a cualquier tipo de empresa fueron otras de las ventajas apuntadas. Con respecto a las cuantitativas, indicó la posibilidad de acceder a financiación en diversas entidades financieras, un sistema de precios variables en función de la calidad del cliente y la rapidez del cobro de indemnización en caso de impago, *"-con un plazo de tan solo dos meses, el más corto del mercado"*, dijo.

Como compañía líder del mercado de seguros de crédito, Cesce trata de ser cada vez más capaz de identificar las necesidades de los clientes para proponerles exactamente aquello que mejor les pueda ayudar a desarrollar sus negocios: herramientas de gestión de la cuenta de clientes, mecanismos de diseño de políticas de riesgo más o menos conservadoras, prospección de mercados, herramientas de generación de confianza frente a contrapartes extranjeras, coberturas... *"En definitiva facilitar a las empresas servicios y herramientas que les ayuden a crecer, algo especialmente importante en la situación actual"*.

Para el responsable de Cesce en Levante, estas soluciones, *"útiles para cualquier tipo de empresa y operación comercial"*, cobran mayor importancia si cabe, cuando se comercia en el exterior. *"El hecho de vender en un mercado ajeno supone una mayor complicación, por su desconocimiento y el de los clientes que en él hay; de ahí que las herramientas de prospección sean especialmente*

necesarias en este caso". Gandía considera asimismo fundamental la seguridad, al asegurar el riesgo de impago y el hecho de facilitar la obtención de financiación. "Con un solo producto solucionamos los principales problemas a los que se enfrentan las empresas en la actualidad: incertidumbre, morosidad y liquidez", constató Gandía.

MÁS QUE UNA PÓLIZA

Durante la jornada convocada por APD en Valencia, Gandía destacó especialmente su producto Cesce Máster Oro "porque ayuda al cliente en todo el ciclo del negocio". Primero, con las herramientas de prospección inteligente del mercado, con el objetivo de que la empresa pueda conocer los potenciales clientes de un nuevo mercado y el riesgo asumible con cada uno de ellos. "Además –aseguró– proporciona información permanentemente actualizada sobre los potenciales impagos que puede sufrir un cliente". También ayuda a conseguir financiación mediante varios instrumentos como los Certificados de Seguro –descargables de manera online y que pueden ser descontados en las entidades financieras que han suscrito acuerdos con Cesce– y los Títulos de Liquidez –que la compañía acaba de lanzar al mercado-. "Finalmente, en caso

Gandía explica que en el ámbito del seguro, cada cliente paga por la cobertura según a quien venda, con el fin de incorporar este coste como un coste variable en su operación comercial

de que el impago se produzca, el cliente de Cesce Master Oro recibe su indemnización en el plazo más breve del mercado, dos meses".

La compañía basa su estrategia en ayudar a sus clientes a desarrollar negocios "sanos". "Si a nuestros clientes les va bien y ofrecemos razones fundadas a los que no lo son para para que lo sean, a nosotros nos irá bien".

Para ello es fundamental, según Gandía, dar a las empresas lo que necesitan, "no imponerles una solución única". Con respecto al seguro, recuerda el directivo, su propuesta de precios variables (precios distintos para deudores distintos) "permite ajustar el aseguramiento a la calidad de la cartera de nuestros clientes y permite asumir riesgos que ningún otro asegurador está en disposición de cubrir", añade.

Además, Cesce trabaja en el desarrollo de nuevas soluciones para proporcionar financiación a las empresas en colaboración con algunos socios. Entre ellas, los Títulos de Liquidez de la Máster Oro que pueden acogerse a la Línea ICO-Exportadores, mediante el anticipo de las

facturas procedentes de la venta de bienes y servicios en el exterior.

La compañía, cuenta con más de 40.000 millones de euros en ventas aseguradas contra impagos, realiza 5.000 clasificaciones de riesgo cada día y mantiene 1,2 millones de límite de riesgo en vigor. En cuanto a la dirección territorial de Levante (Comunitat Valenciana, Murcia, Albacete y Almería) representa cerca del 20% del negocio total de Cesce, con más de 30 millones de euros de primas. "Contamos con un modelo personalizado en el que caben todas las compañías de todos los sectores y ofrecemos soluciones individualizadas, cliente a cliente. Estamos especialmente centrados en sectores como el azulejo, calzado, textil y agroalimentario, que son los que están mostrando una mayor recuperación a través de la exportación", indicó.

No obstante, en una fase de alta morosidad, la empresa ve imprescindible reconocer aquellas compañías que tienen más probabilidad de entrar en ese grupo, y de ahí su constante inversión en I+D+i para ganar precisión en esa estimación. 