

**Enrique Cuadra,
Director Corporativo
de Riesgos, Siniestros y
Recobro de Solunion**



“El seguro de crédito ayudará a nuestros clientes a salir fortalecidos de la actual coyuntura económica”

La pandemia provocada por el coronavirus ha dibujado un nuevo escenario económico en el que la recuperación depende de las características intrínsecas de cada mercado, y donde el riesgo de la COVID-19 sigue muy presente. Los equipos de Riesgos de Solunion han intensificado su actividad para que sus clientes puedan seguir creciendo en la coyuntura actual. “Siempre hay oportunidades”, destaca Enrique Cuadra.

Solunion: Desde el punto de vista de los riesgos, ¿qué estamos aprendiendo de esta pandemia?

Enrique Cuadra: De todas las crisis se pueden extraer aprendizajes. En este sentido, la experiencia de la crisis de 2008 ha servido para que Bancos Centrales y Gobiernos hayan reaccionado de forma más rápida y decisiva. Todavía es pronto para saber si las medidas puestas en marcha serán suficientes. La economía se ha desplomado y en esta ocasión nos enfrentamos a una nueva realidad: la actividad mundial se ha parado y eso no ocurrió en la crisis anterior.

¿Qué estamos aprendiendo ahora? Eso nos lo dará la perspectiva. En general, diría que las economías con estructuras más flexibles, más diversificadas y con un grado de complejidad de industria mayor,

están resistiendo mejor y tienen perspectivas de crecimiento para 2021 más fuertes. España tiene más peso en otros sectores, como el Turismo que supone más del 10% del PIB, y esto provoca que sea una economía más vulnerable comparada con otros mercados con mayor peso industrial.

S: Si pudiéramos dejar a un lado el coronavirus, ¿cuáles son las principales amenazas que planean en estos momentos sobre la economía mundial?

E.C: Siempre que hay una crisis los países emergentes sufren más por el retorno de los inversores a los mercados de siempre, que les aportan más confianza. También la inflación puede provocar una espiral de desincentivación del consumo y hay un avance del proteccionismo. Nuestro departamento de estudios económicos

prevé que la caída del PIB en 2020, en algunos países, pueda compensarse con el crecimiento del 2021; pero también que en otros los niveles de actividad no se recuperarán hasta 2022-2023. Se reactivarán ciertas industrias y otras se pararán. Habrá que estar atentos a las oportunidades.

S: ¿Qué sectores están resistiendo mejor la crisis?

E.C: Alimentación y Distribución se están comportando bastante bien; y, por supuesto, Industria farmacéutica, en auge por el aumento de las partidas destinadas a productos sanitarios. El sector químico tiene altibajos porque depende mucho del precio del petróleo, pero a futuro es un buen sector en el que posicionarse. A corto plazo, Energía lo puede pasar mal, pero a largo plazo la cosa cambia, porque queda mucha inversión por hacer.

S: ¿Qué previsiones mantienen sobre insolvencias?

E.C: Están creciendo lentamente. Desde el confinamiento han comenzado a subir poco a poco, aunque se mantienen en un nivel bajo artificialmente por los mecanismos que casi todos los gobiernos han puesto en marcha. Nuestro pronóstico, y es una tendencia global, es que se aceleren a partir del segundo-tercer trimestre del año próximo, cuando las empresas tengan que devolver el apoyo prestado. Muchas de ellas van a tener complicado recuperar el nivel de actividad que tenían en 2019, por poner un punto de partida. Esto no es exclusivo de España. A nivel mundial, habrá empresas que no puedan hacer frente a las deudas contraídas.

S: En el actual escenario económico, ¿cómo están trabajando los equipos de Riesgos de Solunion para que sus clientes puedan seguir creciendo?

E.C: Hemos intensificado la labor de asesoramiento a nuestros clientes, lo que supone un contacto permanente y estrecho con ellos. A su vez, hemos acelerado las revisiones de riesgos. Lo que se hacía en un año, ahora se hace en tres meses. Entre marzo y junio, la actividad ha sido frenética a la hora de informar a nuestros asegurados sobre dónde podían encontrarse mayores riesgos, orientar sus ventas hacia clientes más resistentes... La actividad económica está cayendo en todas partes, pero estamos consiguiendo que nuestros clientes sigan en activo, manteniendo un buen nivel de retención y sin insolvencias en nuestra cartera.

S: ¿Es un buen momento ahora para expandirse a nuevos mercados? ¿Están las empresas reorientando sus prioridades geográficas?

E.C: Sí, lo estamos notando. En nuestra área geográfica, en Latinoamérica hay

mucho comercio transfronterizo y en España también, es una lección aprendida de la anterior crisis. Se ha hecho un esfuerzo enorme por salir al exterior, sobre todo a partir de 2012 y 2013, cuando las pymes españolas apostaron de forma decidida por la búsqueda de nuevos mercados. Siempre hay oportunidades, hasta en los momentos más complicados como el actual, y hay mercados que se están animando con fuerza.

S: El seguro de crédito se ha convertido en un garante para que las empresas lleven a cabo actividades comerciales seguras. ¿Cómo les ayudan a hacer frente a un entorno de creciente de siniestralidad?

E.C: Desde hace años, venimos observando que las empresas que trabajan con seguro de crédito, en general, mantienen un crecimiento sostenible y están en posición de ventaja frente a competidores que no tienen un seguro de este tipo. En Solunion estamos consiguiendo que nuestros clientes avancen a buen ritmo, sean más resistentes a la coyuntura y aumenten sus ventas de forma bastante segura. Por supuesto, esto también influye en la evolución positiva de Solunion que, a lo largo de su trayectoria, ha crecido por encima del PIB.

En definitiva, el seguro de crédito apoya el crecimiento, incluso la supervivencia, de las empresas, en los buenos y los malos tiempos. Es un catalizador de la economía. Contribuye a que haya más transacciones y contactos entre empresas, y para cualquier país es muy importante contar con un tejido empresarial sano y robusto, por su contribución al bienestar, la seguridad, etc. Diría que el seguro de crédito no es el único garante de la estabilidad de los mercados, pero sí una palanca más para garantizar esa estabilidad, que tiene un impacto directo sobre la calidad de vida.

S: En el actual contexto económico, ¿están ganando protagonismo servicios como el Recobro de deudas?

E.C: Efectivamente, las solicitudes de estos servicios están subiendo, sobre todo en recuperación de deuda internacional. Hay empresas que empiezan a sufrir impagos y en el entorno actual de menor liquidez es más complicado hacer el recobro. Aquellas entidades que cuentan con una red montada y experiencia tienen ventaja. Ese es el caso de Solunion que cuenta con la red mundial de Euler Hermes, por lo que podemos hacer recuperaciones de deuda, con una tasa de éxito elevada, en cualquier lugar del mundo.

S: La economía seguirá siendo especialmente frágil en 2021. Ante el riesgo de una recesión prolongada, ¿qué medidas pueden ponerse en marcha para garantizar una recuperación rápida y sostenible de la economía?

E.C: El entorno sigue siendo muy volátil, incierto, puede haber alguna recaída, pero en algunos mercados se anticipa que la recesión va a ser corta, puede durar dos-tres trimestres y luego volver al crecimiento más o menos fuerte. De hecho, hay economías que parece que a finales de 2021 podrán recuperar el nivel del PIB pre COVID. Otras, en cambio, tardarán más. España está dentro de este grupo. La recuperación va a ser más lenta principalmente por las debilidades estructurales de nuestra economía, pero llegará. El proceso no solo depende de los paquetes de ayuda gubernamental o de la UE, también es trascendental la actitud de las personas y parece que ahora mismo hay una voluntad más firme de salir adelante que en la crisis anterior, donde había mayor pesimismo. Puede que caigamos en lo mismo, estamos en la fase inicial, pero de momento parece que hay una mayor resiliencia empresarial y el mantenimiento de esa resiliencia puede ser la clave para que la crisis no sea tan larga y profunda.

“La actividad económica está cayendo en todas partes, pero en Solunion estamos consiguiendo que nuestros clientes avancen a buen ritmo, sean más resistentes a la coyuntura y aumenten sus ventas”

