



El Seguro de Crédito: Evolución y sus Canales de Distribución

Estudio realizado por: David Giménez Rodríguez
Tutor: Anastasio Prieto Piulachs

Tesis del Master en Dirección de Entidades
Aseguradoras y Financieras

Curso 2008/2009

Esta tesis es propiedad del autor.

No está permitida la reproducción total o parcial de este documento sin mencionar su fuente.

Agradecimientos

A mi empresa, Crédito y Caución, S.A., donde he tenido la oportunidad de formarme profesionalmente en el ámbito de nuestra especialidad, adquiriendo conocimientos e interactuando con muchos de los temas aquí expuestos.

A mis colegas, Antonio Márquez Bas y, especialmente, a Anastasio Prieto Piulachs, mi tutor , por su confianza, orientación y ayuda.

A todos los profesores del Master y a todos mis compañeros.

Resumen

Este estudio intenta ser un reflejo de la evolución histórica del Seguro de Crédito desde sus inicios conocidos junto con sus distintos Canales de Distribución. En realidad, éstos son los que dan a conocer los servicios de los operadores de crédito a los Clientes (Asegurados) y, en definitiva, tienen mucho que ver con la imagen que acaban proyectando en el mercado; al margen de que las características propias de esta modalidad exijan una gran especialización en la mediación para que se desarrolle un correcto ejercicio de la actividad y se consigan los niveles de servicio adecuados.

El Master que recientemente he cursado me ha aportado muchas cosas. Principalmente, además de excelentes relaciones personales y de darme una visión mucho más global del sector asegurador, me ha abierto los ojos: he podido constatar que los que formamos parte de este colectivo somos una *rara avis* dentro del sector. Intentaré explicarme, he tenido la percepción de que grandes profesionales en sus respectivos campos (entre ellos, algunos alumnos, profesores , ponentes, ...) eran también grandes desconocedores del seguro de crédito.

Puede ser que sea por nuestros productos diferenciados, por el público al que vamos dirigido, por la funcionalidad / naturaleza de nuestros servicios, por el escaso número de compañías y por cómo se interrelacionan con otros actores o puede que operemos en una especialidad que, a lo mejor, esté a caballo entre dos sectores: Seguros y Financiero. (Ver más adelante las cuatro grandes teorías de Jean Bastin).

La actual coyuntura económico-financiera (aunque siendo puristas y dada su cronología por la actual crisis deberíamos citar en orden inverso), tanto nacional como internacional, hacen que nos encontremos en un punto de inflexión sobre cómo debe gestionarse el riesgo crediticio, no sólo por parte de nuestros Asegurados con sus Clientes sino también por parte de las propias entidades aseguradoras de crédito algo que, por otra parte, ya se viene haciendo desde principios del 2007, aunque en menor medida que las entidades financieras - bancos y cajas en general -.

Vamos a analizar cómo se ha ido modificando conceptualmente una herramienta puesta desde hace tiempo a disposición de las empresas, que en origen cubría unas necesidades distintas a las actuales y que hoy constituye un instrumento esencial de la gerencia integral de los negocios, del management.

Por último, intentaremos ver cómo va a evolucionar esta actividad en los próximos años, en definitiva, hacia donde vamos...; estableciendo la implicación de las fuerzas de ventas de las distintas compañías que, como analizaremos, también van cambiando y que forzosamente deben adaptarse a los nuevos escenarios . Sin duda , a nuestro juicio, el Seguro de Crédito , va a ser una de las bases para la recuperación económica mundial.

Disculpas por haberme saltado la “cláusula limitativa” relativa a la extensión de esta fase introductoria pero, sin ánimo de irreverencia, he creído conveniente plasmarla tal cual ha fluído, sin restricciones ...

Summary

The main goal of this research is to reflect the historic evolution of Credit Insurance from its known beginnings along with its different Distribution Channels. Those channels, in fact, announce the customers (Insured) the services of the insurance operators and, finally, they have a lot to do with the image they project on the market; leaving aside that the inherent features of this modality demand a great deal of specialization in mediation so that a right development of the activity is reached as well as a proper quality of service is provided.

The degree I have recently attended has brought to me many things: First of all, besides excellent personal acquaintances and besides providing me with a more global view on the insurance market, it has opened my eyes: I have been able to ascertain that the people belonging to this collective are indeed a "rara avis".

I have often had the feeling that great professionals in their respective fields (among them some teachers, students, lecturers...) had, on the other hand, very little knowledge of Credit Insurance.

This might very well be caused by our distinct products or either due to the public we target or for the nature/functionality of our very services; or it might be caused by the scarce number of companies in the business and the way they interact with other parts of the market; or maybe it is just that our specialty is in-between two fields: Insurance and Finance. (See the theories by Jean Bastin).

The current economic-financial juncture (although to be precise we should call it financial-economic according to the chronological events in this crisis) ,both national and international, places us in a turning point in regards to how Credit Insurance has to be dealt with, not only by our Insured with their Clients but by the same insurance companies. This is something that, on the other hand, has been taken into account since the beginning of 2.007 although in a lesser extent than in financial companies - banks and saving banks in general-.

Furthermore we are going to analyse how along the years Credit Insurance has been a tool available to the companies that has been conceptually modified; a tool which originally satisfied different needs from the current ones and that today plays a key role in management.

Finally we will try to describe how Credit Insurance is going to evolve in the next years too see where it is leading us to...establishing the necessary implication of the sales forces from the different companies which, as we will analyse, are evolving too and are forced to adapt to a new state of affairs. As we see it Credit Insurance will be one of the basis for worldwide economic recovery.

My apologies for having skipped the "limitative clause" concerning the extension of this introductory sentence. I did not mean to be irreverent but I considered convenient to faithfully capture it as it flowed from my mind without restrictions.

Resum

Aquest estudi intenta ser un reflex de l'evolució històrica de l'Assegurança de Crèdit des dels seus inicis coneguts, juntament amb els seus diversos Canals de Distribució. En realitat, aquests són els que donen a conèixer els serveis dels operadors de crèdit als Clients (Assegurats) i, en definitiva, tenen molt a veure amb la imatge que acaben projectant en el mercat; independentment del fet que les característiques pròpies d'aquesta modalitat exigeixen una gran especialització en la mediació, per tal que s'exerceixi un correcte desenvolupament de l'activitat i s'aconsegueixin els nivells de servei adequats.

El Màster que recentment he cursat m'ha aportat moltes coses. Principalment, a més d'excel·lents relacions personals i de donar-me una visió molt més global del sector assegurador, m'ha obert els ulls: he pogut constatar que aquells que formem part d'aquest col·lectiu som una *rara avis* dins del sector.

Intentaré explicar-me. He tingut la percepció que grans professionals en els seus respectius camps (entre ells, alguns alumnes, professors, ponents...) eren també grans desconeguts de l'assegurança de crèdit.

Pot ser que sigui pels nostres productes diferenciats, pel públic al qual ens adrecem, per la funcionalitat / naturalesa dels nostres serveis, per l'escàs número de companyies i per com s'interrelacionen amb d'altres actors; o pot ser que operem en una especialitat que, potser, estigui situada entre dos sectors: Assegurances i Financer (Veure mes endavant les quatre grans teories de Jean Bastin).

L'actual conjuntura econòmico-financera (encara que sent puristes, i donada la seva cronologia per l'actual crisi, l'hauríem de citar en ordre invers), tant nacional com internacional, fa que ens trobem en un punt d'inflexió sobre com s'ha de gestionar el risc creditici, no solament per part dels nostres Assegurats amb els seus Clients, sinó també per part de les mateixes entitats asseguradores de crèdit, quelcom que, d'altra banda, ja es ve fent des de principis del 2007, encara que en menor mesura que les entitats financeres -bancs i caixes en general.

Analitzarem com s'ha anat modificant conceptualment una eina posada des de fa temps a disposició de les empreses, que en origen cobria unes necessitats diferents de les actuals i que avui constitueix un instrument essencial de la gerència integral dels negocis, del management.

Per últim, intentarem veure com evolucionarà aquesta activitat en els pròxims anys, en definitiva cap on anem, establint la implicació de les forces de vendes de les diferents companyies que, com analitzarem, també van canviant i que forçosament han d'adaptar-se als nous escenaris. Sens dubte, segons la nostre opinió, l'Assegurança de Crèdit, serà una de les bases per a la recuperació econòmica mundial.

Demano disculpes per haver-me saltat la "clàusula limitativa" relativa a l'extensió d'aquesta fase introductòria però, sense ànim d'ésser irreverent, he cregut convenient plasmar-la tal qual ha fluït, sense restriccions.

Índice

1. Introducción	12
2. Legislación del Seguro de Crédito en España	13
2.1. Consideraciones Previas	13
2.2. Marco Legal – Ley 50/1980	13
2.3. Modalidades	15
2.4. Otras consideraciones	16
3. Nacimiento del Seguro de Crédito	17
3.1. Referencias históricas por países	19
3.1.1. Siglo XVIII	19
3.1.2. Siglo XIX	19
3.1.3. Siglo XX	23
3.1.3.1. España	27
3.1.4. Siglo XXI	30
3.1.4.1. El mercado asegurador en el Mundo	30
3.1.4.2. El mercado asegurador en España	32
4. Operativa del Seguro de Crédito actual	36
4.1. ¿Para quién adquiere un papel relevante dentro de las empresas el Seguro de Crédito?	38
4.2. Funciones del Seguro de Crédito	38
4.3. La percepción del Seguro de Crédito por parte de las empresas	39
4.4. Aportaciones básicas del Seguro de Crédito moderno	40
4.5. ¿Cuál es el mejor momento para la contratación del Seguro de Crédito?	40

5. Principales productos complementarios y/o compatibles con el Seguro de Crédito	41
5.1. Factoring	41
5.2. Crédito Documentario	42
5.3. Confirming	42
6. Autoseguro	43
6.1. Principales mecanismos con que cuenta la empresa, para controlar su cartera de clientes	44
7. Canales de Distribución. Mediación	45
7.1. La actual Ley de Mediación: aspectos destacables	46
7.1.1. Agentes exclusivos de seguros	47
7.1.2. Agentes de seguros vinculados	49
7.1.3. Corredores de seguros	49
7.2. Análisis de la mediación del Seguro de Crédito por canales	50
7.2.1. Cuota de mercado. Volumen total de negocio	51
7.2.2. Cuota de mercado. Nueva producción	51
7.3. Datos sobre la actividad en 2008 de corredores y corredurías de seguros y reaseguros	52
7.4. Modelos de distribución de los operadores de crédito en la Península Ibérica	54
7.5. El papel del Mediador	58
7.5.1. ¿Qué es lo que el mercado requiere del mediador?	58
8. Conclusiones	60
9. Bibliografía	65
Anexo I Glosario conceptual	67
Anexo II Secuencia de las principales campañas publicitarias de Crédito y Caución, S.A. desde sus inicios	71

El Seguro de Crédito: Evolución y sus Canales de Distribución

1. Introducción

Independientemente de que la finalidad o alcance de este trabajo diste de ser eminentemente teórico, más bien al contrario, parece obligado, en su fase primaria, realizar una breve exposición técnico-legal e histórica de la especialidad .

Por otro lado, conoceremos su filosofía troncal, los cambios sufridos a lo largo de las distintas etapas desde sus orígenes y cómo se han ido desarrollando estas modificaciones en los países donde se ha ido implementando esta actividad, junto con las singularidades de los distintos canales de comercialización desde una vertiente práctica.

Se ha intentado aglutinar información y comentarios de los grandes teóricos del ramo (como B.P.Sanguinetti o J.Bastin, entre otros), superpuestos con datos relevantes obtenidos de organismos oficiales o independientes que aporten rigor e imparcialidad a la exposición, unidos al extracto documental de los principales operadores del Seguro de Crédito tanto a nivel nacional como mundial que, junto con las aportaciones realizadas por los distintos canales de venta – algunos especialistas y otros no -, nos darán una visión desde una perspectiva mucho más cercana a la realidad .

Según todos los profesionales experimentados consultados en la materia la bibliografía de calidad existente es más bien escasa . No obstante, al margen de sus ilustraciones y de los libros utilizados en el trabajo de investigación realizado se han utilizado múltiples fuentes en soporte virtual (gracias a las nuevas tecnologías).

Podremos comprobar que esta evolución, en gran parte, ha venido marcada por los propios cambios de la sociedad, de la economía, de los distintos actores que en ella intervienen, por la globalización y, sin duda, por la propia experiencia de las Compañías cuyo rumbo va unido, en paralelo, al reaseguro (tanto público como privado).

Como veremos, en síntesis, podría decirse que las distinciones originarias en la práctica del seguro de crédito se han difuminado y que, salvando algunas distancias de matiz, las técnicas que se vienen utilizando en la actualidad en los distintos países, se encuentran muy próximas. Ello se debe en gran parte a la propia experiencia vivida por algunos operadores de crédito, cada vez más globales, junto con la extraída del fracaso de algunas compañías.

Por otra parte, no puede obviarse, que nos encontramos ante un sector muy concentrado donde el papel de los mediadores es vital y obligatoriamente especializado. Avanzaremos con un dato relevante: el conjunto de compañías que actualmente desarrollan esta actividad tienen una penetración en la práctica totalidad de las grandes empresas españolas y del orden del 21% en las PYMES, frente a un 8% de

media en la Unión Europea. Es evidente, como podremos analizar luego que, comparativamente con otras modalidades de seguros, existen pocos operadores que ofrezcan estos servicios y, por tanto, que trabajen en competencia. Por pura lógica esta escasez de entidades ofertantes les obliga, afortunadamente, a estar en constante evolución y vigilantes tanto a nivel de productos como de la calidad en los servicios prestados a los asegurados.

2. Legislación del Seguro de Crédito en España

2.1. Consideraciones previas

El seguro de crédito se contrata, en todo caso, por cuenta propia. Tomador y Asegurado son, por tanto, una misma persona.

El seguro de crédito pertenece a la modalidad de Grandes Riesgos, por lo que el régimen jurídico de este contrato se regula por las Condiciones Generales, Particulares y Especiales de la póliza firmadas entre Asegurado y Asegurador y, en todo cuanto en las mismas no quede expresamente regulado, por Ley de contrato de Seguro nº 50/80, de 8 de octubre, con carácter supletorio.

En España, el control de la actividad de la Compañía corresponde a la Dirección General de Seguros, dependiente del Ministerio de Economía.

2.2. Marco Legal – Ley 50 / 1980

En la Ley de referencia los artículos específicos del seguro de crédito son los siguientes:

Artículo 69

Por el seguro de crédito el asegurador se obliga, dentro de los límites establecidos por la ley y el contrato, a indemnizar al asegurado de las pérdidas finales que experimente a consecuencia de la insolvencia definitiva de sus deudores.

Artículo 70

Se reputará existente la insolvencia definitiva del deudor en los siguientes supuestos:

- Cuando haya sido declarado en quiebra mediante resolución judicial firme
- Cuando haya sido aprobado judicialmente un convenio en el que se establezca una quita del importe
- Cuando se haya despachado mandamiento de ejecución o apremio, sin que del embargo resulten bienes libres bastantes para el pago

- Cuando el asegurado y asegurador, de común acuerdo, consideren que el crédito resulta incobrable

No obstante cuanto antecede, transcurridos seis meses desde el aviso del asegurado al asegurador del impago del crédito, éste abonará a aquél el cincuenta por ciento de la cobertura pactada, con carácter provisional y a cuenta de ulterior liquidación definitiva.

Artículo 71

En caso de siniestro, la cuantía de la indemnización vendrá determinada por un porcentaje, establecido en el contrato, de la pérdida final que resulte de añadir al crédito impagado los gastos originados por las gestiones de recobro, los gastos procesales y cualesquiera otros expresamente pactados. Dicho porcentaje no podrá comprender los beneficios del asegurado, ni ser inferior al cincuenta por ciento de la pérdida final.

Artículo 72

El asegurado, y en su caso el tomador del seguro, queda obligado:

- A exhibir, a requerimiento del asegurador, los libros y cualesquiera otros documentos que poseyere relativos al crédito o créditos asegurados
- A prestar la colaboración necesaria en los procedimientos judiciales encaminado a obtener la solución de la deuda, cuya dirección será asumida por el asegurador
- A ceder al asegurador, cuando éste lo solicite, el crédito que tenga contra el deudor una vez satisfecha la indemnización

Así pues, puede concluirse que, el Seguro de Crédito cubre al asegurado, que suele ser el tomador del seguro, de las pérdidas finales que experimente a consecuencia de la insolvencia definitiva de sus deudores, es decir, por el incumplimiento de los deudores (terceros).

Nota:

Esta modalidad aseguradora implica, como casi todas, una terminología propia y singular.

En la actualidad algunas compañías ya vienen incorporando un apéndice de consulta en sus pólizas para que los Asegurados tengan claras las obligaciones asumidas contractualmente.

Aunque para muchos lectores sea innecesario, con la finalidad de ayudar en la comprensión de esta tesis, se ha incluido al final del documento un pequeño glosario (Anexo 1) que incluye la definición de los términos de mayor uso en el seguro de crédito. La inmensa mayoría aparecen a lo largo de este estudio.

2.3. Modalidades

Con independencia de que en cada compañía los productos se comercialicen denominados de un modo concreto u otro o se hagan subdistinciones, se establecen tres grandes modalidades de pólizas de crédito que cubren el riesgo comercial a corto / medio plazo. Vienen determinadas en función del tipo de operaciones que cubren:

Pólizas de mercado doméstico

Operaciones de compraventa en firme de Bienes y Servicios a crédito entre empresas dentro del Mercado Nacional .

Pólizas de mercado exportación

Operaciones de compraventa en firme de Bienes y Servicios a crédito entre empresas cuando el cliente-comprador es residente fuera de España.

Pólizas de mercado global

Operaciones de compraventa en firme de Bienes y Servicios a crédito entre empresas a nivel mundial.

Al margen de estas tres modalidades, citamos a continuación, otras dos alternativas que tienen también una función de aseguramiento aunque con grandes distinciones comparativas.

Póliza de Exceso de Pérdidas

Una forma alternativa de contratar un seguro de crédito. La póliza Exceso de Pérdidas se ha creado para las empresas interesadas en cubrir hasta el 100% de las pérdidas superiores a una franquicia fijada previamente.

Riesgo político (se estudia caso a caso)

En los últimos años se ha experimentado un crecimiento sostenido de las empresas con vocación exportadora .

Concretamente , desde España, se han incrementado las exportaciones a Latinoamérica, Asia y Europa del Este, por encima de otras regiones.

Sin embargo, potenciar las ventas hacia destinos no tan conocidos, implica asumir un alto riesgo de impago (superior al del entorno habitual) fundamentalmente por factores de índole política, al margen de la distancia y del propio desconocimiento de los nuevos mercados.

Todos los clientes que aseguren sus riesgos comerciales pueden automáticamente incluir el riesgo político en la póliza de algunas aseguradoras, algunas de ellas lo hacen caso por caso y otras operan con este servicio de forma genérica con algunas restricciones.

Este seguro cubre la falta de pago como consecuencia de: límites a la transferencia monetaria, inconvertibilidad, guerras, rebeliones, huelgas, motines, restricciones a la importación o el país importador, cancelación del contrato por el país importador, restricciones a la exportación o embargo por el país exportador y el riesgo de impago de las Administraciones Públicas.

Lógicamente, su coste es adicional y va en función de los distintos tipos de riesgo en el país de destino.

2.4. Otras consideraciones

Con carácter general es necesario destacar cuatro definiciones básicas extraídas del Diccionario Mapfre de Seguros (1), por su uso consultivo, al estar directamente relacionadas con la esencia conceptual de la actividad.

Seguro de Crédito

Aquel que tiene por objeto garantizar a una persona el pago de los créditos que tenga a su favor cuando se produzca la insolvencia de sus respectivos deudores.

Seguro de Daños

Bajo esta denominación se recogen todos los seguros cuyo fin principal es reparar la pérdida sufrida, a causa de siniestro, en el patrimonio del deudor. Son elementos esenciales de los seguros de daños: el interés asegurable, que expresa la necesidad de que el tomador del seguro tenga algún interés directo y personal en que el siniestro no se produzca, bien a título de propietario, usuario, etc., y el principio indemnizatorio, según el cual la indemnización no puede ser motivo de enriquecimiento para el asegurado y debe limitarse a resarcirle del daño concreto y real sufrido en su patrimonio.

Los seguros de daños pueden dividirse en dos grandes grupos: *seguros de cosas, destinados a resarcir al asegurado las pérdidas materiales directamente sufridas en un bien integrante de su patrimonio*, y seguros de responsabilidad, que garantizan al asegurado contra la responsabilidad civil en que pueda incurrir ante terceros por actos de los que sea responsable.

Grandes riesgos

En el Derecho Comunitario Europeo se catalogan como tales los siguientes:

- Vehículos ferroviarios, aeronaves, cascos de buques y responsabilidad civil derivada del uso de aeronaves y buques
- **CRÉDITO Y CAUCIÓN** cuando garanticen al tomador los riesgos de su propia actividad industrial, comercial o liberal
- Incendio, otros daños a los bienes, Responsabilidad Civil General y Pérdidas Pecuniarias Diversas, siempre que el tomador supere dos de los tres límites establecidos al efecto (...)

Anterriesgo

En el Seguro de Crédito, recibe este nombre el importe de los fallidos que el asegurado prevé han de producirse con seguridad en el desarrollo de su negocio, cuyo importe carga, de uno y otro modo, en su facturación, para resarcirse. La cobertura de estas cantidades no suele ser aceptada normalmente por el asegurador.

3. Nacimiento del Seguro de Crédito

A pesar de que el seguro tiene ya una larga historia de siete siglos (la primera póliza de la que se tiene noticia se firmó en Génova en 1347 y en Barcelona se promulgó la primera ordenación jurídica de la actividad aseguradora en 1435) la historia del seguro de crédito no arrancará hasta mucho después.

Existen distintas teorías sobre los orígenes de esta especialidad aseguradora así como con respecto a su filosofía inicial.

Sin ánimo de entrar a polemizar y, obviamente, tampoco profundizar analizando cada una de las corrientes que a continuación se exponen, en atención a su gran carga de contenido sintético, citamos el resumen literal que establece uno de los teóricos del ramo, el experto Jean Bastin (2), relativo a la clasificación de las cuatro grandes teorías sobre el nacimiento de la modalidad:

- 1) La garantía del crédito es un servicio público destinado a favorecer el comercio, y en particular el comercio de la exportación, por lo cual debe ser privativo del Estado.
- 2) El seguro de crédito debe ser considerado como una garantía que permita a los bancos respaldar los créditos que conceden.
- 3) El seguro de crédito se integra en el mecanismo general del seguro y no tiene personalidad propia.
- 4) El seguro de crédito es un mecanismo original que sólo tiene lejanos puntos de contacto con la banca como con los seguros.

En cuanto a su necesidad, con independencia de su justificación original, deberíamos remontarnos a la aparición del Comercio en su esencia más primaria para entender su aportación.

Si se concibe el Comercio como el intercambio que realizan los hombres para obtener lo que les hace falta, es natural suponer que éste surgió desde los inicios de la humanidad porque no es fácil comprender la vida social, ni que sea en sus rudimentarias formas, sin que aparezca este intercambio.

La forma primitiva de comerciar fue el trueque, es decir, el cambio de unos objetos por otros, sin que existiera entonces aún uno concreto que sirviera de medida común de valores y que pudiera servir como intermediario para la adquisición de todos los elementos con que el hombre cubriera sus necesidades, lo que hoy conocemos como la moneda. El hombre, al principio, se manifestaba viviendo de la caza y la pesca derivando en un especialista dentro su ámbito de actuación. Precisaba de otros elementos para subsistir en campos que no dominaba, a priori, circunscrito o delimitado a la alimentación y a cubrir la desnudez de su cuerpo con pieles.

Con ese intercambio, fruto del trabajo individual, se ejecutan las primeras operaciones comerciales. Posteriormente, la propia evolución humana, sus necesidades, el sentido de la propiedad, la constitución de las tribus, de los pueblos y su expansión geográfica junto con la aparición de la moneda metálica, hacen que, de forma natural, se vayan incrementando las transacciones de forma más masiva y generalizada.

Puede afirmarse, pues, que el desarrollo del crédito corre parejo con el de la civilización y el del progreso porque, para que exista la confianza en que el crédito se funda es preciso que nazcan y se consoliden la seguridad privada y la seguridad pública. El seguro, en general aunque con matices, aparece ya muy vinculado a estas primeras transacciones, sobre todo, a las realizadas por transporte marítimo.

Dicho esto, nos centraremos en la modalidad que nos ocupa: el Seguro de Crédito.

Aunque ya existan indicios de mecanismos similares al seguro de crédito en Mesopotamia, Egipto y Roma en este estudio nos vamos a remontar de lleno en el siglo XVIII, donde ya prácticamente se empezaba a asegurar casi todo (aunque puede decirse que en esa época aseguramiento era sinónimo de aval).

Significar al respecto que los caracteres que conforman esta actividad son el resultado de un proceso evolutivo común en muchos países.

Con anterioridad a ese siglo se han constatado operaciones más o menos aisladas en las que un negociante o un banquero avalaba operaciones comerciales o financieras mediante una comisión, lo cual no correspondería al concepto fundamental que nos atañe, que está basado en la percepción de sumas de dinero provenientes de diversos clientes con vistas a pagar las pérdidas sufridas por alguno de ellos, es decir, la adopción del principio de la mutualidad y de la compensación de los riesgos.

La mayoría de los estudiosos de la materia coinciden en que es realmente en esa época cuando el seguro de crédito empieza a coger forma y tomar cuerpo como concepto de aseguramiento en las transacciones. Motivo: el incremento de la operativa de intercambio comercial en paralelo al aumento de los negocios introdujo a los especuladores en el ámbito del aseguramiento al objeto de intentar salvaguardar sus inversiones.

No obstante, hay que mencionar que esta circunstancia unido a la inexperiencia conllevó también la quiebra de numerosas compañías de seguros durante la segunda mitad del siglo XIX.

Mucho ha cambiado el sector desde sus inicios ...

Una prueba de ello es que en la actualidad, ya desde el siglo pasado, con independencia del conflicto de intereses existente por la lógica competitividad societaria, existe mayor relación entre los operadores habiéndose creado foros o asociaciones específicas donde se intercambian impresiones. Citemos algunas de las más relevantes : la Unión de Berna por ser la más importante agrupación de aseguradoras y agencias estatales del seguro de crédito a la exportación, ICISA (International Credit Insurance and Surety Association) es la principal asociación de aseguradores de crédito y caución a nivel internacional o la PASA (Asociación Panamericana de Fianzas) que está especializada en caución con fuerte presencia en Hispanoamérica.

3.1. Referencias históricas por países

3.1.1. Siglo XIII

1710 , en la **Gran Bretaña** surgen los primeros antecedentes, poco documentados.

1766, **Alemania**. Los profesores Wurm y Busch propusieron al ministro de Prusia un mecanismo de garantía del crédito que comportaba la institución de un monopolio de estado (proyecto sin continuidad) .

3.1.2. Siglo XIX

La industrialización fue trascendente para el desarrollo del comercio internacional.

Inglaterra fue el primer país en esa actividad, seguido de cerca por Alemania y Francia. Estados Unidos se encontraba aún a una notable distancia.

Las exportaciones mundiales aumentaron casi 33 veces entre 1820 y la primera década del S. XX lo que, directamente, provocó un aumento del PIB de las naciones.

En el último tercio de siglo aumentaron muchísimo las mercancías comercializadas, apareciendo una intensa competencia entre muchas regiones del mundo, llegando a depender el nivel de vida del mantenimiento de las reservas del extranjero.

El buque de vapor toma gran protagonismo en las rutas oceánicas estableciéndose rutas regulares a través del Atlántico.

El gran aumento de la población en Europa Occidental provocó una gran demanda de productos alimenticios y de consumo, lo que supuso un rápido incremento de la producción industrial y una mayor demanda de materias primas.

Numerosos cambios tecnológicos ampliaron el ámbito del comercio exterior unido a supresión de muchas barreras legales existentes hasta entonces que habían puesto freno al comercio internaciones.

En este escenario de grandes cambios empieza a cobrar protagonismo la actividad aseguradora y se empieza a tener la percepción de riesgo comercial aunque, como es sabido, al igual que pasa con las personas, ya había entonces comerciantes con mayor propensión que otros al riesgo.

Nos adentramos pues en los primeros pasos de la actividad viendo cómo se iban incorporando novedades contractuales y propuestas fallidas que, a la postre, han servido para constituir los mimbres actuales del ramo.

1820, en **Inglaterra**, fue donde se creó la *British Commercial Insurance Company*, que duraría hasta 1872 año en que fue liquidada por sus socios pese a tener reglas internas dotadas de gran rigurosidad.

Mención especial para esta entidad que, como la mayoría en ese país, era multi-riesgo y consideraba el seguro de crédito como un ramo más del seguro, operaba básicamente en seguros de vida y de incendio.

Se conocen datos muy interesantes sobre su operativa:

- En primer lugar, aceptaba cubrir transacciones individuales y no imponía a su asegurado un seguro global de las ventas
- No operaba ninguna selección, se contentaba con pedir al asegurado que verificase que la situación financiera de su comprador fuese sana
- Podría decirse que así nace el interés existente en la creación de sucursales en la óptica de la cobertura de riesgos a la exportación captando la importancia de la información comercial aunque, en la práctica, no llegase a crear su propio servicio de información sino que lo delegaba en sus propios asegurados
- También correspondía al asegurado perseguir judicialmente a su comprador .
- No pagaba la indemnización hasta la quiebra del deudor
- Imponía un máximo de indemnización, fijado sobre la media del descubierto existente en el curso de los tres años precedentes con ese comprador . No cubría más que un 75% de las pérdidas
- La prima estaba diversificada , pero basada en la profesión del asegurado y no sobre el género de la clientela del comprador

Dentro del marco y la experiencia inglesa cabe destacar, cómo no, la labor de la *Compañía Lloyd's* de Londres cuyas principales aportaciones en la materia fueron:

- Introdujo como elemento novedoso relevante la función indemnizatoria del seguro sin reducirla a su función de aval
- El encuadramiento natural dentro de la rama de seguro de daños (ya definido en el capítulo anterior)

También merece reseña la *Ocean Accident and Guarantee Corporation*, resultante de la fusión de las originarias Ocean Accident creada en 1885 y la Guarantee Corporation en 1871, ambas de Londres, por sus progresos en la elaboración de la técni-

ca e inculcar algunos de los principios base que constituyen hoy el brevario de las compañías modernas y, básicamente, por su creación de sucursales en el extranjero - con distinta fortuna - , en concreto, en USA, Rusia, Alemania , Austria y Suiza.

1839, para muchos, probablemente, se trata de la fecha del nacimiento del seguro de crédito moderno - aunque su madurez real llegase con la Primera Guerra Mundial cuando cambiaron definitivamente las reglas del comercio internacional, cuya paternidad es atribuida a Bonajuto Paris Sanguinetti.

Sanguinetti era origen italiano, nacido en Módena en 1800, aunque de joven emigró a Livorno atraído por su gran puerto. Fue codirector de una entidad de seguros marítimos que acababa de crearse: la Nettuno. Esa compañía sufrió grandes reveses entre 1833 y 1834, se declaró en quiebra lo que conllevó su arresto e ingreso en prisión. Esta experiencia le motivó para promover la creación de una compañía de seguros de crédito.

Como asegurador de profesión, concluyó que el mecanismo del seguro era apto para resolver el problema y en 1839 puso a punto un plan muy detallado plasmada en una obra que escribió en francés bajo el título traducido: “Ensayo de una nueva teoría para aplicar el sistema del seguro a las pérdidas por quiebra” (3).

Destacó por ser el primero en observar que la mayor parte de las quiebras sobrevienen a causa de circunstancias independientes de la voluntad de los industriales y comerciantes. Es, por tanto, el primer teórico del seguro de crédito ya que fue el primero que pensó que era posible adoptar, para garantizar los créditos, el doble principio fundamental del seguro: la mentada mutualidad de los riesgos y la investigación estadística destinada a establecer las tasas de primas.

La importancia subyace no sólo en que hace más de siglo y medio de ese estudio sino que bajo unos principios estadísticos establece ya las primeras diferencias entre los comerciantes: los que tienen negocios terrestres o marítimos, las grandes o pequeñas empresas y prevé que existe, además, la posibilidad de determinar la probabilidad de siniestro en cada clase y fijar las primas del seguro de manera que, reunidas, sirviesen para pagar las pérdidas debidas a las quiebras.

Por cierto, concluyó su estudio apelando a las cámaras de comercio francesas para que favorecieran el nacimiento de compañías de seguros de crédito.

Probablemente, estuvo inspirado en los dos primeros ensayos de cobertura de riesgos de crédito en el continente.

El Banco Adriático di Assicurazione de Trieste (compañía austríaca) había intentado asegurar los riesgos de faltas de pago subsiguientes a los siniestros allá por 1831. Aunque las verdaderas primeras pólizas fueron emitidas por las Assurances Générales de Trieste y fue concretamente el 31 de octubre de 1837 cuando la dirección de esa Cía. aprobó el texto de una póliza destinada a cubrir los riesgos de crédito.

Realmente puede concluirse que no fue más que un experimento y de corta duración ya que cuatro años después en Generali se suspende ese tipo de operaciones ase-

guradoras. Los primeros resultados habían sido positivos aunque una crisis comercial los disuadió.

Dada su importancia comparativa con el desarrollo posterior de la modalidad, haremos analicemos cómo operaba la compañía de Trieste:

- Empezaba a pagar en cuanto se extendía el protesto en contra de los deudores, técnica que vuelve a encontrarse en muchos otros países en los orígenes del seguro de crédito
- Por otra parte, ya se presentía la necesidad de una selección de los riesgos y, aunque no establecía un límite de compromiso por entidad, clasificaba a los comerciantes en nueve clases, determinando cada una un límite de descubierto y era la compañía la que fijaba para cada negociante la clase que debía atribuírsele

Por extraño que pueda parecernos hoy, este principio fue ignorado por un buen número de compañías durante el S. XIX lo que les llevó rápidamente a la quiebra. Muchas de ellas, como característica común, se constituyeron en torno a la idea de que el seguro de crédito debe estar al servicio de la banca.

En esa época, a la vista de sus efímeras vidas, éste era un eje conceptual en **Francia** donde se crearon varias: la primera compañía para practicar únicamente el seguro de crédito, en 1845 *la Union du Comerse*.

Entre 1846 - 1850, los banqueros Maillet et Cie fundaron tres compañías: *L'Assurance du Credit de Comerse, la Sécurité Commerciale y Ducroire*.

Le Crédit Commercial destaca por haber sobrevivido más tiempo ya que se fundó en 1850 y en 1897 todavía existía.

A pesar de estos repetidos fracasos, en plano de aportación aunque evidentemente influenciadas por esa concepción bancaria, en el país galo se encuentran las primeras compañías preocupadas por recoger por sí mismas informes comerciales que, en último término, llegan a constituir un servicio de arbitraje reservándose la tarea de aceptar o rechazar a un comprador y, al mismo tiempo, concibieron la idea de crear su propio servicio de contencioso. Conceptualmente el aceptar cubrir el riesgo desde la primera falta de pago les llevaba a convertirse en propietarias por subrogación del crédito impagado, que había que intentar recuperar para reducir las pérdidas. Así, en 1892, la dirección de la *Assurance Comérciale contra les Pertes d'Argent* ya encomiaba en una circular la calidad de su servicio contencioso y comunicaba a sus clientela que liberaba a sus asegurados de todas las molestias del procedimiento.

Por otro lado, aquí coincidentemente en Francia e Inglaterra, la inmensa mayoría de las entidades citadas pagaban por cada siniestro desde el mismo momento en que se producía y desaparecieron poco después de su creación - posiblemente sea también una de las causas de mayor peso que expliquen sus cortas existencias - .

En **Bélgica**, nombrar únicamente la existencia de la *Garantie du Comerse*, desaparecida rápidamente.

En **Alemania**, inspirados en la teoría francesa, el seguro era concebido por el entonces, como una garantía complementaria a favor de la banca. Así pues, los organismos practicaban el descuento y garantizaban más al librador que al librado (casos de las agencias *Tants, Eisen o la Guarantee*).

No obstante, la *Hanseatische See und Allgemeine Versicherungsgesellschaft* creada en 1885 dió un giro en 1898, situándose más en la línea inglesa, abordando el seguro de crédito y absorbiendo la sucursal en Hamburgo de la ya citada Ocean copian-do su técnica pero añadiendo un principio fundamental todavía hoy vivo: la coparticipación del asegurado en un 20% en las pérdidas de cada crédito siniestrado. Con ello, se pretende interesar al asegurado en la buena gestión de la póliza.

Por otra parte, lejos de Europa, en el continente americano encontramos los primeros antecedentes del seguro de crédito en los **Estados Unidos de América** con el *proyecto Haskins* (seguro contra quiebras) en 1834.

Entre 1885 y 1886 en U.S.A, los estados de Nueva York, Nueva Jersey y Luisiana autorizaron legalmente la fundación de compañías especializadas de seguro de crédito. Lo cierto es que su existencia fue muy corta. Destaca *la United States Credit System Co.* en Nueva Jersey que operó desde 1889 hasta 1898 y durante varios años monopolizó el sector.

Fundamentalmente aplicaban el sistema inglés incorporando el alemán en lo relativo a la participación del asegurado en las pérdidas individuales.

Casi a finales de siglo, en 1889 se fundó en San Luis la *American Credit Indemnity* que hasta 1997 era la más antigua compañía de seguros de crédito del mundo.

En E.E.U.U. existe actualmente el *Exim Bank* que, dentro de sus operaciones, protege las ventas a crédito para la exportación y fue creado en 1960.

3.1.3. Siglo XX

Conviene distinguir en este nuevo siglo de dos bien etapas diferenciadas por su aportación al desarrollo de la actividad, una en la línea dimanante de la última etapa del siglo anterior y otra, como ya hemos advertido con anterioridad, totalmente distinta, a partir de la Primera Guerra Mundial (1914 -1918).

Es con motivo del conflicto bélico cuando verdaderamente la ciencia del seguro de crédito hará sus mayores progresos. Posiblemente no exista en la historia de la economía un período en que se hayan constituido tantas sociedades nuevas como en los años posteriores al fin de la guerra. La causa de esta fiebre fundacional, fundamentalmente, hay que buscarla en la extraordinaria subida de valor de todos los artículos y mercancías que representaban una verdadera oportunidad de negocio.

No obstante, esa fase deviene marcada posteriormente con la gran crisis de 1929, escollo realmente infranqueable para muchas compañías aseguradoras.

Al respecto, es importante también recalcar la importancia que adquieren en ese momento, con independencia de que las compañías fueran totalmente privadas o no, la participación de los respectivos Estados, ya sea bajo fórmulas de vinculación societaria o de apoyo.

Con mayor profundidad, veremos la creación y evolución del seguro de crédito en España hasta nuestros días, por ser nuestro país el que en la actualidad goza de uno de los mayores ratios de penetración a nivel mundial en esta especialidad y, en capítulo posterior, analizaremos los distintos operadores que se reparten hoy el mercado junto con sus principales diferencias.

En realidad, el escenario de desarrollo económico y el del propio sector durante todo el siglo pasado vino determinado por la secuencia continua de las diferentes crisis desatadas en varias décadas, algunas realmente profundas y estructurales y, como no, por otras guerras tanto de ámbito local como de alcance internacional. Bajo ese prisma, puede decirse que resulta clave la aportación realizada por el ramo en el panorama económico internacional, por lo que aprovecharemos para hacer una foto al ranking asegurador a nivel mundial en nuestros días.

Inglaterra alcanzó gran prosperidad en esta especialidad. La técnica desarrollada por la mayoría de compañías se inspiraba en las de seguros clásicas pues habían adoptado el principio de la prima anual pagadera a principios de la anualidad asegurada, que también regía para los siniestros puesto que se pagaban cuando expiraba el primer año asegurado. Además, no aseguraban las pérdidas normales considerando que formaban parte del riesgo normal del asegurado y no cubrían más que las pérdidas que sobrepasasen la media de pérdidas normales. Preveían un máximo de indemnización global por año y por asegurado, e igualmente por comprador.

En lo referente a sus innovaciones específicas para el seguro de crédito destacan dos:

- Por un lado, la póliza no cubría ya una operación aislada o determinada sino que debía aplicarse al conjunto de las ventas a crédito, principio fundamental que hoy se aplica en casi todas las compañías de seguro de crédito modernas (salvo contadas excepciones)
- Por otra parte, se afinaron los principios de la selección de riesgos bajo un método dual de selección, o sea, buena experiencia en lo concerniente a los antiguos clientes y, para los nuevos, la obligación de aportar informes favorables con menos de dos meses de antigüedad provenientes de bancos o de sociedades especializadas de información

En 1903 las mencionadas Ocean Accident and Guarantee Corporation se convirtieron en *Excess Insurance Company*.

Caso especial representa la creación de *Trade Indemnity* en 1918, que actualmente existe integrada en el Grupo Euler-Hermes y el *Export Crédit Scheme* en 1919, que dependen del departamento de garantías del Ministerio de Comercio. En este caso, marcando tendencia luego para otros países, el Gobierno acepta la financiación de las exportaciones y garantiza de los riesgos políticos a la exportación. La gestión se le confió a un Departamento del Board of Trade, el Export Credit Guarantee Department (E.C.G.D.), que aún funciona bajo el mismo nombre.

En cuanto a la *Trade Indemnity* podría decirse que realmente se le debe mucho en el sector puesto que fue la primera que se independizó de los bancos, negándoles enérgicamente cualquier derogación de los términos de la póliza y la concesión de todo convenio modificativo según la cual las cláusulas de pérdida de derecho no pudieran invocarse en su contra. En este sentido, su sistema de simple cesión del beneficio de la póliza se convertiría en uno de los principios básicos del seguro de crédito contemporáneo.

Por otra parte, aunque ya existiera algún precedente, había adoptado el principio de globalidad y de la indemnización del siniestro sólo en el momento de la insolvencia declarada.

En **Alemania**, en 1905 , la *Globus Versicherung AG* de Hamburgo practica el seguro de crédito cediendo su cartera a la famosa Hermes cuando ésta se crea en 1917.

En 1923 se crea la *Rheinische Garantie Bank (AKV)* .

En 1926 el Gobierno alemán firmaba un contrato con el Banco de Crédito Hermes, S.A. de Berlín (se replantea de nuevo Hermes) y con la S.A. General de Seguros de Frankfurt am Main, para llevar a cabo el seguro de crédito al comercio exterior.

Esta es una nueva orientación dentro del sector imitada por las demás naciones pues aporta una solución definitiva:

El seguro puede ser concedido a todas las casas alemanas sin tener en cuenta la situación geográfica de sus centrales. Se estipulan pólizas especiales para cubrir los envíos destinados a los clientes de países extranjeros, sin considerar la nacionalidad del cliente. Las mercancías consignadas a un alemán residente en un país extranjero pueden ser aseguradas, con algunas restricciones, en el caso de envíos hechos a empresas alemanas cuando estén consignados por la central.

Estas compañías aseguradoras están protegidas doblemente, por sus reaseguradoras del país (y extranjeras) y, por el propio Gobierno alemán a través de una partida del fondo de garantía por el que se obliga a abonar la mitad de las pérdidas que sufran los aseguradores en el caso de riesgo normal y la suma entera en el supuesto de que deriven de riesgo catastrófico. De las pérdidas no cubiertas por el Gobierno se encargan las reaseguradoras y, si el fondo gubernamental se agota, esas compañías se comprometen en el contrato a atender las obligaciones pendientes de los asegurados.

El riesgo catastrófico estaba cubierto en los casos de: insolvencia del cliente extranjero como resultado de la guerra exterior, revolución o terremoto en su propia

nación, imposibilidad del exportador de verificar sus propios envíos como resultado de las medidas del Estado en su país que dificultasen la transferencia de fondos e imposibilidad del exportador de verificar sus envíos como consecuencia de moratoria que se pudiera establecer. En compensación de su responsabilidad en esos casos, el Gobierno y los reaseguradores, de mutuo acuerdo, se reservaban el derecho de desaprobación del seguro de esos riesgos para los envíos hechos a ciertos países o, como mínimo, a limitarlos acerca de las sumas a cubrir.

Así pues, como resultado de la guerra, el seguro de crédito alcanza un desarrollo muy positivo en Alemania y, por extensión, también en la antigua Polonia, Alsacia, Lorena y Luxemburgo.

Además, importantes operadores alemanes de esta modalidad de aseguramiento son autorizados para practicarlo en la Francia ocupada, Bélgica y Praga.

Más recientemente, en 1954, se crea la mundialmente conocida *Gerling*.

Francia destaca en esa época por presentar el fenómeno de crear compañías de gran envergadura que acaban abandonando el ramo.

Además de las ya citadas a finales del siglo anterior citar la creación en 1910 de la *Comptoir d'exportation de Roubaix* y es importante hacerlo por lo que aporta en materia de organización al elaborar el primer fichero de informes comerciales confeccionado por el organismo asegurador. Sin embargo, éste no tenía por única misión garantizar el buen fin de los créditos sino que concedía también créditos por lo que es realmente difícil saber si este fichero fue confeccionado, ante todo, en función de su actividad como asegurador de crédito...

Para 1923 inicia la *Nationale Compagnie d'Assurance – Crédit et de Reassurance de toute nature*, de la mano del grupo francés Nationale.

En el mismo año se funda, bajo los auspicios de la Association Industrielle Commerciale et Agricole, la *Assurance Francaise du Crédit* en Lyon, sociedad de seguros mutuos a prima fija contra los riesgos de pérdidas comerciales.

En 1924 se crea, por iniciativa del grupo de las Urbaine, *Urbaine Crédit*, cuya meta era seguir la técnica de la Trade Indemnity inglesa.

En 1927 la *SFAFC* (Société Francaise d'Assurances pour Favoriser le Crédit).

En 1946 la *COFACE* (Compañía Francesa de Seguros Crédito a la Exportación), que, siendo una sociedad nacional pero de economía mixta, está sometida a las disposiciones del código de comercio y a las leyes concertadas a las compañías de seguros aunque tutelada estrechamente por el gobierno francés.

En **Bélgica**, al margen de la *Compagnie Internationale d'Assurance Commerciale* fundada en 1909 y que suspendió sus operaciones en 1912 cuyo objetivo (en la línea del ejemplo francés) era garantizar el pago de efectos de comercio desde el vencimiento impagado.

No hubo creación de compañías privadas pero sí una iniciativa del Estado con la aprobación de la ley del 7 de agosto de 1921 se funda la Comision du DuCroire, con una misión limitada desde su origen en el tiempo: hasta 1926, la cobertura exclusiva de los riesgos de exportación a países de cambio depreciado.

Posteriormente, en 1929 se funda la *Compagnie Belge d'Assurance- Crédit*.

En **Holanda**, se constituye, en Amsterdam, en 1925 la *NCM* (Nederlandsche Credietverzekering Maatschappij), cuyos cambios societarios tendremos ocasión de comentar.

En 1932 el Gobierno holandés le confió la tarea de asegurar los riesgos políticos en la exportación. El sistema holandés difiere del alemán en el sentido de que es realmente la Compañía quien se hace cargo del riesgo político aunque está reasegurado al 100% por el Estado. No obstante, este matiz diferencial le otorga aquí libertad de acción a la aseguradora para con sus asegurados y sus reaseguradores .

En **Italia** aparece un ensayo en 1912 aunque relativo sólomente a la cobertura de riesgos hipotecarios, se trata de la iniciativa de la *Compagnia di Milano*.

Posteriormente, se crean en 1927 la *SACE* y la *SIAC* (Societa Italiana Assicurazione Crediti). El Estado confía a un organismo dependiente , el Instituto Nazionale della Assicurazioni, la tarea de cubrir el riesgo político, dejando el riesgo comercial para el operador privado y aceptando la cobertura de riesgos de exportación.

En 1948 se funda la *SIC* (Sociedad Italiana de Crédito).

3.1.3.1. España

Según citas de Manuel Maestro (4), uno de los mayores concedores del seguro en nuestro país, con carácter previo al nacimiento del seguro de crédito dentro de nuestras fronteras, surgió como antecedente el seguro subsidiario, autorizado por el artículo 749 del Código de Comercio y artículo 3º del Reglamento de Seguros de 1912, que lo define como el convenio o pacto por el cual una entidad aseguradora toma a su cargo el riesgo de la falta de pago de la indemnización que otra diferente está obligada a pagar a un asegurado, en virtud de un contrato de seguro realizado anteriormente, considerándose dicho seguro subsidiario como seguro directo a efectos de la Ley del Reglamento de seguros, la confirma el artículo 749 del Código de Comercio, en el que se expresa que el asegurado podrá asegurar el riesgo que pueda correr en la cobranza del primer asegurador. Podría decirse que este seguro subsidiario es, en cierto modo, una forma del moderno seguro de crédito, ya que por él se garantiza la solvencia de una compañía de seguros, por lo que hace al cumplimiento de su obligación de indemnizar los siniestros originados por un determinado contrato de seguros. Es la solvencia de la compañía aseguradora del riesgo primitivo la que se garantiza por razón del riesgo subsidiario, que deja de practicarse por haber sido absorbido por el seguro de crédito.

La primera aseguradora del ramo que se creó en España fue la **Compañía Española de Seguros y Reaseguros de Crédito y Caución, S.A.** (CyC) y nació en 1929, fecha ubicada entre dos guerras, la ya finalizada Primera Guerra Mundial y la que se iba a desencadenar poco después en nuestro territorio, la Guerra Civil Española (1936 -1939).

Para poder comprender la naturaleza de sus orígenes y su aportación posterior a nuestra economía se hace imprescindible retroceder brevemente históricamente a la situación nacional en las fechas que preceden a su fundación. Los efectos de la crisis social y económica que estaban haciéndose notar en España allá por 1920 se enlazan con los de otra procedente del extranjero. En el resto del mundo, los problemas de la recuperación económica y los derivados del pago de las reparaciones de la guerra obligaron a un reajuste de monedas que desembocó en una política de fuerte restricción de gastos, iniciándose una bajada de precios que afectó multisectorialmente. Lógicamente España también sufrió esa bajada, aunque en menor medida que el extranjero, lo que produjo dificultades económicas y políticas. Para atenuarlas, en 1922 se estableció un arancel proteccionista, haciendo recaer todo el peso de la solución en el comercio internacional. Dificultades de orden político llevan a la suspensión del régimen parlamentario y a la dictadura. Se implanta una política de protección industrial y de incremento del gasto público, con planes de carreteras y demás obras públicas que producen ocupación y prosperidad en los negocios, pero a costa del déficit financiero. En 1927 se produce una mejora en el cambio exterior debido a la entrada de capitales que, en espera de la revalorización de la peseta, provenían del extranjero. Poco después ese capital marcha y perjudica nuestra posición en el cambio internacional. La prosperidad se detiene. Coincidentemente con esa depresión se desencadena la crisis americana de 1929. (conocido como el Crack del 29).

En ese escenario, ese año, José Calvo Sotelo, al constituirse el primer Gobierno Civil de la Dictadura de Primo de Rivera fue nombrado Ministro de Hacienda y se crea el Banco Exterior de España para apoyar las exportaciones. El recientemente fundado BEE, necesitaba obtener la cobertura de los riesgos que pudieran tener los créditos que otorgaba a la exportación. Así pues, con la colaboración de 25 compañías de seguros generales, se crea esta Sociedad dedicada exclusivamente a esa modalidad. Empresa coparticipada entre las compañías y el Estado por lo que podía decirse que técnicamente actuaba en régimen de competencia ya que cualquier otra podía practicar esa misma clase de seguros o los dimanados del comercio interior. Así nació, como se la conoce hoy, Crédito y Caución, con el fin primario de incentivar el desarrollo del mercado español, garantizando las operaciones derivadas de ventas a crédito mediante la cobertura del riesgo de insolvencia del comprador, colocando a España así a la altura de países más desarrollados y desempeñando un papel importante en la fundación (1930) y desarrollo de la International Credit Insurance Association. Cuatro años después, en 1934, participa en la fundación de la Unión de Berna.

Lógicamente, a lo largo de este periplo de ochenta años de historia se han desencadenado momentos duros para el sector asegurador y para la propia Compañía en particular (Gráficamente, en el Anexo 2, podemos ver la evolución experimentada en la economía de nuestro país, junto con las preocupaciones de las

empresas a través de distintas campañas publicitarias donde, además del mensaje, se pueden apreciar los cambios en publicidad y en la identidad corporativa).

Sin ánimo de extendernos, por motivos obvios, diremos que la propia Guerra civil dejó huella en el seguro produciendo prácticamente una parálisis en la actividad aseguradora en general, al margen de una siniestralidad extraordinariamente desorbitada unida a impagos masivos de las primas fruto de la devastadora situación empresarial derivada de la guerra que conllevaba parejo un cese casi generalizado de las transacciones comerciales a crédito.

Posteriormente, tras un período de semi reactivación, estalló la Segunda Guerra Mundial que dura desde 1940 a 1945, con las consiguientes consecuencias, tareas centradas en la reconstrucción, planes de cooperación internacional y, por fin, aparece el Plan de Estabilización y Liberalización de 1959 que fue decisivo en la reorientación de la economía española aprovechando una economía mundial en expansión.

Tras diversas situaciones complejas para la entidad, en 1971 nace un segundo nuevo operador la **Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación, S.A.** (CESCE), como escisión de Crédito y Caución y dedicada a asegurar los créditos a la exportación, mientras que Crédito y Caución cubría las operaciones de crédito del mercado doméstico. En esta nueva entidad, posteriormente, entrarán en calidad de socios bancos como BBVA, BSCH y MUNCHENER RÜCK MUNICH Re GROUP, al margen del Estado Español como principal accionista y otras compañías de seguros como socios minoritarios .

En 1982 se constituye **Mapfre Caución y Crédito**, una de las sociedades que en la actualidad integran Mapfre Caja Madrid Holding de Entidades Aseguradoras, S.A.

Pero es realmente en 1984 cuando, con la publicación de la Ley de Ordenación del Seguro Privado, se produce un gran cambio y liberalización en esta modalidad, marcada por el principio de libertad de cobertura de los riesgos comerciales derivados de la exportación que conlleva la supresión de la exclusividad mencionada que había durado hasta ese momento

En el seguro de crédito a la Exportación, Crédito y Caución se situó diez años después (en el 2004 hasta hoy), también como el primer operador del mercado con mayor cuota de mercado por delante del que, por lo expuesto, tradicionalmente había sido el líder en el crédito a la exportación (CESCE).

España no se ha salvado de fracasos empresariales en la modalidad aseguradora. Se vió afectada en el último tercio del siglo pasado por los casos de La Mercantil de Seguros de Crédito y por el de Fianzas y Crédito Compañía de Seguros y Reaseguros, S.A. (en liquidación).

Posteriormente, en 1997, se abre el mercado de las aseguradoras de crédito y comienzan a operar en España grandes compañías multinacionales como Euler – Hermes (Francia), Coface (Francia) y Atradius (Holanda).

Al respecto veremos como Crédito y Caución, es líder en el sector en España desde su constitución con una cuota de mercado destacada y ha dado recientemente un giro radical internacionalizándose con la adquisición / integración de la multinacional Atradius, derivando así en un grupo multinacional con presencia en más de 40 países y ascendiendo al segundo lugar en el ranking mundial de la especialidad, donde, ostentaba previamente el cuarto lugar como compañía independiente operando hasta ese momento únicamente en España, Portugal y Brasil.

3.1.4. Siglo XXI

3.1.4.1. El mercado asegurador en el Mundo

En la actualidad en el mercado asegurador mundial existen numerosas compañías aseguradoras, si bien muchas de ellas trabajan englobadas, son participadas por las grandes multinacionales o tienen un tamaño comparativamente muy limitado.

Vamos a centrarnos pues, dada su relevancia e incidencia real, en los principales grandes operadores que copan la inmensa mayoría del mercado.

En el mercado mundial aparecen tres grandes grupos que operan en diferentes países, son, por orden de cuota de mercado en primas:

- El líder es **Euler – Hermes** con un 33% del mercado mundial. Citados con anterioridad sus orígenes únicamente añadir además que actualmente incorpora sociedades locales en distintos países (SIAC Italia, Trade Indemnity UK, ACI E.E.U.U.)
El Grupo Allianz es su accionista principal a través de su participación en el Grupo AGF
- La segunda multinacional es el Grupo **Atradius** resultante de la anterior fusión entre la holandesa NCM y la alemana Gerling; hoy está presente en 44 países con establecimiento propio
Su mayor tenedora accionarial desde el año 2005 es **Crédito y Caución**, S.A., dentro de Atradius Insurance Holding NV, estando participada a su vez como socio mayoritario por el Grupo Catalana Occidente
Conjuntamente, a nivel grupal, representan el 31% de la cuota mundial
- **Coface** es la tercera gran aseguradora. Actualmente está presente en 60 países con establecimiento propio y un 18% del mercado mundial
Dentro de su accionariado destaca Natixis, conformando capital grupal de entidades financieras como Banque Populaire o Caisse d'Épargne

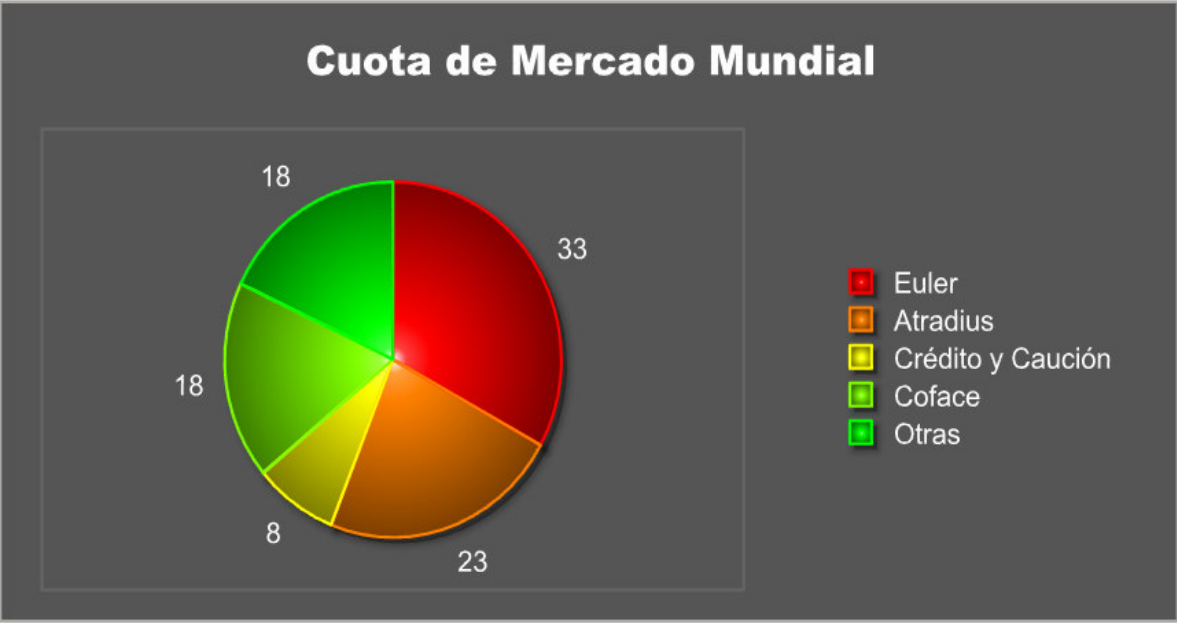


Gráfico 1 Cuota de Mercado Mundial de las compañías de Seguros de Crédito en base a su volumen de primas. Datos 2007. Fuente: ICISA

Con la citada integración en los últimos tiempos de Atradius / Crédito y Caución la composición actual resultante es la siguiente:

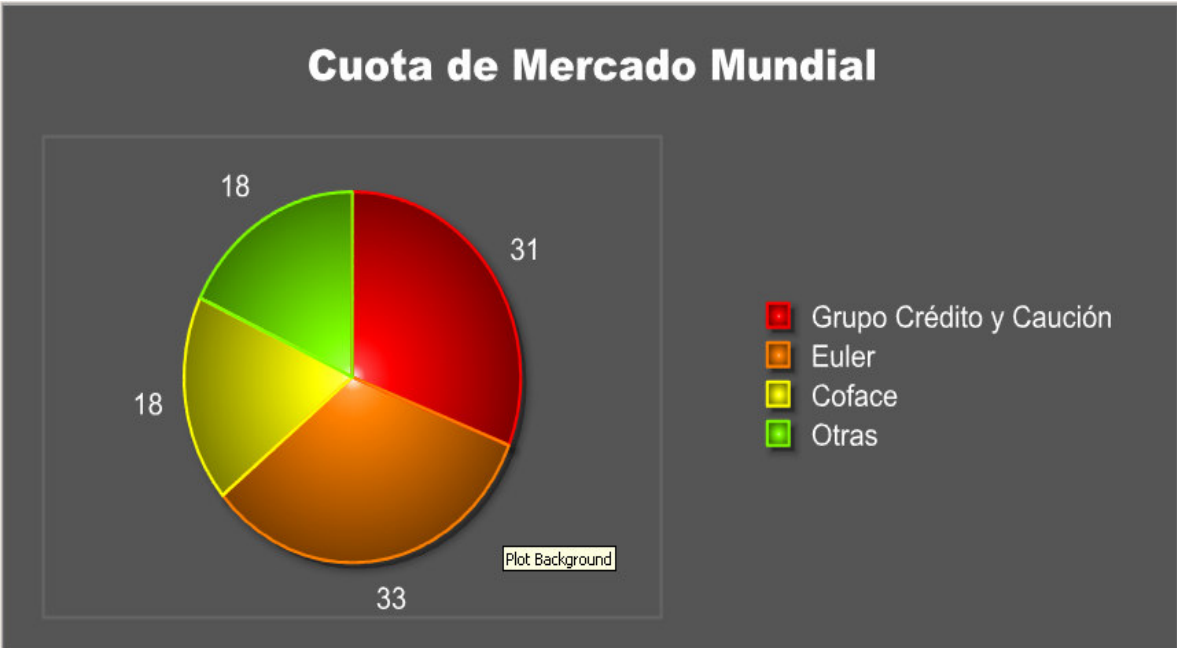


Gráfico 2. Cuota de Mercado Mundial de las compañías de Seguros de Crédito en base a su volumen de primas. Datos 2007. Fuente : ICISA

El mercado mundial del seguro de crédito en primas, por países, se reparte como representa el siguiente gráfico:

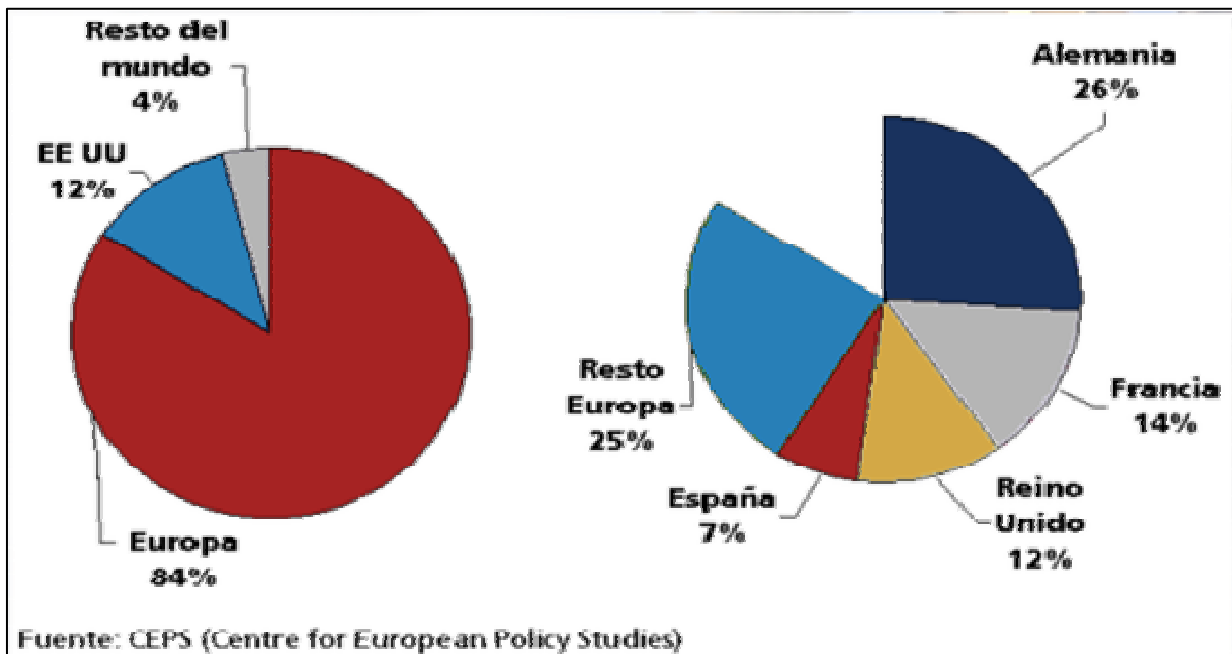


Gráfico 3. Cuota de Mercado por países de las compañías de Seguros de Crédito en base a su volumen de primas. Datos 2007. Fuente: CEPS (Centre for European Policy Studies)

Otros datos macroeconómicos a destacar son el Grado de penetración en el P.I..B.: que es de un 0,06% y la Cuota mundial del 7% (siendo el 5º mercado).

3.1.4.2. El mercado asegurador en España

En la línea de lo apuntado en el mercado asegurador español conviven las tres grandes multinacionales citadas junto con las compañías tradicionales locales como son Crédito y Caución, líder del mercado con un 57% de cuota de mercado, CESCE con un 18% y Mapfre Caución y Crédito con un 14%.

La novedad ya anticipada en el mercado asegurador en España por la que Crédito y Caución adquirió la parte mayoritaria del accionariado de Atradius a nivel mundial supuso la reducción del número de operadores del seguro de crédito en España a cinco.

El alto grado de penetración de esta modalidad en España (del orden del 20%) tiene mucho que ver con la propia composición del tejido empresarial nacional ya que aproximadamente el 90% de las sociedades son PYMES.

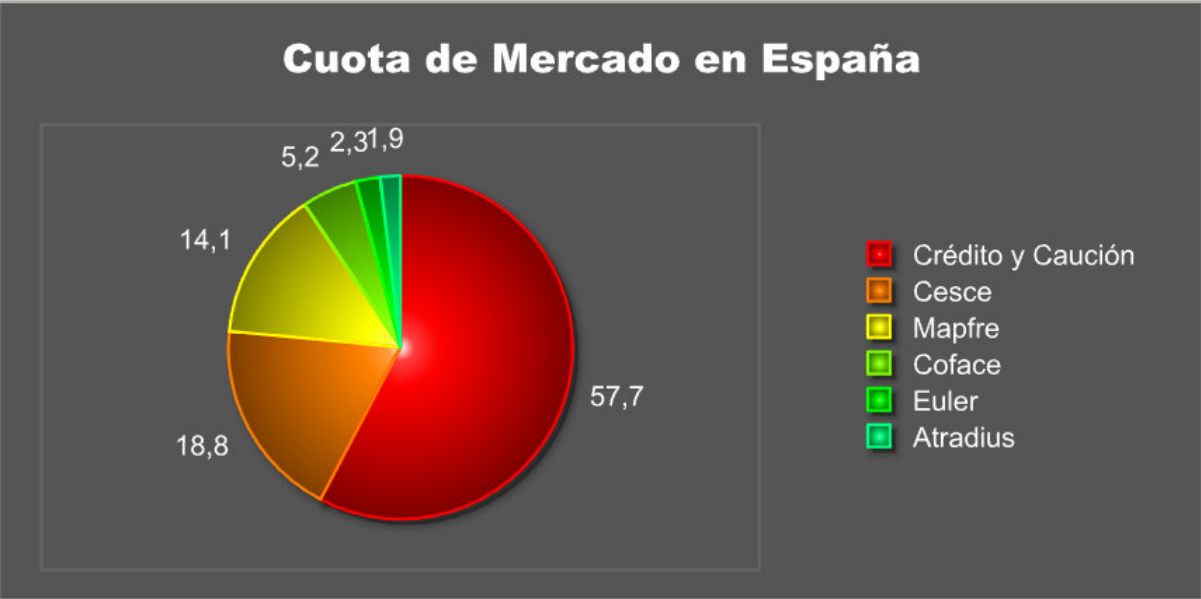


Gráfico 4. Cuota de Mercado en España de las compañías de Seguros de Crédito en base a su volumen de primas. Datos 2007.
Fuente :Datos extraídos de la memoria anual de los distintos operadores.

Con la citada integración en los últimos tiempos de Atradius / Crédito y Caución la composición actual resultante es la siguiente:

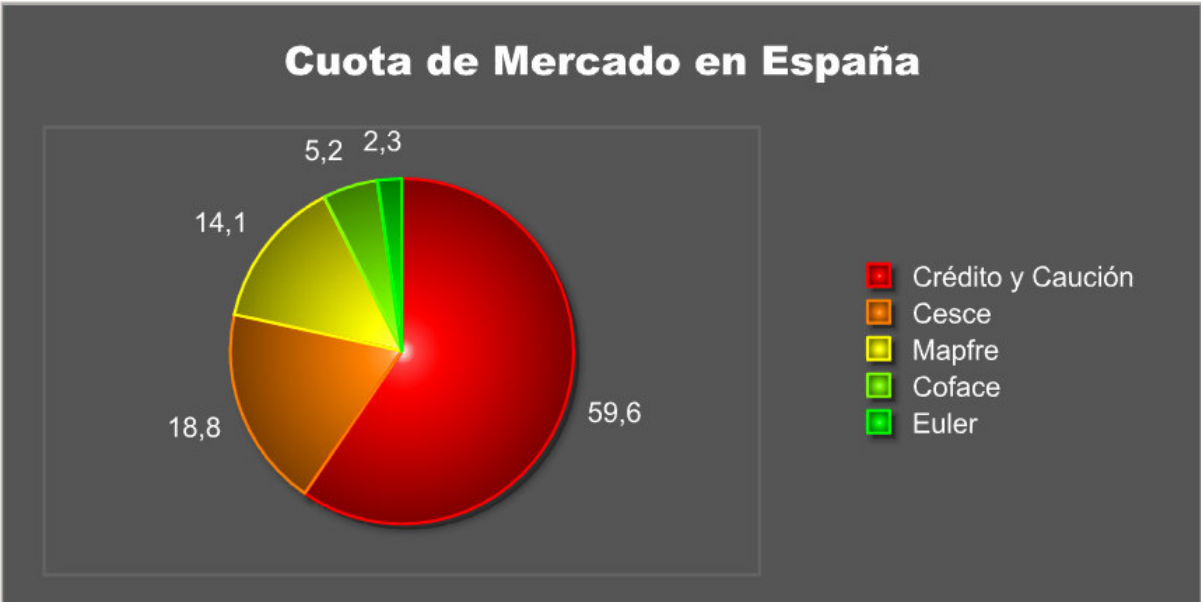


Gráfico 5. Cuota de Mercado en España de las compañías de Seguros de Crédito en base a su volumen de primas. Datos 2007.
Fuente : Datos extraídos de la memoria anual de los distintos operadores

La evolución de la cuota de mercado en el seguro de crédito, tanto en el seguro de crédito interior como en el seguro de crédito a la exportación, ha confirmado la posición de liderazgo en los últimos años del principal operador si bien la entrada de sus competidores ha introducido componentes de competitividad muy elevados en el sector.

A pesar de estar inmersos en un mercado con fuerte competencia se ha mantenido estable la distribución de las cuotas como veremos en el cuadro a continuación con una ligera modificación debido a los ajustes del mercado. No obstante, este panorama puede cambiar en el corto plazo dado que la actual crisis económica ha tenido una fuerte influencia tanto en el impacto operativo de las compañías como en sus propias carteras de asegurados cuyas causas, medidas adoptadas y consecuencias tendremos oportunidad de analizar al final del estudio en el apartado de conclusiones.

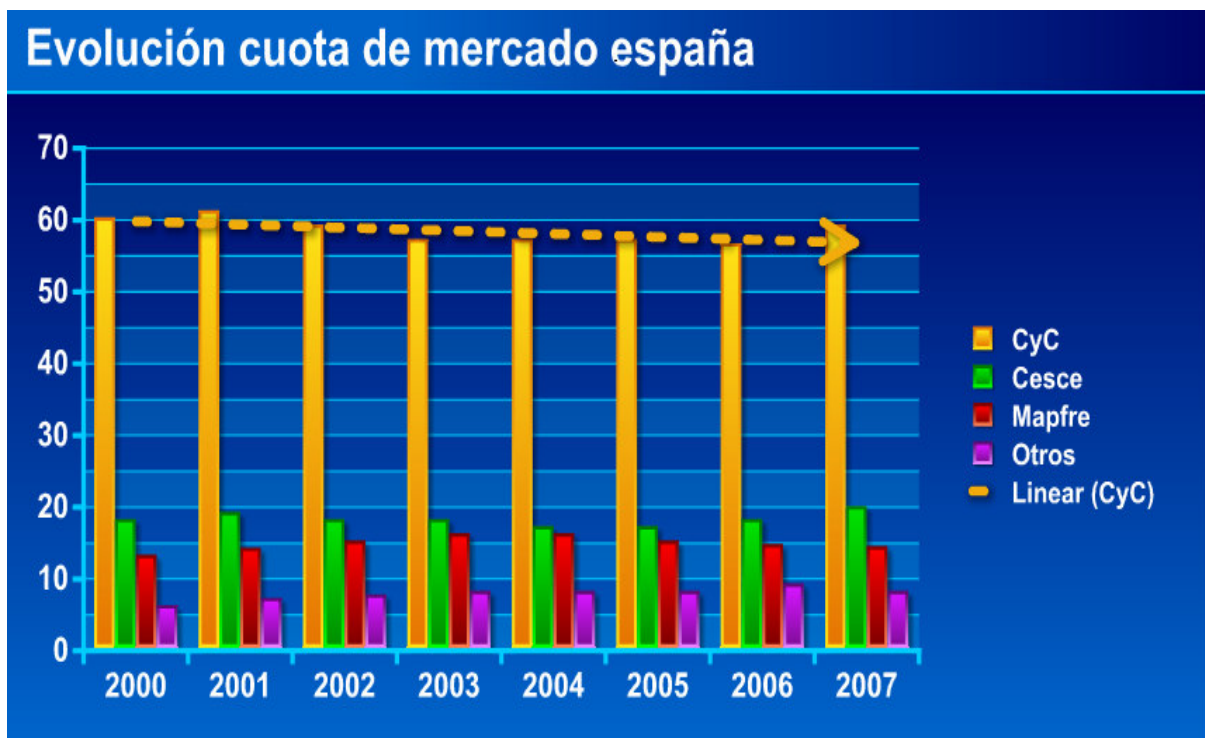
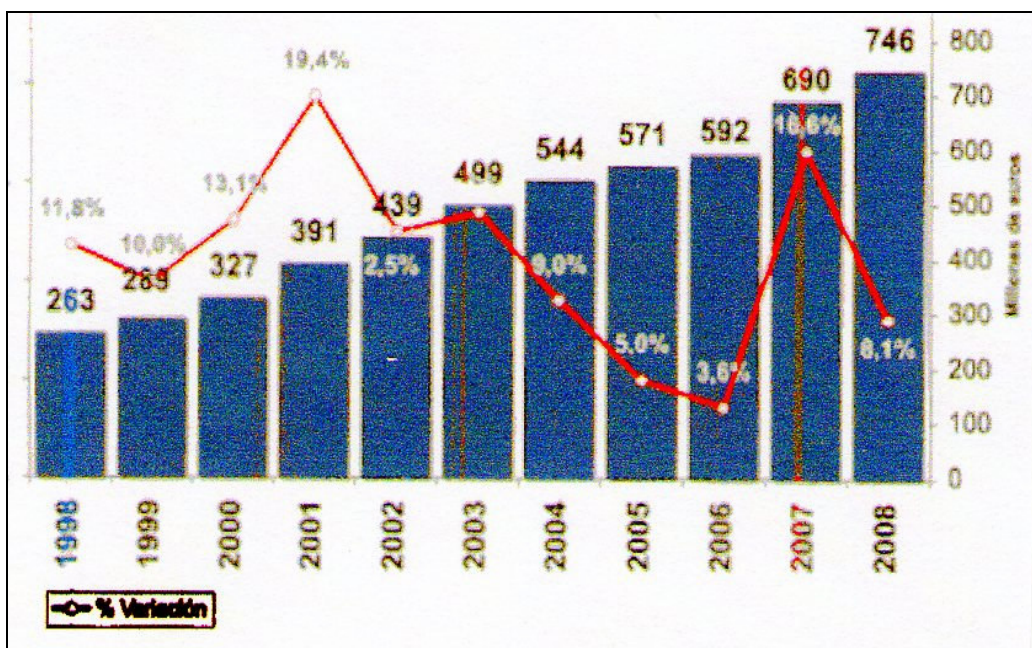
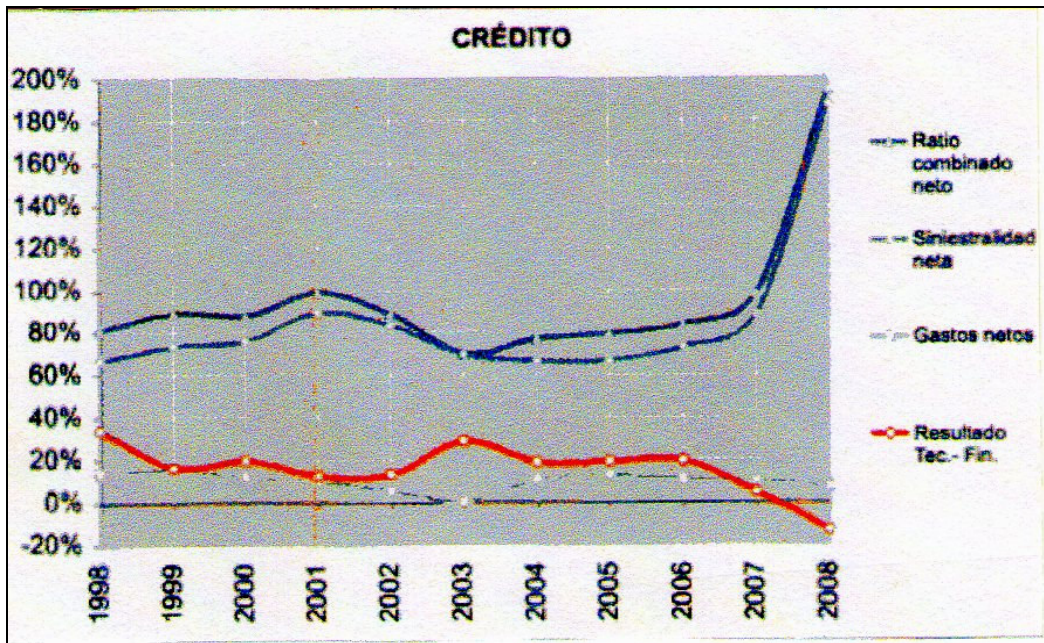


Gráfico 6. Evolución de la Cuota de Mercado en España de las compañías de Seguros de Crédito en base a su volumen de primas. Datos 2000-2007.
Fuente: Recopilación de los distintos datos extraídos de las memorias anuales de los operadores en ese período de tiempo.

En la página posterior se exponen distintos datos del Seguro de Crédito en España donde se refleja la situación actual del sector derivada del cambio de ciclo económico actual. Por este orden se citarán : Indicadores Básicos del Seguro de Crédito, Evolución del resultado del ramo Crédito % sobre primas imputadas netas y, por último, la Evolución de las primas devengadas en el Seguro directo.

Fuente: Instituto de Ciencias del Seguro, informe EL MERCADO ESPAÑOL DE SEGUROS en 2008 (julio 2009) elaborado por Fundación Mapfre a partir de la DEC.

Indicadores básicos (% sb primas)	2007	2008
Incremento primas	16,6 %	8,1 %
Retención	53,7 %	52,8 %
Siniestralidad bruta	80,1 %	180,6 %
Gastos brutos	20,1 %	18,4 %
Explotación	30,4 %	30,0 %
Siniestralidad neta	88,6 %	188,1 %
Ratio combinado neto	98,9 %	195,3 %
Rdo. financiero	10,3 %	10,7 %
Rdo. técnico-financiero	4,6 %	-13,5 %



4. Operativa del Seguro de Crédito actual

En este apartado vamos a contestar a diversas cuestiones fundamentales desde un punto de vista de práctico con su correspondiente argumentario, como por ejemplo:

¿Para qué sirve en la realidad el seguro de crédito?, ¿cómo se articula una venta a crédito?, ¿cómo afecta internamente a las empresas? o ¿qué valores añadidos aporta el aseguramiento de las ventas?, ...

Para ver su alcance, primero debemos remitirnos a lo especificado en el capítulo legislativo y recordar dos datos relevantes: por un lado, el Seguro de Crédito es contratado por cuenta propia por lo que Tomador / Asegurado son la misma persona y, por otro, dada su pertenencia a Grandes Riesgos lo estipulado en el Condicionado (General – Particular - Especial) adquiere rango regulador.

Así pues, es evidente que existe una fase crucial en el nacimiento de la relación contractual entre Asegurador y Asegurado puesto que en función de la declaración formulada por el Asegurado en la Solicitud de Seguro, que forma parte integrante del contrato, se marcará la relación contractual y el propio marco asegurador.

En ese sentido, destacar que la existencia de reservas o inexactitudes liberará a la Compañía de las obligaciones asumidas bajo el contrato.

Adquiere especial relevancia la recogida de información, habitualmente realizada por la mediación, ya que su contenido informativo debe ofrecer base suficiente al operador para que fije el precio del seguro, las coberturas y contemple todas aquellas situaciones especiales que se puedan recoger en póliza.

El objetivo es cubrir las operaciones de compraventa en firme de bienes y servicios a crédito entre empresas dentro del mercado y las coberturas establecidas en póliza, cubriendo el riesgo comercial a corto/medio plazo, y las condiciones que marca el propio contrato de compraventa (ver relación de exclusiones de forma genérica).

Riesgos excluidos de cobertura:

Dado que ya están relacionados específicamente dentro de los propios contratos citaremos sólo someramente que existen diversos riesgos que quedan excluidos por:

1. Causas relativas al comprador (Administraciones Públicas, clientes particulares, clientes no clasificados por la aseguradora, ventas realizadas a empresas vinculadas sobre las que el tomador ejerza un control efectivo mediante participación de capital o gestión directiva)
2. Circunstancias relativas a la operación (operaciones al margen del negocio asegurado, con cobro anticipado o al contado y operaciones inferiores a la cifra mínima de crédito individual estipulada por contrato)
3. Por la propia naturaleza del riesgo (intereses o penalidades de todas clases, riesgos catastróficos o de actos de terrorismo y riesgos de cambio)

El Seguro de Crédito es, por tanto, una herramienta de servicio a todas las empresas que facturen a crédito sus operaciones de venta de productos o prestación de servicios.

Gráficamente vemos a continuación cómo interactúan en el circuito operativo, el papel funcional que desempeña el seguro de crédito (encuadrado) y, finalmente, el flujo económico con los distintos intervinientes en una transacción comercial realizada a crédito:

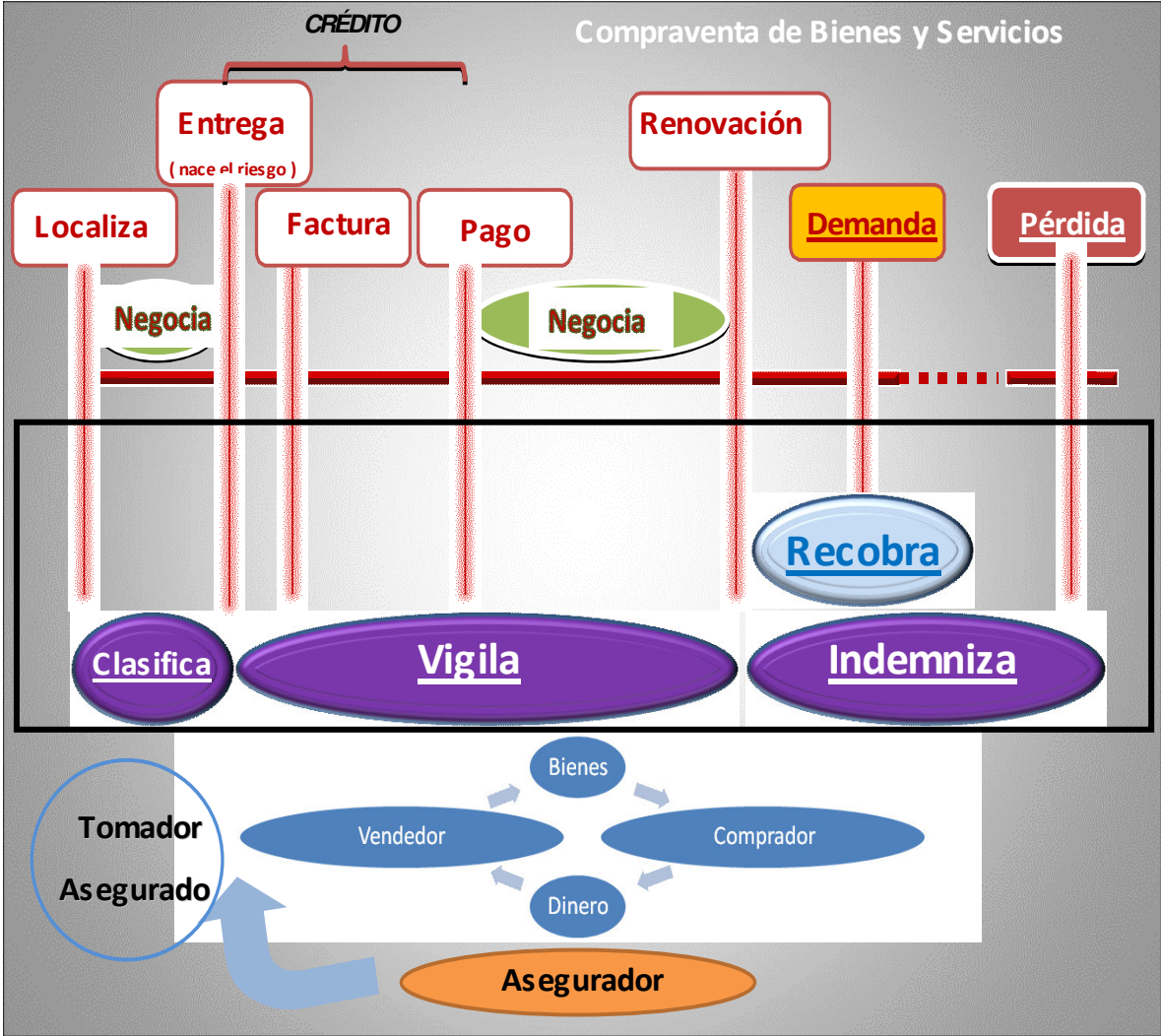


Gráfico 7. Circuito habitual de una operación comercial relacionado con las distintas funciones del seguro de crédito.

Esta actividad aseguradora se diferencia del resto de ramos por la no limitación a la indemnización de la pérdida acaecida, sino que extiende una serie de servicios que permiten una generación de valor en distintas áreas de la empresa.

4.1. ¿Para quién adquiere un papel relevante, dentro de las empresas, el Seguro de Crédito?

Area Comercial

Los responsables comerciales necesitan un paraguas para poder penetrar sin riesgo que ponga en peligro el balance de su empresa en nuevos mercados o en mercados lejanos en los que no tienen experiencia. De otra manera la cifra de ventas sería con toda probabilidad inferior por acción del principio de prudencia, impuesto por el resto de áreas de la empresa.

Ayuda a asumir objetivos de crecimiento bajo las premisas de un especialista, con profundo conocimiento de los distintos mercados.

Area Financiera

Destacar que la contratación de este tipo de seguros comporta minimizar contablemente en la cuenta de resultados el eventual impacto derivado de los impagados que, de ser relevante, puede poner en peligro un proyecto empresarial dado que la probabilidad de que se pueda producir un acontecimiento futuro, incierto puede provocar un perjuicio en el patrimonio o en las expectativas de beneficio esperadas (**desde este punto de vista es vital para los Accionistas** para proteger y rentabilizar sus inversiones).

Por otro lado, tiene un efecto positivo desde el primer día en la estructura de costes de la empresa: permite una externalización del control de riesgos comerciales y, con ello, la reducción de los costes fijos.

En otro orden de cosas, favorece la negociación de las necesidades de financiación con entidades bancarias (algo que hoy por hoy representa un auténtico quebradero de cabeza para las empresas).

4.2. Funciones del Seguro de Crédito

1. **Prevención:** Información Comercial y Económico / Financiera de las empresas + Experiencia en pagos. (Vigilancia preventiva continuada)

Posibilita una optimización en la toma de decisiones de los clientes. El asegurador realiza sus estudios de solvencia de los clientes lo que unido a su experiencia propia posibilita el establecimiento de un límite de crédito. Posteriormente, realiza un seguimiento del cliente informando en todo momento al Asegurado de los cambios de solvencia de su cliente que puedan suponer un riesgo de impago (ello se transfiere a través de la modificación del límite de riesgo concedido).

2. **Indemnización** : Siniestros.

Para garantizar una estructura de balance equilibrada, el seguro indemniza la pérdida garantizada en un plazo reducido. El asegurado traspaasa así el riesgo de insolvencia de sus clientes al asegurador.

3. **Recobro**: Recuperaciones y asistencia jurídica (Salvamento).

La empresa asegurada descarga en la aseguradora todas las gestiones de recuperación de la deuda, soportando ésta inicialmente todos los costes derivados de la reclamación al deudor. Al externalizar la gestión de cobro, se produce simultáneamente una reducción de costes de personal. Las empresas depositan así todas las gestiones de recobro en su aseguradora quien las ejecuta a través de sus redes de abogados o gestores de recobro.

Aunque se interrelacionen, puede decirse que la importancia de cada una de estas funciones es específica en esta modalidad aseguradora mientras que en el resto de los ramos aseguradores la función Indemnizatoria es prioritaria y relega un segundo plano el resto. Comparativamente, en el seguro de crédito la Prevención y Salvamento están, por importancia relativa, como mínimo al mismo nivel que la meramente Indemnizatoria.

Todas adquieren mayor relevancia en circunstancias coyunturales como la actual donde el deterioro empresarial conlleva implícitos elevados índices de morosidad.

4.3. La percepción del Seguro de Crédito por parte de las empresas

Existen distintas percepciones o tendencias sobre el riesgo crediticio que vienen definidas por la propia filosofía dentro de cada sociedad y que, al final, son las que determinan las necesidades para establecer una protección.

A continuación veremos esquemáticamente la aportación que hace el seguro de crédito en cada caso.

- Protección integrada en la cultura de la empresa:
 - Relación de continuidad
 - Herramienta de gestión integrada en la estrategia comercial

- Protección puntual:
 - Mala situación económica
 - Aumento de las incidencias del sector
 - Uso ocasional del seguro, se asume puntualmente un coste

- Protección desde la óptica de beneficios tangibles:
 - Dependiendo de la morosidad del ejercicio y el coste del seguro
 - Es un seguro con un coste significativo
 - Externalización de la gestión de créditos. Repercusión en la cuenta de resultados pasando de ser un coste fijo a un coste variable
 - Externalización de las gestiones de recobros y servicios jurídicos

- Protección en sectores caóticos o desorganizados:
 - Permite la implantación de un rigor administrativo y contable (como consecuencia de una desorganización administrativa los clientes no respetan los plazos de pago)
 - Permite huir de la cultura de favores

- Protección desde un rol de autoridad:
 - Presión psicológica y real de estar asegurado por una gran compañía
 - Medio de protección para el conjunto del sector

- Protección en Grandes Clientes y con prestigio:
 - No existe percepción de impagados
 - Estos Clientes que ponen en riesgo la continuidad del negocio

- Protección con cartera de clientes diversificada :
 - La gestión de crédito en estos clientes está abandonada y es dificultosa
 - El seguimiento de morosos no es rentable

4.4. Aportaciones básicas del Seguro de Crédito moderno

- Prospección de clientes y mercados
- Vigilancia y control permanente de los riesgos comerciales
- Contar con una amplia red de gestión de cobro de impagos
- Fijar una política financiera a corto plazo
- Seguridad de ingresos por actividad comercial

4.5. ¿Cuál es el mejor momento para la contratación de un Seguro de Crédito?

Tal y como hemos visto, podría decirse que SIEMPRE:

- En períodos de crecimiento económico representa una protección integrada en la cultura de la empresa como una herramienta de gestión, apoyo y asesoramiento
- En períodos de recesión económica aporta una protección ante una mala situación económica, el incremento de la morosidad y el creciente incumplimiento de pagos ...

5. Principales productos complementarios y/o compatibles con el Seguro de Crédito

Sin entrar a valorarlas comparativamente con el seguro de crédito estableciendo ventajas e inconvenientes haremos una aproximación superficial de otras figuras contractuales afines que están vigentes y de moda en la actualidad.

5.1. Factoring

En líneas generales, el contrato de factoring es, básicamente, aquel contrato por el que un comerciante o fabricante cede a un factor (empresa de factoraje), sus derechos sobre créditos a cambio de que la sociedad de factoring se los abone anticipadamente, pero deduciendo de este importe una comisión.

El factoraje o factoring es un producto financiero que los bancos ofrecen a las empresas. Supone dar dos servicios: administración de cobros y financiación. A través de esta operación, una empresa o comerciante contrata con un banco o entidad financiera la gestión de todos sus cobros y el adelanto de los mismos a cambio de un interés. El factoring es la prestación de un conjunto de servicios administrativo-financiero que realiza la Compañía de Factoring a un Cliente (empresa vendedora), respecto de la facturación a corto plazo, originada por la venta de mercancías o prestación de servicios y que le cede la citada empresa vendedora a la Compañía de Factoring.

Consiste en la compra de los créditos originados por la venta de mercancías a CP.

Según cita M^a Isabel Candelario existen distintas Modalidades de factoring (5) :

- En función de la asunción final del riesgo, existen dos modalidades: Factoring con Recurso o sin Recurso. En el primer caso, con recurso, el cliente o comerciante asume el riesgo de insolvencia de créditos cedidos al factor y, por tanto, sería compatible con el Seguro de Crédito. En cuanto al factoring sin recurso, más bien cercano a un producto competidor del Seguro de Crédito (modalidad más habitual), el factor o entidad financiera asume el riesgo de los créditos de insolvencia de los créditos cedidos por su cliente
- En otro orden de cosas, si se analiza en atención al destino de las ventas tendríamos el factoring nacional (cuando el crédito cedido al factor corresponde a una operación realizada entre empresas del mismo país) o internacional (cuando los créditos cedidos al factor se acogen a operaciones de comercio internacional, siendo el cliente y el deudor, residentes en distintos países; en una exportación, el factor del cliente – factor exportador – subcontrata la operación global con una empresa de factoring que reside en el mismo país del deudor. Es esta segunda empresa – factor importador- la que asume el riesgo de insolvencia y quien realiza las gestiones de recobro
- Por último, visto en función del momento del pago de los créditos tendríamos el factoring con pago al cobro (pay as paid), factoring con pago al cobro con una fecha límite; factoring con pago al vencimiento o a una fecha predeterminada

5.2. Crédito documentario

Conceptualmente es un documento emitido por un banco que obrando a petición de un cliente y de conformidad con sus instrucciones se obliga a:

1. Efectuar un pago a un tercero o a su orden, a pagar o aceptar letras de cambio que libere el beneficiario
2. Autorizar a otro banco a realizar las actividades anteriores

Su uso está delimitado a operaciones de exportación.

Cuando es irrevocable el banco emisor pagará el crédito siempre que el beneficiario presente los documentos requeridos, no pudiendo modificarse sin acuerdo entre el ordenante y el beneficiario.

La carta de crédito o crédito documentario es un instrumento de pago independiente del contrato que dió origen a la relación entre las partes negociantes, es decir, el comunmente llamado contrato de compra-venta internacional. Tiene sustento legal en las Reglas y Usos Uniformes Relativos a los Créditos Documentarios – UCP 600 de la ICC (International Chamber of Commerce), conocidas popularmente en conjunto como la brochure 600.

Puestas en relación con los demás instrumentos de pago normalmente utilizados en el curso de operaciones de comercio internacional (como las Cobranzas – UCP 522, Ordenes de Pago, Transferencias, ...), los Créditos Documentarios ofrecen la mayor seguridad en cuanto al riesgo de cobro.

5.3. Confirming

Se trata de un servicio que ofrece una entidad financiera que en realidad es un contrato de gestión de pagos mediante el cual el banco se compromete a realizar las gestiones administrativas necesarias que requiere su cliente para el pago y control de las facturas emitidas por sus proveedores.

Nos hallamos de este modo ante una operación financiera consistente en confirmar a un vendedor que asume el pago de una operación de compra-venta por cuenta de un tercero, con el que concierta el reembolso una vez que haya vendido el equipo o mercancía objeto de la compra-venta.

Se entiende por tanto, como aquel sistema de pago que utiliza un cliente con la mediación de una entidad financiera a la que notifica las facturas confirmadas para pagar a sus proveedores con anticipación a su vencimiento natural.

Su uso es frecuente en empresas que tengan diversificados sus proveedores y que desean dilatar el pago o que tengan un sistema de pagos complejo.

No hay que confundir esta modalidad con *los pagos confirmados* o *pagos domiciliados*, éste de menor vinculación en la responsabilidad del pago por parte de la entidad financiera. El confirming equivale a un pago certificado con la diferencia de que aquí el banco avala el pago al proveedor. De hecho, se trataría de un factoring inverso puesto que lo inicia el cliente y no el proveedor. En consecuencia, en inglés, este servicio se denomina Reverse Factoring y no, como podría pensarse, Confirming.

Es un servicio desarrollado básicamente en España desde los años 90 que se ha ido divulgando en todo el mundo a partir de la expansión internacional de las grandes entidades bancarias españolas, especialmente en el Sur de Europa y Latinoamérica.

6. Autoseguro

Se entiende por autoseguro cuando una empresa (persona física o jurídica) sustituye la actividad aseguradora de un tercero (compañía de seguros) sobre sus bienes a través de la constitución de un fondo económico especial, dotado con aportaciones de sus resultados. Las cantidades y dotaciones destinadas a la financiación del autoseguro contablemente tienen el carácter de provisiones.

Por tanto, con el autoseguro, podría decirse que la propia empresa se constituye en aseguradora de sí misma.

Para que tenga cierta efectividad, debe complementarse con algunos de los mecanismos preventivos anteriormente descritos y otros que enumeraremos a continuación.

No obstante, este sistema es relativamente poco utilizado por las grandes empresas. Principales motivos:

- Por un lado, prefieren tener la cobertura de sus riesgos por un sistema de póliza gestionado por un especialista en la materia (es decir, de la compañía aseguradora), que disponga de más medios e información diversa en mayor abundancia sobre la inmensa mayoría de las empresas, puesto que va retroalimentando constantemente su base de datos con la experiencia de otros proveedores – sus asegurados –
- Por otra parte, y por una cuestión meramente económica, para no tener que tener inmovilizados elevados importes, al margen de que por elevada que sea la dotación del fondo nunca se tendrá la certeza de que sea suficiente para compensar las eventuales pérdidas que puedan producirse por concepto de impagados
- En tercera instancia cabe recordar que España el coste del seguro es considerado como un gasto fiscal, mientras que el fondo de autoseguro sufre una serie de limitaciones de acuerdo con lo establecido en el Reglamento del Impuesto de Sociedades sobre provisión para insolvencia, puesto que realmente dicho fondo es una reserva en tanto no se produzca el siniestro

Desde el punto de vista del colectivo de la PYME, a pesar de la notoriedad de los operadores de crédito en el mercado, es posible que éste aún no posea un total conocimiento sobre qué puede aportar un seguro de crédito a la gestión empresarial.

Tal y como puede extraerse de los niveles de penetración referenciados de esta actividad todavía hay un largo camino por recorrer puesto que existe una gran cantidad de empresas que no cuentan con una póliza de seguro de crédito .

En cualquier caso, sin entrar a valorar sus causas (sea porque no lo conocen, porque ha declinado su contratación, por costes o simplemente porque no encuentran un operador a quien interese su perfil de riesgos), vamos a ver cuáles son las herramientas que utilizan las empresas para intentar hacer un seguimiento de su cuenta de clientes a crédito .

6.1. Principales mecanismos con que cuentan las empresas, sin Seguro de Crédito, para controlar su cartera de clientes

1. Informes comerciales
2. Registros de morosos en asociaciones empresariales
3. Los propios representantes y agentes comerciales
4. Referencias de las entidades bancarias con las que trabajan
5. Otros proveedores del mismo cliente
6. Conocimiento y experiencia propia en el sector (creen que saben quien les pagará y quien no)
7. Condiciones especiales en casos donde exista un elevado riesgo para la empresa (avales, garantías , créditos documentarios, ...)
8. Empresas especializadas en recobros o departamentos jurídicos internos
9. Negociación individual de la deuda

Es evidente que la mayor parte de ellos están sesgados por su propia naturaleza: algunos porque sólo analizan una información estática que obedece a un período muy concreto de la vida de sus clientes, otros viciados por existir intereses paralelos en sus fuentes (lo que les resta efectividad en ambos casos) y otros resultan inadecuados por tener costes económicos excesivos; al margen de no constituir garantía real alguna de cobro en el caso de que se produzca finalmente el impago (salvo ciertas modalidades de los detallados en el punto nº 7).

7. Canales de Distribución. Mediación

Como veremos en este capítulo existen distintas formas de comercialización dentro de la modalidad que, en algunos casos, constituyen una verdadera marca de identidad entre los operadores existentes. Esta distinción es más evidente si comparásemos en bloque las compañías nacionales con las multinacionales que hace poco más de 10 años están operando en nuestro país, aunque dentro de los propios operadores nacionales también existen diferencias en cuanto al peso específico de las aportaciones de producción de cada canal de venta lo cual, en definitiva, no deja de ser un hecho diferencial en sus formas individuales de concebir este negocio.

Probablemente algo tiene que ver el hecho de que se trate de compañías multirriesgo o, en la práctica, sean casi monoproducción. No obstante, ya vamos a anticipar que hoy no existen compañías que exploten un modelo monocanal, actualmente todas tienen implementada la estrategia multicanal, aunque con orientaciones y pesos específicos distintos.

Según hemos podido comprobar a lo largo de la exposición se trata de una modalidad con grandes peculiaridades y que, en líneas generales, poco tiene que ver con el resto de productos de la industria aseguradora.

En este caso, por su principio de globalidad en el aseguramiento de las ventas, va a cubrir los riesgos derivados de toda la actividad crediticia de la empresa asegurada con sus clientes (con las salvedades ya detalladas en el apartado de exclusiones).

El alcance de estas coberturas, que puede derivar en una siniestralidad de frecuencia y/o severidad, como en estos momentos, y vendrá determinado, entre otros factores, por la salud de la que goce el sector de actividad en el que operen los asegurados, así como aquellos a los que vayan dirigidas sus ventas, por la duración de los créditos con que operen, la mayor o menor facturación del tomador, por la diversificación de su cartera de clientes, por su propia distribución geográfica, por la incorporación de nuevos clientes fruto de su trabajo en la prospección de nuevos mercados y por la propia dinámica de repetición de operaciones o continuidad en el tiempo de sus clientes históricos.

En este sentido, ya puede adivinarse que realmente existe una relación continua entre asegurado / asegurador, con constantes modificaciones e incorporación de nuevas operaciones, aunque bien es cierto que en la actualidad las plataformas tecnológicas de los operadores de crédito son tan potentes y han evolucionado de tal modo que prácticamente la inmensa mayoría de las transacciones se efectúan bidireccionalmente on-line con respuestas casi inmediatas a tiempo real.

El mercado exige, aparte de precio, información, velocidad en las respuestas y resolución efectiva a sus problemas o necesidades.

Los respectivos servicios propios on-line, con distintos aplicativos, son: CYCRED – CREDITO Y CAUCION, CESNET – CESCE, CLAVEMAP – MAPFRE, COFANET – COFACE, EOLIS – EULER y SERVNET – ATRADIUS.

Los mediadores también tienen acceso a estas herramientas desde donde pueden asesorar a los asegurados trabajando la evolución de los contratos que intermedian.

Es ahí donde la figura de la mediación especialista adquiere una especial relevancia y se hace totalmente imprescindible debiendo hacer necesariamente un seguimiento para actuar de nexo entre tomador y compañía.

Desde este punto de vista, podemos concluir que su participación en la vida del contrato es total, no se puede circunscribir o limita únicamente, como en otras modalidades aseguradoras, al estudio inicial del riesgo y su contratación o a las negociaciones de continuidad en las fechas de efecto de las sucesivas anualidades sino que adquiere preponderancia en el día a día de la relación ya que la incorporación de nuevas operaciones es constante y éstas son cambiantes sufriendo muchas variaciones desde su fase inicial.

7.1. La actual Ley de Mediación: aspectos destacables

Antes de entrar a comentar propiamente los canales que comercializan esta modalidad haremos referencia, a título informativo, a lo estipulado en la actual legislación vigente. En España la regulación fue modificada en la Ley de Mediación de Seguros y Reaseguros Privados 26/2006 del 17 de julio, dentro de las bases de armonización de la actividad en la Unión Europea regida por la Directiva 2002/92/CE del Parlamento Europeo, naciendo como consecuencia de la evolución en los últimos años de la actividad aseguradora y de la propia mediación que determinó la aparición de algunas prácticas que no estaban previstas con anterioridad.

Comparativamente con la anterior normativa que data de 1992, al objeto de no reproducir literalmente la citada Ley (puesto que es de fácil acceso público), vamos a sintetizar las novedades más relevantes así como los requisitos, de obligado cumplimiento, que deben cumplirse en cada caso (6 y 7), relacionándolas con la propia casuística de esta modalidad aseguradora que han conllevado los cambios, al margen de las propias adaptaciones internas y otros aspectos derivados de índole burocrático.

Con carácter general, se establece como novedad principal la aparición de tres categorías de mediadores y, por tanto, creándose una nueva (el agente de seguros vinculados).

Las categorías de mediadores son:

- Agentes de seguros exclusivos
- Agentes de seguros vinculados
- Corredores de seguros

Los operadores de banca-seguros operarán como agentes exclusivos o vinculados.

Los contratos de agencia siguen teniendo carácter mercantil y siempre tienen que tener esta figura, con el contenido que las partes pacten libremente, aplicándose con carácter supletorio la Ley 12/1992 sobre el contrato de agencia.

Las actividades a que se refiere el artículo 1 de la Ley 26/2006 de Mediación de Seguros y reaseguros Privados, comprenderán la mediación entre los tomadores de seguros o de reaseguros y asegurados, de una parte, y las entidades aseguradoras o reaseguradoras autorizadas para ejercer la actividad aseguradora o reaseguradora privadas, de otra.

A tales efectos, se entenderá por mediación aquellas actividades consistentes en la presentación, propuesta o realización de trabajos previos a la celebración de un contrato de seguro o de reaseguro, o de celebración de estos contratos, así como la asistencia en la gestión y ejecución de dichos contratos, en particular en caso de siniestro.

Esto es común a todos los colectivos y figuras de mediación, salvo los excluidos por la propia Ley de Mediación en su artículo 3.

La diferenciación entre los canales de distribución se establece con la independencia o dependencia de las entidades aseguradoras, entendiéndose a un agente exclusivo totalmente dependiente y representación de una aseguradora, o en su caso de otra aseguradora autorizada.

Tanto los agentes vinculados como los operadores banca seguros muestran una “vinculación” con las aseguradoras, pero con las que hayan sido autorizadas sin límite de aseguradoras.

La corredurías de seguros, no tiene ni pueden mantener vínculos contractuales que supongan afección con entidades aseguradoras y deben ofrecer asesoramiento independiente, profesional e imparcial a quienes demanden la cobertura de los riesgos a que se encuentran expuestas sus personas, sus patrimonios, sus intereses o responsabilidades. A estos efectos, se entenderá por asesoramiento independiente, profesional e imparcial el realizado conforme a la obligación de llevar a cabo un análisis objetivo de conformidad con lo previsto en el artículo 42.4 de la ley 26/2006.

Se crea, por otro lado, la nueva figura del auxiliar externo de los mediadores de seguros, estando regulada entre ambos su vinculación mediante contrato mercantil. En el ámbito de su colaboración en la distribución de seguros actuarán por cuenta de los mediadores, realizando trabajos de captación de la clientela así como funciones auxiliares de tramitación administrativa pero no pudiendo prestar asistencia en la gestión, ejecución y formalización de los contratos de seguro ni en caso de siniestro (reservados exclusivamente a los mediadores) .

7.1.1. Agentes de seguros exclusivos

Según la Disposición adicional 2ª, los contratos de agencia celebrados con anterioridad a la entrada en vigor de la nueva Ley se registrarán por la legislación vigente en el momento que fueron suscritos, teniendo los efectos de consideración de contratos de agente exclusivo.

a) Contratos ya existentes

No modificación. Adaptación mediante anexos o cláusulas adicionales de la LOPD . Se regula así la protección de datos para esta modalidad de mediación (a diferencia de los corredores de seguros) por establecerse que los agentes de seguros tienen la condición de encargados de tratamiento.

b) Requisitos de acceso a la actividad

1. Tener la capacidad legal para celebrar un contrato de agencia, según los términos previstos en la legislación mercantil y ser persona de honorabilidad comercial y profesional
Exigencias a la formalización del contrato de : Registro ASNEF y RAI, Certificado de penales,...
2. Los agentes de seguros exclusivos o por lo menos la mitad de las personas que integran la dirección de la agencia deben poseer los conocimientos necesarios para la realización de su trabajo. Asimismo, aquellas personas que participen en la mediación. Por su parte, las compañías están obligadas a expedir una certificación que acredite que dicho agente posee los conocimientos necesarios y se adjuntará al contrato

c) Nuevos contratos

La redacción de los nuevos contratos debe incorporar siguientes aspectos:

1. Nuevos requisitos
2. Condiciones contractuales
3. Actividad excluyente
4. Tratamiento de la información
5. Anexos, en su caso (por ejemplo: cláusulas de exclusividad de la actividad , planes de carrera ...)

d) Formación

Las entidades aseguradoras adoptarán las medidas necesarias para la formación continua de sus agentes exclusivos y sus auxiliares externos. A tal efecto deben establecer programas de formación donde se establezca el cumplimiento de un mínimo de horas formativas.

e) Requisitos para los empleados de agentes exclusivos

Deben mostrar capacidad Jurídica para el ejercicio de la mediación, honorabilidad comercial y profesionalidad. En este sentido las compañías deben realizar formalmente la solicitud a sus agentes de los datos del personal a su cargo, quienes también deben firmar en ese sentido.

7.1.2. Agentes de seguros vinculados

a) Requisitos de acceso a la actividad

1. Figurar inscrito en el Registro Administrativo Especial de Mediadores de Seguros, corredores de reaseguro y sus altos cargos
2. El agente exclusivo que pretenda actuar como agente vinculado necesita además el consentimiento de la entidad aseguradora con la que previamente haya suscrito un contrato de agencia, para suscribir los contratos con otras entidades aseguradoras

NO PODRAN EJERCER COMO AGENTES EXCLUSIVOS SIMULTÁNEAMENTE.

No pueden ejercer como agencia de seguros las comunidades de bienes (C.B.).

Al agente vinculado se le exige disponer de capacidad financiera por el 4% del total de primas anuales percibidas, si bien se establece la excepción cuando se haya pactado de forma expresa que los abonos de los clientes se realizarán a través de domiciliación bancaria a la propia Compañía.

También se recoge una excepción si los recibos de prima se entregan de inmediato, al igual que si las indemnizaciones se entregan directamente por las aseguradoras a los destinatarios finales.

El agente vinculado debe acreditar que las aseguradoras con las que contrata asumen la responsabilidad civil profesional o, en su defecto, que dispone de una garantía propia al efecto.

b) Nuevos contratos

La redacción de los nuevos contratos debe incorporar siguientes aspectos:

1. Condiciones contractuales
2. Cumplimiento de los requisitos requeridos por la Ley
3. Actividad excluyente con el seguro de crédito
4. Tratamiento de la información

7.1.3. Corredores de seguros

a) Requisitos de acceso a la actividad

1. Figurar inscrito en el Registro Administrativo Especial de Mediadores de Seguros, corredores de reaseguro y sus altos cargos

2. Al corredor de seguros se le exige una póliza de Responsabilidad Civil Profesional y disponer de la capacidad financiera, también del 4% citado, en la forma que reglamentariamente se establezca.
Esta capacidad financiera tiene las mismas excepciones contempladas para el agente vinculado

La Disposición transitoria 3ª establece que provisionalmente la capacidad financiera de agentes vinculados, operadores de banca-seguros vinculados y corredores no podrá ser inferior a 15.000 € y podrá acreditarse mediante aval o certificado de seguro de caución.

b) Retribución

Los corredores de seguros no podrán percibir de las compañías aseguradoras cualquier distribución distinta a las comisiones.

7.2. Análisis de la mediación del Seguro de Crédito por canales

En los cuadros anexos podemos observar de forma muy gráfica porcentualmente la información completa desglosada por canales que nos ilustra suficientemente sobre el reparto existente al final del año pasado entre la totalidad de la mediación española en este negocio, tanto lo relativo a la cartera como en sus respectivas aportaciones de nueva producción.

La conclusión fundamental que se desprende de la situación de los canales de distribución en la modalidad de crédito (dentro del ramo de No Vida) es la siguiente:

< El canal mayoritario en España es el de agentes con una cuota de mercado del 60,22 % del volumen total de cartera y un 48,35% de nueva producción >.

7.2.1. Cuota de mercado. Volumen total de negocio

AGENTES		CORREDORES		BANCOS CAJAS		OFICINAS DE LA ENTIDAD		MARKETING DIRECTO	
% Pólizas	% Primas	% Pólizas	% Primas	% Pólizas	% Primas	% Pólizas	% Primas	% Pólizas	% Primas
72,64	60,22	23,32	28,89	0,44	5,39	3,58	5,04	0,02	0,46

Cuadro 8. Cuota de mercado. Volumen total de negocio. Cartera. Datos 2008. Resumen del Documento Estadístico Contable (8)

7.2.2. Cuota de mercado. Nueva producción

AGENTES		CORREDORES		BANCOS CAJAS		OFICINAS DE LA ENTIDAD		MARKETING DIRECTO	
% Pólizas	% Primas	% Pólizas	% Primas	% Pólizas	% Primas	% Pólizas	% Primas	% Pólizas	% Primas
74,95	48,35	22,81	20,47	0,63	29,72	1,60	1,46	0	0

Cuadro 9. Cuota de mercado. Nueva producción. Datos 2008. Resumen del Documento Estadístico Contable (8)

Marketing Directo incluye la distribución realizada a través de cualquier sistema de marketing directo (mailing, teléfono, correo, etc,...)

7.3. Datos sobre la actividad en 2008 de corredores y corredurías de seguros y reaseguros

Cuantificando, a continuación podemos ver en primer lugar, coloreados, datos representativos concretos sobre el volumen total del negocio intermediado por corredores + corredurías de seguros y reaseguros durante el 2008, con el detalle posterior correspondiente a cada tipo de mediador y los ingresos devengados por su actividad en crédito:

VOLUMEN TOTAL DE NEGOCIO DEL RAMO DE CREDITO					
PRIMAS	% S/ TOTAL RAMOS NO VIDA	COMISIONES	% COMISIONES S/ PRIMAS	HONORARIOS	% HONORARIOS S/PRIMAS
248.026.169	2,38	26.232.074	10,58	10.541	0
CORREDOR PERSONA FÍSICA					
PRIMAS	% S/ TOTAL RAMOS NO VIDA	COMISIONES	% COMISIONES S/ PRIMAS	HONORARIOS	% HONORARIOS S/PRIMAS
2.782.499	0,44	265.975	9,56	0	0
CORREDURIA DE SEGUROS					
PRIMAS	% S/ TOTAL RAMOS NO VIDA	COMISIONES	% COMISIONES S/ PRIMAS	HONORARIOS	% HONORARIOS S/PRIMAS
227.555.159	2,56	25.416.435	11,17	10.541	0
CORREDOR DE REASEGURO					
PRIMAS	% S/ TOTAL RAMOS NO VIDA	COMISIONES	% COMISIONES S/ PRIMAS	HONORARIOS	% HONORARIOS S/PRIMAS
17.688.511	1,91	549.663	3,11	0	0

Cuadro 10. Volumen total de negocio del ramo de crédito de corredores, corredurías de seguros y reaseguros. Datos 2008 (9)

Bajo el mismo formato, el detalle de la nueva producción realizada por corredores + corredurías de seguros y reaseguros durante el 2008:

VOLUMEN TOTAL NUEVA PRODUCCIÓN DEL RAMO DE CREDITO					
PRIMAS	% S/ TOTAL RAMOS NO VIDA	COMISIONES	% COMISIONES S/ PRIMAS	HONORARIOS	% HONORARIOS S/PRIMAS
67.375.886	2,3	6.938.016	10,3	10.541	0,02
CORREDOR PERSONA FÍSICA					
PRIMAS	% S/ TOTAL RAMOS NO VIDA	COMISIONES	% COMISIONES S/ PRIMAS	HONORARIOS	% HONORARIOS S/PRIMAS
1.126.701	0,79	111.171	9,87	0	0
CORREDURIA DE SEGUROS					
PRIMAS	% S/ TOTAL RAMOS NO VIDA	COMISIONES	% COMISIONES S/ PRIMAS	HONORARIOS	% HONORARIOS S/PRIMAS
65.953.636	2,53	6.813.414	10,33	10.541	0,02
CORREDOR DE REASEGURO					
PRIMAS	% S/ TOTAL RAMOS NO VIDA	COMISIONES	% COMISIONES S/ PRIMAS	HONORARIOS	% HONORARIOS S/PRIMAS
295.549	0,17	13.431	4,54	0	0

Cuadro 11. Volumen total nueva producción del ramo de crédito de corredores, corredurías de seguros y reaseguros. Datos 2008 (9)

En España existen unas 25 asociaciones distintas de corredores, tanto nacionales como autonómicas (multirramo). Este tipo de colectivos se crean para influir en el sector de la mediación de seguros y, unidos, consolidarse de algún modo como interlocutores cualificados tanto ante la Administración como ante el propio mercado asegurador y con el objetivo de defender sus intereses. A pesar de que probablemente sean demasiadas, podemos destacar ADECOSE (Asociación Española de Corredurías de Seguros) por: su mayor antigüedad, dado que fue fundada en 1977, el número corredurías asociadas y por la entidad o representatividad de las mismas. En la actualidad la constituyen 109 socios, de las que algunas operan en crédito, estando la lista de sus componentes publicada en su web así como los estatutos internos que la rigen lo que les otorga cierta transparencia e independencia –. Su ámbito es nacional con independencia de que tienen relaciones internacionales con instituciones u otras confederaciones extranjeras (BIPAR, COPAPROSE O FMBA).

7.4. Modelos de distribución de los operadores de crédito en la Península Ibérica

La forma en que los distintos operadores tienen distribuidos a lo largo del territorio español y portugués sus puntos de servicio, su capilaridad, nos da ya de por sí una aproximación del concepto de comercialización que vienen aplicando. Es evidente que una estructura de implantación de proximidad al cliente no puede diseñarse de un día para otro pero también es bien cierto que, con independencia de la antigüedad operativa de las distintas compañías en el país, estamos hablando de multinacionales o de empresas nacionales de gran dimensión con potencial económico suficiente para acometer una u otra filosofía. Veamos en el mapa peninsular adjunto donde tienen presencia física actualmente (datos 2008).

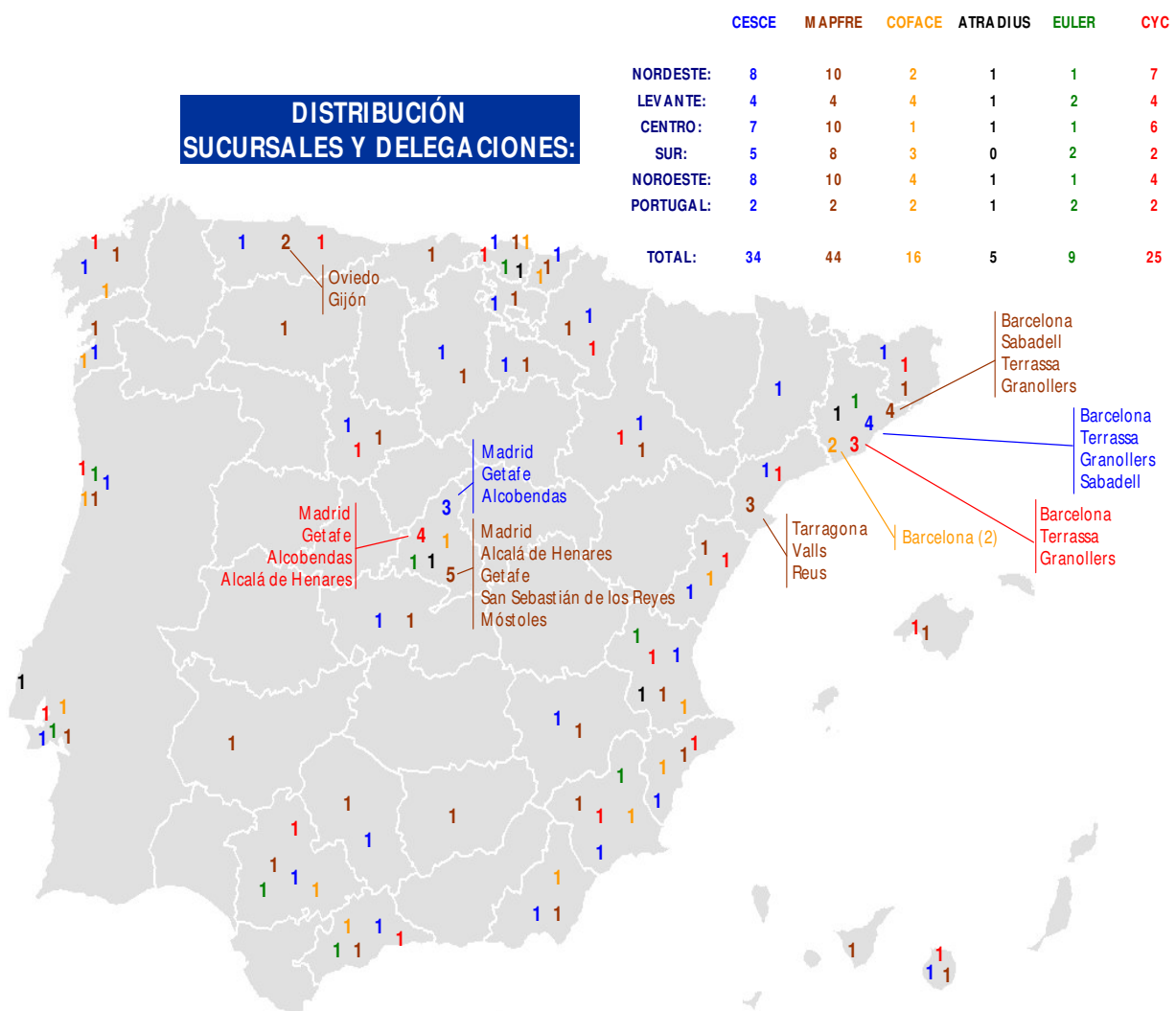


Gráfico 12. Distribución de sucursales y delegaciones de las compañías de crédito en la Península Ibérica. Informe interno de benchmarking Crédito y Caución 2008

Como en cualquier otro proyecto empresarial las estructuras son dinámicas y considerando que hablamos de organizaciones con muchos años de funcionamiento la composición de hoy ha pasado previamente por distintas fases.

Citaremos el caso de CREDITO Y CAUCION, por ser la más antigua, donde inicialmente se trabajaba de forma más centralizada, prácticamente con una oficina única en servicios centrales para posteriormente entrar a aperturar delegaciones en las principales ciudades con funciones mixtas administrativo-comerciales desde donde los delegados dirigían sus equipos de subagentes. Con posterioridad se fueron abriendo sucursales similares conceptualmente a como se conocen en la actualidad, aunque dotadas con la figura de asesores técnico-comerciales quienes tenían asignados equipos comerciales por zona geográfica.

En lo relativo a los dos principales operadores nacionales podemos decir que CREDITO Y CAUCION y CESCE en la actualidad tienen una estructura propia de implantación territorial similar, que en el caso de esta última se ha venido ampliando a un ritmo mucho más acelerado en los últimos cinco años con la apertura de nuevos centros. Como ya hemos visto se trata de las compañías con mayor cuota de mercado, salvando distancias, y que prácticamente tienen una composición de producto que en exclusiva se centra en el negocio de crédito y caución.

Aquí cabe mentar un distingo con la tercera compañía nacional, MAPFRE, dado que en este caso, aunque se trate de la mayor corporación aseguradora a nivel nacional, el peso específico de esta actividad es inferior al 1% de su volumen de negocio total. Desde este punto de vista, los puntos de servicio abiertos que aparecen en el anterior mapa no obedecen, por tanto, exclusivamente al ramo de Crédito sino que son oficinas multiproducto. Esa sería una diferencia por el propio concepto de negocio e interés estratégico ya que, según nos han confirmado fuentes internas de esa Compañía, al margen de especialistas, sus agentes multiramo tienen dentro de sus objetivos individuales una partida específica de crédito. Esta particularidad unida a que existan códigos abiertos de producción dentro del propio personal interno, como canal de venta alternativo, para incorporar nuevo negocio representa el otro hecho diferencial con sus competidoras CREDITO Y CAUCION (aunque lo había utilizado con anterioridad) y CESCE.

Desde cada una de las sucursales como se conocen hoy, centros de negocio con direcciones, cuenta de resultados propia y dependientes de sus respectivas direcciones territoriales, cuelgan los distintos equipos de ventas adscritos a cada sucursal en función de sus ámbitos geográficos de actuación.

Las agencias de seguros son concebidas, ante todo, como empresas de servicios (dedicadas a la comercialización de productos, en este caso, de crédito) y están estructuradas normalmente, tamaños aparte, con organigramas definidos y hábitos de funcionamiento u organización como cualquier otra empresa de negocios.

No obstante, dada la naturaleza de esta actividad, obligatoriamente, están muy vinculadas al desarrollo económico inherente a su zona de acción.

Como principio básico, la responsabilidad de sus titulares debe ir encaminada tanto a asegurar la captación de nuevo negocio como al mantenimiento de la cartera, con la planificación correspondiente unida a la creación de una estructura interna y formativa necesaria en cada momento. Sólo así va a poder generar ese valor añadido que le garantice un desarrollo de continuidad y posibilidades de expansión. Hoy este modelo de agencias está implementado por todas las compañías de crédito que operan en nuestro país aunque, bien es cierto, que no del mismo modo.

En otro orden de cosas, al igual que hemos visto en el caso de los corredores, en el colectivo de los agentes de seguros de crédito, se creó hace más de diez años una asociación, APROMESEC (Asociación Profesional de Mediadores de seguros de Crédito) que, en origen, buscaba la defensa de los intereses comunes que de forma individual algunos agentes estaban intentando resolver. En la actualidad, se ha ampliado y también ampara los problemas o necesidades que afecten a la figura del corredor, asesorando de forma jurídica con ayuda profesional. Hoy se compone de Asociados de toda España y Portugal tratándose, por tanto, del único colectivo específico de esta naturaleza del que dispone la mediación del seguro de crédito.

En la actualidad existe una cantidad emergente de corredores, ya sea locales o con implantación a nivel de ámbito nacional, que han hecho incursiones en el ramo de crédito en los últimos tiempos, al margen de la presencia física de los grandes brokers internacionales – Marsh & McLennan, Aon y Willis -, en las principales provincias (los tres cuentan en sus estructuras con equipos de personal especializado en el seguro de crédito).

Probablemente la gran competencia existente en el propio sector de la mediación proveniente de otras modalidades ha hecho que corredurías pequeñas y medianas, con el objetivo de convertirse en proveedores integrales de sus clientes (para así intentar retener su propio negocio) hayan irrumpido en el crédito. Esta circunstancia no en todos los casos ha ido acompañada de la integración en su estructura interna de especialistas en la materia y el efecto que han conseguido finalmente no ha sido el deseado. En este sentido, las tres compañías nacionales tienen en la actualidad dentro de sus estructuras territoriales un staff independiente para atender al canal de los corredores.

Por otra parte, haremos referencia a los operadores multinacionales COFACE, EULER y ATRADIUS (con la particularidad de ese último que ya comentaremos). Podemos observar que su presencia física numéricamente está hoy a mucha distancia de las compañías nacionales. Al margen de que su irrupción en el mercado español tenga sólo unos doce años hay que tener en cuenta que en sus inicios de actividad en España por la propia concepción del negocio en sus países de origen focalizaban sus esfuerzos mayoritariamente en un perfil de empresa de segmento alto (gran empresa). Como ya hemos tenido oportunidad de especificar, desgraciadamente, ese perfil societario es numéricamente relativo por no decir bajo en nuestro país.

Además, muchas de las empresas con componente multinacional que están implantadas aquí y que serían susceptibles de asegurar a crédito están obligatoriamente incorporadas a programas internacionales que son tutelados desde los países donde están ubicadas las matrices a nivel grupal por lo que la oportunidad de negocio dentro de ese nicho también queda acotada en ese sentido por expresa imposición.

Desde este punto de vista, con independencia de la existencia de otros intereses o estrategias comerciales internas, la propia composición del tejido productivo nacional ha obligado a las multinacionales de crédito a variar su política de contratación inicial y desde hace ya algunos años, vienen ampliando su abanico de objetivo comercial hacia la captación del colectivo de las PYMES. Estas mayores posibilidades de incorporación de nuevo negocio han hecho que COFACE y, sobre todo, EULER hayan ampliado recientemente sus redes comerciales propias, al margen de su trabajo de colaboración con corredurías tanto locales como grandes brokers.

Decíamos que el caso de ATRADIUS merece ser comentado aparte puesto que como consecuencia de la integración realizada con CREDITO Y CAUCION sus puntos de servicio en España se cerraron recientemente y su personal integrado (en evitación de duplicidad de costes económicos al estar ubicados en las principales capitales de provincia donde CREDITO Y CAUCION ya estaba implantada con anterioridad con mayor arraigo y consolidación dada su antigüedad).

En la actualidad sólo se mantienen abiertas las oficinas de ATRADIUS en Madrid pertenecientes a la división de GLOBAL dedicada exclusivamente a la coordinación de los programas internacionales del Grupo.

En relación a los otros canales alternativos, de menor peso, como pueda ser bancaseguros su incursión en el seguro es reciente. Es evidente que existe potencial dado su elevado número de puntos de distribución y la cualificación media de su red (habituada a trabajar en el entorno de productos financieros con similitudes a la especialidad). Por otra parte, también es cierto que el ciclo de vida del seguro de crédito es distinto al de muchos de los productos que comercializan. Además en su actividad, al margen de mucha competencia, trabajan una cartera de multiproductos y, por tanto, también con muy diversos objetivos comerciales y para una óptima mediación en este negocio se requiere una estructura orientada / especializada, con un enfoque natural de la vida del contrato a largo plazo. Es todavía pronto para valorar su aportación real y efectividad en esta actividad.

El caso de ventas a través de marketing directo es irrelevante si lo medimos por los datos de cartera o nueva producción. Distinto es que se utilicen estos mecanismos internos o externalizados para realizar funciones de prospección, campañas publicitarias, etc... para luego derivar el resultado de las esta actividad a mediación especializada quien continuará con las gestiones con los candidatos.

7.5. El papel del Mediador

El marco legal actual ya delimita cuáles son los derechos y, sobre todo, las obligaciones de las distintas clases de mediadores que hemos citado en el anterior punto en el ámbito del ejercicio de su actividad y también las sanciones establecidas al efecto en el supuesto de que éste incurra en un incumplimiento.

No obstante, en este apartado queremos dar otro enfoque distinto al papel de la mediación, no ya desde un punto de vista legal (puesto que, como no podría ser de otro modo, ya queda perfectamente especificado en el contenido de la propia Ley), ni tampoco técnico, sino más bien desde una realidad práctica.

En definitiva, se trata pues de reflexionar con respecto a una figura que constantemente debe navegar entre dos aguas y cuya actuación diaria va a tener incidencia directa en la vida de la relación entre las partes contratantes.

7.5.1. ¿Qué es lo que el mercado requiere del mediador?

En este sentido, a pesar de las particularidades de la especialidad de crédito que estamos viendo, nos vamos a referir a aspectos más genéricos, que en la inmensa mayoría de los casos también pueden ser extrapolables al resto de ramos del sector asegurador.

A nuestro entender, el profesional debe ser plenamente consciente, tal y como indica el origen de su propia denominación (mediar) que su trabajo consiste en contribuir y colaborar de forma estrecha con los otros dos integrantes del triángulo operacional: asegurado y asegurador.

Resulta necesario que un mediador especializado se adapte a los cambios y no sea sólo conocedor de los productos que comercializa (en este caso relativos al seguro de crédito, sus modalidades y funcionamiento, así como la identificación del riesgo, su análisis, control, ...), sino también un profundo conocedor de las dos partes, tanto de las empresas que capta como clientes como también de las compañías de seguros con las que colabore.

Desde este punto de vista, aquí sí concretamente dentro de esta modalidad aseguradora, un mediador debe trabajar constantemente para averiguar cuáles son las necesidades financieras reales de los clientes y, dentro de las opciones que le brinda el mercado y/o considerando las atribuciones inherentes a su propia categoría profesional como mediador, debe ser capaz de ofrecer y aconsejar al asegurado, aportándole soluciones adecuadas a los problemas que en cada supuesto éste le plantee.

Por ejemplo, no se pueden realizar las funciones de mediación del mismo modo en un escenario de coyuntura económica de estabilidad donde, probablemente, el objetivo de las empresas sea el crecimiento o la expansión, que en un entorno de

crisis global como la actual donde, a buen seguro, el cliente estará mucho más preocupado por su propia subsistencia empresarial.

Gestionar un seguro de crédito, entre otras muchas cosas y al margen de los conocimientos técnicos imprescindibles que se le presuponen, implica conocer con el mayor detalle posible la vida comercial de las empresas – sean candidatas o ya aseguradas -, su cultura interna de ventas, evolución, ...

Un buen mediador debe conjugar el siguiente mix: por un lado, cumplir con los requisitos legales establecidos para el ejercicio de su actividad y, por otro, debe erigirse en un asesor permanente, estando vigilante de forma continuada sobre la gestión del contrato de la actividad asegurada.

Tiene que considerar en todo momento que debe valorar en cada una de sus acciones las versiones de los clientes y de los operadores. En definitiva, de algún modo, representa a ambos y los dos necesitan estar convencidos de que su representante es un buen profesional pero también honesto, ya que un enfoque distinto le acabaría expulsando del propio mercado.

Con independencia de la lógica ambición comercial el mediador no puede convertirse en un mero comisionista o “*levantador de negocio*” sino que debe hacer un seguimiento constante de los contratos que intermedia. En situaciones de conflicto entre las partes no puede poner sus intereses económicos o de futuro por encima de los del propio cliente, debe prevalecer su rigor profesional e independencia objetiva.

Por su parte, las compañías requieren que la mediación, sea cual sea la tipología del canal de venta, entienda realmente cuál es su principal filosofía de negocio. Ciertamente, este último punto puede parecer, a priori, muy simple pero su consecución no es sencilla, sobre todo, si no hay un mutuo esfuerzo, mucha comunicación, mayores flujos de información y, sobre todo, si no se comparte ese mismo objetivo entre las partes. También es cierto que puede requerir su tiempo y una inversión adicional de esfuerzos, tanto en los inicios como a lo largo de la vida de la colaboración puesto que en las grandes organizaciones hay cambios permanentes de personal .

A fin de cuentas las relaciones profesionales exitosas lo son realmente cuando son duraderas en el tiempo y aún existiendo los obvios intereses individuales entre las distintas partes se puede converger intentando ser *socios* en lugar de competidores.

Sintetizando, podríamos decir que el objetivo a perseguir tiene que ser compartido por todos.

8. Conclusiones

Desde una perspectiva de la evolución histórica del Seguro de Crédito hemos tenido la oportunidad de comprobar que se trata de una especialidad aseguradora con una especial capacidad de adaptación a los cambiantes escenarios económicos que se han venido sucediendo desde sus orígenes.

Probablemente, por la propia naturaleza de su actividad, esa capacidad esté por encima del resto de los ramos del mercado si se considera el enorme desgaste sufrido consecutivamente por las compañías en los continuos dientes de sierra que se han ido produciendo, por diversas circunstancias, en la economía desde principios del siglo anterior.

En cualquier caso, esas experiencias de profunda convulsión, se han venido sucediendo cíclicamente y lo continuarán haciendo. Es evidente que, cuando se producen, afectan, en mayor o menor medida, a todos los agentes intervinientes en la economía real. Justamente por eso han aportado consigo unos niveles de exigencia elevadísimos, sobre todo, en los operadores de crédito que irremediablemente también deben ser extensivos a todos los canales de venta.

No puede obviarse que estamos inmersos en un sector que es de servicios.

Desde esta óptica, el objetivo común tiene que ser buscar y conseguir una mayor complicidad entre los operadores de crédito y la mediación en general, dado que los clientes sufren en primera instancia las consecuencias de esos nuevos entornos de incertidumbre, generándose unos focos de tensión que deben ser minimizados para que se produzca una correcta convivencia en situaciones extremas. Estas tensiones tienen que ser compartidas, así como la aportación de ideas o soluciones para el desenlace de las necesidades que se vayan planteando a los clientes.

Durante el pasado más reciente (2008) todas las entidades de crédito sufrieron considerables pérdidas operativas como consecuencia de la crisis global actual que derivó en el encaje de un alud de impagados, unido al mercado blando existente fruto de la fuerte competencia de los últimos quince años que había provocado una generalizada y continua caída de los tipos de prima medio del sector (algo que se venía sucediendo interanualmente desde el período ulterior a la última gran crisis del 92), provocando una insuficiencia en primas.

Ciertamente, como hemos podido comprobar a lo largo de la historia, no es la primera vez que esto ocurre sino que es una significación más de lo que ha sido la propia evolución de la economía y, en paralelo, del seguro de crédito, aunque, con toda probabilidad, las repercusiones esta vez no sean las mismas.

La actividad de crédito ha venido marcada por este cambio de ciclo y la profunda reestructuración de diversos sectores de actividad. En esta fase, la indemnización ha sido una parte importante de la propuesta de valor de esta modalidad, a través de la cual han tenido que asumir el riesgo de impago, conjuntamente con sus asegurados.

En el actual entorno de empeoramiento y riesgos dinámicos en permanente evolución, la mayor aportación del seguro de crédito es su capacidad para tomar decisiones acerca del comportamiento en pagos de cada una de las empresas que conforman el tejido empresarial.

Las compañías deben mantener coberturas en todos los mercados del mundo y sectores económicos, anticipándose a los cambios en el perfil de las firmas deudoras de sus asegurados.

Este escenario económico, con un alcance mundial sin precedentes, que ha implicado un empeoramiento de la salud económica de las empresas en general, en gran parte motivado por las fuertes restricciones en la política de concesión / renovación crediticia que han aplicado la práctica totalidad de entidades financieras, hace que la calidad del riesgo comercial de hoy se haya deteriorado enormemente dado que la probabilidad real de impago existente es muy alta.

Se trata de una situación complicada y generalizada a nivel internacional que ha motivado que los Estados hayan tenido que intervenir bancos y compañías aseguradoras (algunas de primer orden que, además de prestigio y entidad, gozaban hasta esa fecha de las mejores calificaciones de solvencia otorgadas por las agencias más prestigiosas en la materia - algo que debe invitar a la reflexión -), para generar confianza en los mercados e inyectar liquidez en el sistema financiero, evitando así el desencadenamiento de ulteriores caídas que hubieran tenido un alcance de consecuencias imprevisibles.

Recordemos que recientemente, dentro del ámbito doméstico, se ha producido la misma circunstancia con algunas entidades financieras.

Por otro lado, la intensidad con que la actual crisis ha afectado al mercado español en especial hace que los números de repunte continuado de siniestralidad hayan sido alarmantes hasta el punto de que el Consorcio de Compensación de Seguros, dependiente del Ministerio de Economía, haya tenido que crear un plan especial para dar cobertura de reaseguro a las entidades que trabajan el ramo de crédito en España, ante la dificultad que obtuvieron algunos operadores en encontrar compañías de reaseguro privado que aceptasen sus riesgos para el 2009 (hecho que también había ocurrido en otros países europeos donde los Gobiernos habían dado ya soporte a operadores de crédito).

Esta situación se ha visto agravada en nuestro país, que ha pasado de la desaceleración a la recesión, por su desorbitada dependencia en muy pocos sectores de actividad, algunos en profunda reestructuración y con problemas (casos de construcción y automoción).

No obstante, el reaseguro que actúa como elemento estabilizador de la actividad aseguradora ha compensado la brusquedad del cambio en el patrón de crecimiento de la economía nacional junto con la aplicación de las reservas propias creadas con anterioridad por parte de las compañías.

La eficacia de la protección del seguro de crédito se basa, en gran medida, en sus previsiones acerca de la evolución del entorno de negocio en el que operan las em-

presas aseguradas. Por eso, aunque el deterioro económico se prevea más profundo durante este 2009, es previsible que su impacto en el seguro de crédito sea menos intenso, fruto de la adecuación de las medidas implementadas que más abajo especificaremos.

De acuerdo con las actuales previsiones, según los principales operadores la recuperación del crecimiento comenzará a apreciarse a partir de 2010.

Por otra parte, hay que destacar negativamente el enorme universo de empresas que cesan diariamente su actividad multisectorialmente ya sea presentando de concurso acreedores en el mejor de los casos o con un cierre desordenado, lo que ha marcado un fuerte aumento de las insolvencias definitivas empresariales que implica, paralelamente, unos niveles de recuperación de las deudas o recobro mucho más bajos de lo deseado y, obviamente, de períodos precedentes.

No olvidemos que la fuente de ingresos vía recobro que obtienen las compañías de seguro de crédito después de las primas permite el equilibrio técnico necesario para el funcionamiento correcto de la modalidad.

Se evidencia pues un cambio de tendencia diferencial en el sector, con distintas variables comparativas a las que prestar especial atención, entre los mercados del S. XX y el S. XXI. Si bien en el pasado reciente hablábamos básicamente de mercados más locales, conjugando con precio y disponibilidad principalmente, hoy nos encontramos inmersos en la globalización unida a precio y competitividad como elementos esenciales.

Motivado por esta circunstancia, la complejidad ha crecido exponencialmente en este negocio unido al hecho de que los márgenes se han estrechado y ha adquirido un carácter de imprescindibilidad llevar a cabo una continua y estrecha vigilancia en el mapa de riesgos en general (hablamos de riesgos de negocio, operacional, financiero e incluso de factores externos).

Ante esta situación generalizada todas las compañías, en mayor o menor medida, ya han reaccionado con una batería de medidas correctoras en la búsqueda del equilibrio técnico:

- Puesta en marcha de planes para sanear sus respectivas carteras revisando la totalidad de los contratos (algo sin precedentes)
- Modificación de la política anterior de suscripción de riesgos, siendo más estrictas en la concesión crediticia, con una selección de riesgos acorde al entorno de mayor morosidad
- Gestión de sus cúmulos de peor calidad
- Mayor rigurosidad o selección en la contratación de nuevos clientes
- Focalización de acciones comerciales en sectores de actividad relativamente “ más sanos “
- Revisión e incremento al alza de las tarifas, adecuando el precio actual del seguro al nuevo entorno económico (aplicación con rigor de estudios actuariales)

- Introducción de distintas variables o elementos de coparticipación con los asegurados: franquicias de diversa naturaleza, reducción de porcentajes de garantía, sobre todo, en sectores de actividad con altos índices de siniestralidad,

Con independencia de todo lo anterior, desde este punto de vista, es indudable que el factor de la *anticipación* es la principal herramienta de gestión que tienen las entidades de crédito para modular su actividad.

De hecho, como ya está ocurriendo en el sector financiero, algunas de las principales compañías han adaptado su metodología en la gestión de riesgos aprovechando la oportunidad que les brinda hoy la tecnología y han diseñado complejos sistemas expertos de automatización y seguimiento en las decisiones crediticias donde, por un lado, aprovechan toda la potencia de experiencia cronológica de sus bases de datos y, por otro, les va a permitir anticiparse mediante *análisis predictivos* a situaciones no deseadas o ciclos económicos cambiantes.

Estos sistemas de prevención básicamente combinan un rating (calidad de la calificación crediticia de las empresas), un scoring (cálculo de probabilidades) y la siempre necesaria interpretación complementaria de los analistas (que realizan una visión interpretativa individual), estando dotados de una gran flexibilidad en su parametrización y monitorización que les permite tomar decisiones e implementarlas con celeridad puesto que como estamos viviendo la economía a veces cambia a ritmos vertiginosos.

En la línea de lo apuntado al inicio de este apartado de conclusiones, la historia nos ha demostrado que los ciclos económicos se han sucedido desde siempre aunque la virulencia con que esta crisis se ha desencadenado, de una forma tan abrupta, con un deterioro tan veloz como generalizado y sus consecuencias hacen que, probablemente, nos encontremos en el punto realmente de inflexión en el sector, es decir, se intuye que habrá un antes y un después en la especialidad.

Cuando llegue nuevamente la época de bonanza económica, que llegará, como en todo se puede y se debe flexibilizar pero hasta ciertos límites, no se puede volver a traspasar la línea ...

En definitiva, se trata de seguir asumiendo RIESGOS pero más CONTROLADOS.

Parece lógico, por tanto, pensar que esta situación y esta nueva cultura de aseguramiento en el horizonte futuro que se plantea para el sector debe estar tutelada por un equipo de especialistas profesionales, tanto en lo relativo al personal interno de las compañías como en el externo (nos referimos fundamentalmente a los integrantes de los distintos canales de venta). Todos deben saber interpretar el cambio de tercio, convirtiéndose en partícipes plenamente conscientes de esta nueva realidad. Sólo de este modo podrá ser trasladado al mercado, ayudando así a candidatos, a clientes y al propio sector.

En síntesis, se trata de ayudar a crear a quien no la tuviera ya, o a rediseñar nuevamente donde ya existiera, una política interna adecuada de riesgos acorde con la realidad pero habiendo aprendido de experiencias anteriores.

Estamos en un momento marcado por la subsistencia de las empresas y ya vendrán nuevamente las fases de expansión. Es importante crecer pero siempre con seguridad y para poder afrontar ese reto de mañana primero hay que continuar hoy.

El Seguro de Crédito es, sin duda alguna, la herramienta adecuada para acompañar a las empresas en su camino y éstos son hoy los principales actores del mercado español encargados de hacerlo :



9. Bibliografía

- AMAT ORIOL. “Comprender el Nuevo Plan General de Contabilidad “.Una exposición a fondo para comprender todas las partes de la nueva contabilidad. Gestion 2000.. 2008.
- BASTIN, J. “El seguro de crédito en el mundo contemporáneo”.: Exposición histórica en Colección de Temas de Seguros. Editorial Mapfre (1978). (2). págs. 5, 26-27.
- BLANCO GIRALDO. “ La Ley de Contrato de seguro en la doctrina del Tribunal Supremo “ Dykinson .
- CANDELARIO MACÍAS, M^a I.. “Seguro de Crédito y Práctica Concursal“. Ed. Dykinson. Madrid. 1999, (5) ,págs. 153-154.
- CASTELO MATRÁN, J. Y GUARDIOLA LOZANO, J. Diccionario MAPFRE de Seguros. Fundación MAPFRE Estudios . Instituto de Ciencias del Seguro. 1992. (1). págs. 25, 178, 355.
- MAESTRO, M. “El Crédito, el Seguro de Crédito y Crédito y Caución“. Editado por Crédito y Caución , S.A para su 75 aniversario (1929- 2004) . Madrid . 2004.(4).
- MORRAL SOLDEVILA , R. “ El Seguro de Crédito “ . Civitas. 2002.
- SANGUINETTI, B.P. “Essai d’une nouvelle théorie pour appliquer le système des assurances aux dommages des faillites“. Libourne. Imprimerie de Jules Saroli.(3). 1839.
- SANCHO DUERA A.” El Seguro de Crédito “ Una herramienta para la gestión de riesgos comerciales. Tiedro consultores, S.L.
- TAMAMES, RAMON. “ La Crisis Económica, Cómo llegó y cómo salir de ella “. Editado por Expansión. 2009.
- BANC DE SABADELL. “ El Crédito Documentario y Medios de Pago Internacionales “. Editado por Banc de Sabadell.1997.
- BOLETÍN INFORMATIVO SEMANAL DE SEGUROS (BISS). DGSFP . Servicio de mediadores de seguros . Criterios de interpretación de la Ley de Mediación (1^a parte). Editado por INESE. Abril 2009.
- DIRECCION GENERAL DE SEGUROS Y FONDOS DE PENSIONES (DGSFP) Resumen del Documento Estadístico Contable sobre Mediación, correspondiente al ejercicio 2008 (9) ,Anexo VI . Págs. 52 - 59 .

- DIRECCION GENERAL DE SEGUROS Y FONDOS DE PENSIONES (DGSFP) Último Resumen del Documento Estadístico Contable sobre Mediación, correspondiente al ejercicio 2008, apartado 3.1.3, titulado Situación de los canales de Distribución, modalidad de CREDITO dentro del ramo NO VIDA. (8) Págs. 49-50.
- ICEA. La Dirección de Agencias. Editado por Investigación Cooperativa entre Entidades Aseguradoras. 2002.
- ICISA. " Catalogue of Credit Insurance Terminology ". ICISA. 2007.
- INFORMES INTERNOS DE CREDITO Y CAUCION.
- LEY DE MEDIACIÓN DE SEGUROS Y REASEGUROS PRIVADOS 26/2006 del 17 de julio. (6,7).

Webs consultadas

www.icisa.org
www.berneunion.org.uk
www.apfpasa.ch
www.creditoycaucion.es
www.cesce.es
www.mapfre.com
www.eulerhermes.es
www.global.atradius.com
www.cofaceiberica.com
www.aon.com
www.marsh.es
www.willis.com
www.dgsfp.meh.es
www.unespa.es
www.rbi.es
www.icea.es
www.rmc.es
www.ine.es
www.munichre.com
www.swissre.com
www.adecose.com
www.apromesec.com
www.fundacionmapfre.com/documentacion

ANEXO I

Glosario Conceptual

Esta parte no tiene ánimo de convertirse en un manual de funcionamiento de la póliza de seguro de crédito. No obstante, existen muchos términos específicos de esta actividad aseguradora. Dado que resulta imposible plasmarlos en su totalidad y puesto que tampoco es nuestro objetivo, por su especial relevancia, casi universalidad y uso repetitivo a lo largo del ciclo natural de los contratos, hemos destacado los citados a continuación con la intención de clarificar las ideas .

En cualquier caso, ciertamente, no todas las compañías tienen productos absolutamente idénticos ni tampoco su nomenclatura interna es común aunque sí en la inmensa mayoría de los casos expuestos.

Las definiciones que se suceden a lo largo de este anexo han sido extraídas del condicionado general de una póliza de Crédito y Caucción por su representatividad en el mercado.

Aviso de Falta de Pago

Comunicación por el Asegurado de un Impagado a la Compañía.

Aviso de Insolvencia Provisional (puede recibir distintas denominaciones)

Notificación mediante la cual el Asegurado traslada a la Compañía la documentación original acreditativa de un crédito impagado, dando por terminadas sus gestiones amistosas de cobro.

Cifra Mínima de Crédito Individual

Importe mínimo, pactado en las Condiciones Particulares, que debe alcanzar una operación a crédito para su cobertura por el seguro.

Clasificación

Límite de crédito autorizado por la Compañía para cada uno de los clientes del Asegurado.

Cliente

Cada uno de los compradores del Asegurado, dentro del ámbito de actividad definido en el negocio asegurado. El cliente es el obligado principal al pago de las operaciones aseguradas.

Cliente nuevo

Todo cliente con el que anteriormente el Asegurado no haya operado a crédito.

Cobertura

Existencia de las garantías derivadas de la póliza de crédito.

Coefficiente de proporcionalidad

Relación existente entre la parte asegurada y la parte no asegurada de un crédito que ha sido objeto de Aviso de Insolvencia Provisional.

Condiciones de pago

Plazo de crédito, medido en días naturales transcurridos desde la fecha de entrega de la mercancía, prestación del servicio o ejecución de la instalación hasta la fecha convenida para el pago entre el Asegurado y su cliente.

Crédito

Importe adeudado por el cliente al Asegurado como consecuencia del aplazamiento de pago de las mercancías, bienes, servicios o instalaciones entregados, prestados o realizadas por el Asegurado.

Normalmente existen tres tipos de crédito:

1. Crédito total: suma total de las cantidades adeudadas por todos los conceptos, incluidos intereses y gastos, por el deudor al Asegurado (los dos últimos no son objeto de cobertura si bien se incluyen en las gestiones de recuperación que llevan a cabo las aseguradoras).
2. Crédito pendiente: suma total de las cantidades adeudadas por el deudor al Asegurado, con exclusión de aquellas que responden a conceptos que por su naturaleza no son asegurables.
3. Crédito asegurado: crédito pendiente o parte del mismo sobre la que existe cobertura del seguro.

Deudor

Ver cliente.

Duración de los créditos

Plazo que transcurre entre el nacimiento del riesgo y el vencimiento de la condición de pago más larga pactada en cada operación.

Exclusión

Reducción a nada del importe anteriormente clasificado para un cliente.

Fecha de efecto

Día en el que la póliza, o una modificación posterior de la misma, entra en vigor.

Gastos de Recobro

Gastos derivados de la gestión judicial o extrajudicial de los cobros.

Gestiones de Recobro

Gestiones posteriores a la declaración del Aviso de Insolvencia Provisional, dirigidas por la aseguradora y encaminadas a obtener el pago del crédito por el deudor o por sus garantes.

Impagado

Inexistencia del pago a la fecha de vencimiento pactada.

Indemnización

Pago realizado por la Compañía al Asegurado como consecuencia de la producción del siniestro, calculado por aplicación del Porcentaje de Garantía a la Pérdida Asegurada existente en ese momento.

Indemnización Máxima Anual

Responsabilidad Indemnizatoria máxima asumida por la Compañía sobre la totalidad de los riesgos nacidos en una anualidad del seguro. Su importe se calcula en función de las primas devengadas en esa anualidad.

Insolvencia

Normalmente existen dos tipos de insolvencia:

1. Insolvencia Definitiva: incapacidad del deudor para hacer frente al pago del crédito asegurado, definida por alguna de las situaciones que determinen la producción del siniestro.
2. Insolvencia Provisional: impago de un crédito prolongado hasta la fecha de declaración del Aviso de Insolvencia Provisional.

Limitación

Reducción del importe por el que anteriormente se hallaba clasificado un cliente.

Medios de pago

Documentos en los que se instrumenta la obligación de pago de un crédito (cheques, letras de cambio, pagarés, recibos, etc...).

Mercado

Ámbito geográfico de cobertura de las operaciones aseguradas.

Mora Prolongada

Insolvencia aparente de un deudor, manifestada por el mantenimiento, durante el tiempo establecido en la póliza, de la situación de impago de un crédito.

Negocio asegurado

Actividad del Asegurado, descrita en las Condiciones Particulares, sobre la que se extiende la cobertura de la póliza.

Pago a Cuenta

Pago parcial que realiza la Compañía al Asegurado a los seis meses de la declaración del Aviso de Insolvencia Provisional, equivalente al 50% de su responsabilidad indemnizatoria, si antes no se ha determinado la producción del Siniestro o la situación de Mora Prolongada.

Pérdida

Importe total de los suministros impagados existentes en el momento de producirse el siniestro.

Pérdida Indemnizable

Parte de la pérdida sobre la que se aplicará el porcentaje de garantía para determinar la indemnización.

Porcentaje de Garantía

Porcentaje que establece la parte de la pérdida indemnizable que queda a cargo de la Compañía, y que será en consecuencia indemnizada al Asegurado.

Prima o Prima Devengada

Precio del seguro.

Normalmente existen dos tipos de prima:

1. Prima Mínima: importe mínimo absoluto de la Prima a satisfacer por el Asegurado en cada anualidad del seguro.
2. Prima Provisional: estimación de Prima realizada al inicio de cada anualidad del seguro.

Prórroga

Renovación de crédito que cumple las condiciones determinadas en la póliza para interrumpir el plazo de declaración del Aviso de Insolvencia Provisional.

Recobros

Toda cantidad pagada por el deudor o por sus garantes, a la Compañía o al Asegurado, con posterioridad al Aviso de Insolvencia Provisional.

Renovación de Crédito

Alargamiento de la duración de crédito inicialmente prevista.

Siniestro

Situación determinante del pago de la indemnización, una vez declarado el Aviso de Insolvencia Provisional.

Solvencia

Capacidad de un cliente para hacer frente a sus compromisos de pago.

Tipo de prima

Porcentaje o tasa porcentual que, aplicada a las ventas asegurables, determinará el importe de la prima devengada en cada anualidad del seguro.

Vencimiento

Fecha pactada entre el Asegurado y su cliente para el pago de un crédito.

Ventas

Normalmente existen dos tipos:

1. Ventas Asegurables: operaciones a crédito realizadas por el Asegurado que, por su naturaleza y por aplicación de las condiciones de la póliza, son susceptibles de ser aseguradas.
2. Ventas No Asegurables: operaciones a crédito realizadas por el Asegurado que, por su naturaleza y por aplicación de las condiciones de la póliza, quedan excluidas del seguro.

ANEXO II

Secuencia de las principales campañas de Crédito y Caución, S.A. desde sus inicios

Fuente: El Crédito, el Seguro de Crédito y Crédito y Caución. 75 Aniversario Editado por Crédito y Caución. Madrid. 2004







En nuestro 50 aniversario queremos presentarle a dos de nuestros empleados más eficaces.

Carlos Guzmán fue el primer hombre
de Crédito y Caución, allá por 1929.
Un oficial con la mente despierta
y la sonrisa pronta. Hoy, 50 años más tarde,
Carlos Guzmán es Jefe del Departamento
de Crédito y Caución para las empresas.
Nos sentimos orgullosos de tener colaboradores
como él. Gente que ha hecho de Crédito y Caución
una empresa que contribuye decididamente
al desarrollo de la economía española.



370-130 es un hecho mucho más reciente.
Pero en el mundo actual Crédito y Caución
lo necesitaba.
A 370-130 no se le olvida nada: su teclado
electrónico contiene la clasificación precisa
de las empresas españolas, tan vital para
nuestros clientes. En números de seguridad
proporciona una cantidad más de información.
De Carlos Guzmán a 370-130 median 50 años
que han cambiado radicalmente a este país
y a su economía.
Pero, gracias a ellos,
Crédito y Caución sigue
brindando a las empresas
españolas lo que más
necesitan: Seguridad.

50
ANIVERSARIO
1929-1979



**CREDITO
Y CAUCION**

Comercio Sin Riesgo.

ORGANIZACIÓN CENTRAL: Rufundo Fernández Villaverde, 81 - MADRID - Tele. 55.06.00 25.39.04
SUCURSALES: BARCELONA: Ferrández, 716. E. LUGO: San Vito, 62. LA OROÑA: Real, 87. LAS PALMAS: José Ramírez
Beltrán, 07. SEVILLA: P. Nuevo, s/d. VALENCIA: Avda. Barón de Camar, 54. C/9. C/9. Conde de Tolosa, 4.
Sucursales, delegaciones y oficinas en todos los centros de provincia.



En 1929, ayudamos a muchas empresas a superarla.

En 1979, estamos haciendo lo mismo.

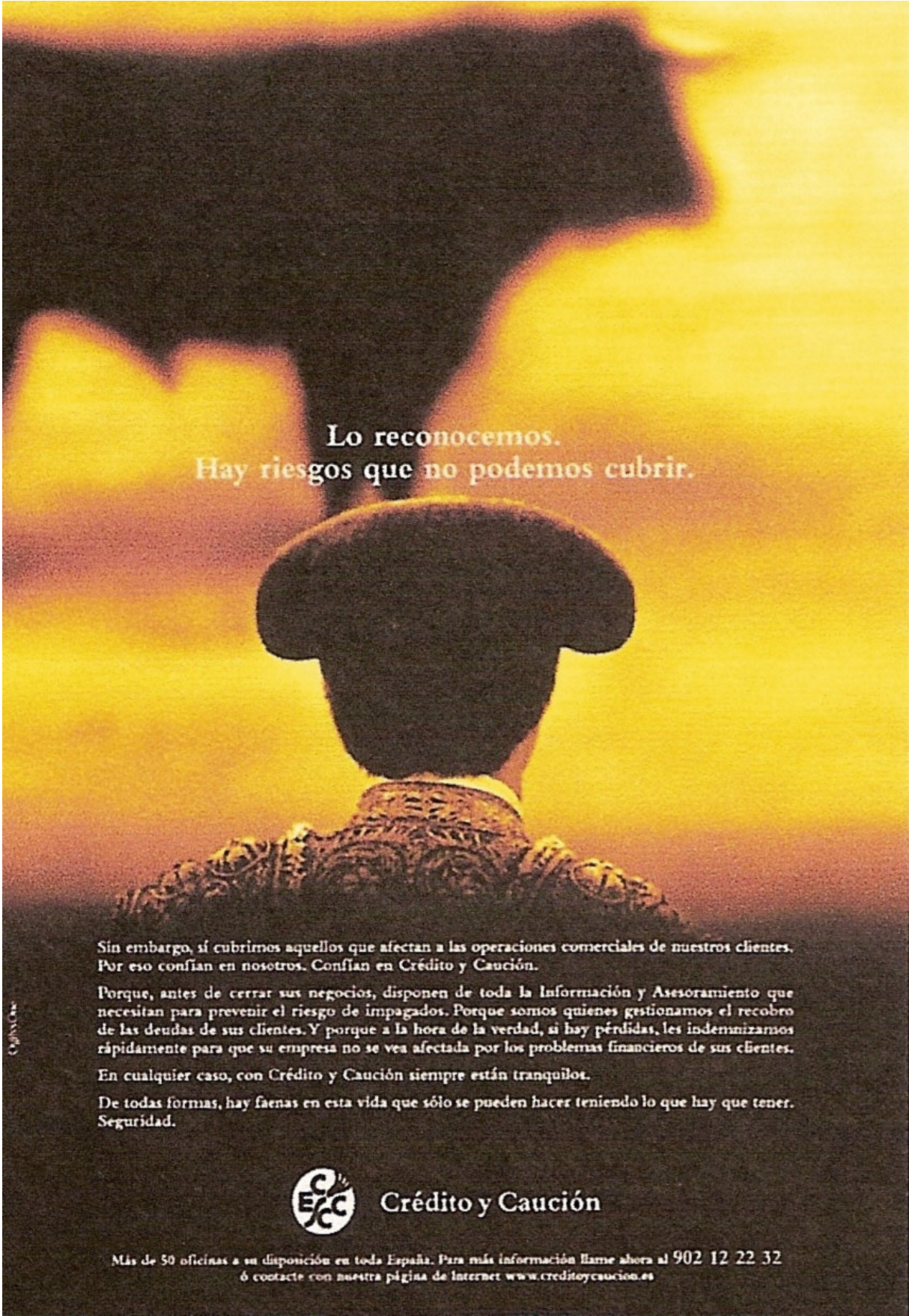
Crédito y Caución abrió sus puertas en 1929, el año de la mayor crisis conocida en la economía mundial. Porque nuestro negocio consiste, precisamente, en asegurar el suyo. Garantizar la vida de las empresas españolas eliminando el riesgo de insolvencia de los clientes.

Por eso, 1979 es el mejor momento para pensar en Crédito y Caución. Contamos con un experimentado departamento legal que le ayuda en la recuperación de sus impagados y que, además, adelanta por usted los gastos judiciales. Sin olvidar un ordenador con un amplio banco de datos actualizados que nos permite conocer la capacidad crediticia de las empresas españolas. Venga a vernos. Le ayudaremos a superar la crisis.

50
ANIVERSARIO
1929-1979



ORGANIZACION CENTRAL: Raimundo Fernández Villaverde, 61 - MADRID-3.
SUCURSAL EN BILBAO: Gran Vía, 53 - Tels. 441 39 00-04-08. AGENCIA EN VITORIA: Calvo Sotelo, 6 - Tel. 25 90 99
AGENCIA EN SAN SEBASTIAN: Fuenterrabía, 2 - Tel. 42 91 71. AGENCIA EN PAMPLONA: Arrieta, 3 - Tel. 23 89 12.
Sucursales, Delegaciones o Agencias en todas las capitales de provincia.



Lo reconocemos.
Hay riesgos que no podemos cubrir.

Sin embargo, sí cubrimos aquellos que afectan a las operaciones comerciales de nuestros clientes. Por eso confían en nosotros. Confían en Crédito y Caución.

Porque, antes de cerrar sus negocios, disponen de toda la Información y Asesoramiento que necesitan para prevenir el riesgo de impagados. Porque somos quienes gestionamos el recobro de las deudas de sus clientes. Y porque a la hora de la verdad, si hay pérdidas, les indemnizamos rápidamente para que su empresa no se vea afectada por los problemas financieros de sus clientes.

En cualquier caso, con Crédito y Caución siempre están tranquilos.

De todas formas, hay faenas en esta vida que sólo se pueden hacer teniendo lo que hay que tener. Seguridad.



Crédito y Caución

Más de 50 oficinas a su disposición en toda España. Para más información llame ahora al 902 12 22 32 ó contacte con nuestra página de Internet www.creditoycaucion.es

Entre nuestros clientes, también hay algunos amantes del riesgo.



Agencia de Publicidad

Naturalmente todos lo buscan en su tiempo libre.

En los negocios siempre es preferible ir sobre seguro. Por eso, los clientes de Crédito y Caución trabajan con el líder. Sólo así obtienen las máximas garantías de solvencia en sus operaciones a crédito. Pero sabemos que cada día requieren servicios y productos que se adaptan más a sus necesidades actuales. Esto es lo que nos mueve a ampliar la cobertura de todas sus operaciones, a dar el paso de indemnizaciones, aumentar la cuantía de éstas, y extender la cobertura a todo el mundo.



Crédito y Caución

Más de 50 oficinas a su disposición en toda España. Para más información llame ahora al
902 12 22 32



No espere a verle las orejas.

Objetivo
Credito y Caucion

Confíe en nosotros. Le diremos con quién puede o no cerrar una operación comercial para evitar cualquier riesgo. Tendrá la certeza de que las decisiones que tome son las adecuadas, gracias a nuestro Servicio de Información on-line. Siempre somos nosotros y no usted, quienes gestionamos el recobro de los impagos de sus clientes. Y si aún así, ellos no pagan, le indemnizaremos para que su empresa siga funcionando como si no hubiera pasado nada.

Llámenos ahora al 902 12 00 82. No espere a hacerlo cuando ya haya visto las orejas al lobo. Será demasiado tarde.

 **Credito y Caucion**

Más de 50 oficinas a su disposición en toda España y Portugal.

902 12 00 82

www.creditoycaucion.com

e-mail: comunicacion@creditoycaucion.es






Si un día su empresa lo ve todo negro,
no estará sólo.

Justo cuando más lo necesite, encontrará una luz al final del túnel. La tranquilidad de saber que la gestión de sus riesgos está en las mejores manos y, que en todo momento, puede guiarse por una señal que simboliza la confianza desde hace casi 75 años, la del especialista en gestión del riesgo de crédito. Empiece a moverse en aguas seguras. Llame al 902 25 77 00. Responderemos.

www.creditoycaucion.com
informacion@creditoycaucion.es

 **Crédito y Caución**



**Si en este anuncio sólo ve pétalos,
su empresa nos necesita.**

Nosotros vemos un camino de espinas. En todas las fases de un negocio, cualquier negocio. Nuestra especialidad es detectar los riesgos a tiempo, garantizar que lo que usted siembre dé frutos, en todas las épocas del año. A salvo de los vaivenes del mercado. Porque una empresa que aspira a ser solvente, segura, flexible, ha de buscar lo mismo en su aseguradora. Y nadie inspira más confianza que un líder. Llame al 902 12 00 82. Responderemos.




www.creditoycaucion.com
comunicacion@creditoycaucion.es

 **Crédito y Caución**



¿Está preparada su empresa para una ola de impagos?

Si no se anticipa, la ley de crisis de pagos y el concurso de acreedores no permiten de ningún modo anticipar muchos casos de quiebra de empresas grandes y medianas en tiempos de crisis económica para los negocios. Frente al riesgo para las empresas y ante el peligro de eludir la ley, el sistema está diseñado para garantizar que los acreedores se paguen lo que les corresponde. Toda una diferencia de riesgos, especialmente que trascienda en tiempo real y que a largo plazo del sistema de crédito, por lo tanto la ley de quiebras se compone de una gran variedad de herramientas para garantizar la continuidad de la actividad económica, la recuperación de los recursos y la reestructuración de las empresas. Para más información y acceder al texto completo visite www.creditoycaucion.com o llámennos al 902 25 77 08

 **Crédito y Caución**

CRÉDITO Y CAUCIÓN S.A. C/ALFONSO XARAYÓN, 10. 28014 MADRID. ESPAÑA. TEL: 902 25 77 08. FAX: 91 540 00 00. www.creditoycaucion.com

75 años de imagen



Evolución de la marca de Crédito y Caución
entre 1929 y 2004

hoy ..

 **crédito y caución**
Atradius Group



**Si quiere afrontar la travesía del desierto con tranquilidad:
llámenos**

No hay dos crisis iguales. Pero sí hay una única forma de realizar sus operaciones comerciales sin riesgos, sin incertidumbres. Crédito y Caución es, desde hace 80 años, clave en el salto de calidad en la gestión de riesgos de miles de empresas, aquí y en todo el mundo. Prevención, indemnización y recobro son las tres fases del seguro de crédito, y la mayor garantía de tranquilidad para su empresa. Hay pocas cosas más valiosas estos días que operar sabiéndose asegurado. Por inhóspito que sea el entorno.

902 25 77 00
www.travesiadeldesierto.com

 **crédito y caución**
Atradius Group

David Giménez se incorporó al mundo del Seguro de Crédito en 1992, procedente de una multinacional francesa del sector textil donde trabajó varios años en el Área de Marketing Directo.

Con anterioridad había desempeñado funciones diversas en empresas de otros sectores de actividad (servicios y metalúrgico), desarrollando actividades vinculadas a los Departamentos Financiero y Comercial.

En Crédito y Caución ha desempeñado distintos cargos:

Actualmente es el Director de la Sucursal de Terrassa . Previamente fue Director de la Sucursal de Tarragona – Lleida y antes Coordinador de la Unidad de Recobros del Territorio Nordeste.

Ha cursado estudios de Ciencias Económicas y Empresariales (Especialidad Empresa) en la Universidad Autónoma de Barcelona (U.A.B.) y un Programa de Desarrollo Gerencial en Ars&Mgil /IE - Madrid.

Ha participado en Programas de Coaching y Process Communication Model I, II con Mercuri Internacional, Técnicas de Venta y Negociación en E.A.D.A. en Barcelona y realizado distintos cursos de formación en Leyes, Comercio Exterior, Alta Negociación, Comunicación, Formación de Redes Comerciales, Dirección y Ventas entre otros.

Ha impartido conferencias sobre el Seguro de Crédito en las Cámaras de Comercio de Terrassa, Tarragona y Lleida , en varias universidades catalanas, actuando también como ponente en distintos foros económicos y ante asociaciones empresariales tanto a nivel nacional como provincial.

