

# El seguro de Crédito, clave en la **INTERNACIONALIZACIÓN** de las empresas

Fernando Pérez-Serrabona  
Director general de [Solunion](#)

El seguro de Crédito ha sido uno de los ramos que más ha padecido la crisis. Pero gracias a su capacidad de adaptación, ha salido reforzado y preparado para ayudar a las empresas en su proceso de internacionalización, que es la salida actual y a veces la única para muchas compañías. Un producto que les ayuda a entrar de una forma segura en nuevos mercados, con prácticas comerciales y legales muy diferentes a las nuestras. En todo este proceso tienen un papel clave los corredores porque “ejercen una actividad didáctica que es muy importante para un ramo como el nuestro, cuyas ventajas para las compañías son mucho más de las que parecen a primera vista”, señala Fernando Pérez-Serrabona, director general de Solunion.

06



## ¿Cómo valoraría la situación del seguro de Crédito en estos momentos?

El seguro de Crédito se haya en un momento de evolución. En los últimos años, el sector ha experimentado una transformación importante y necesaria. Incluso podríamos decir que, en cierta medida, obligada, debido a la situación económica y financiera. En los últimos cuatro años, el seguro de Crédito ha caído un 20%, a pesar de que todas las aseguradoras hemos subido primas, porque han desaparecido empresas.

Sin embargo, todas las aseguradoras de Crédito han sabido enfrentarse a la crisis y se ha demostrado que las entidades eran lo suficientemente ágiles para superarla. En los primeros años de la crisis hemos podido llegar a pagar alrededor de mil millones de euros en siniestros. Dinero que se ha inyectado a la Economía.

Hemos adaptado nuestras políticas y procedimientos a la realidad empresarial. Las empresas necesitan nuevas soluciones y coberturas adaptadas a su demanda en un contexto de riesgo creciente e internacionalización del negocio en el que prima la flexibilidad y la rapidez de respuesta.

## ¿Cómo se está comportando la siniestralidad últimamente?

El incremento de las cifras de siniestralidad e insolvencias es, evidentemente, un dato preocupante que no beneficia en absoluto al mercado y tampoco a nuestro sector. Sin embargo, pone de manifiesto la importante necesidad de las coberturas y garantías que

proporciona el seguro de Crédito. En los últimos años se han aumentado las primas y se han endurecido las políticas de vigilancia. Ha

La Administración aún necesita ser consciente del papel clave del seguro de Crédito en la internacionalización de las empresas, tanto por lo que representa como por el conocimiento que puede aportar

sido difícil de explicar, pero todo se ha hecho con el objetivo de proteger a nuestros asegurados.

Hay que decir que, en los últimos tiempos, la siniestralidad ha bajado bastante gracias a las medidas que han tomado las aseguradoras. Pero sigue habiendo algunas empresas y algunos sectores con grandes dificultades.

Estamos diseñando productos de gestión simplificada que facilite a la pyme el acceso al seguro de Crédito y a la cobertura de sus riesgos



**Últimamente, desde el Gobierno y las Comunidades Autónomas están creando servicios para promover la internacionalización de las empresas (como el Secex). ¿Qué papel está jugando el seguro de Crédito en todo ese proceso? ¿Piensa que está lo suficientemente presente?**

La Administración está iniciando el proceso de reunificación de estructuras. Es pronto para ver qué aporta el seguro de Crédito en este entorno, pero está claro que es fundamental en este proceso. La internacionalización es la salida actual y a veces la única, para muchas empresas y nuestro producto les ayuda a entrar de una forma segura en nuevos mercados.

Por eso, el seguro de Crédito cobra un papel cada vez más relevante para la Administración, aunque aún necesita ser considerado como elemento clave, tanto por lo que representa como por el conocimiento que puede aportar.

**¿Cómo valora la colaboración del ICO con los principales operadores del seguro de Crédito en España?**

Es algo positivo a lo que Solucion se quiere unir. Entendemos



## El corredor es un socio fundamental en el ramo de Crédito

Fernando Pérez-Serrabona, director general de Solunion, está convencido de que “los corredores constituyen uno de los socios comerciales fundamentales del sector. Por un lado, aportan un conocimiento del ramo que es muy importante para nosotros; y por otro, tienen una indudable función de distribución de venta del producto y ejercen una actividad didáctica que es muy importante para un ramo como el nuestro, cuyas ventajas para las compañías son mucho más de lo que parece a primera vista”. Prueba de ello es que aproximadamente el 73% del negocio de Solunion en España llega por este canal. Y Pérez-Serrabona cree que “van a ir teniendo más y más importancia en el futuro. El corredor es el canal que más contacto tiene con las empresas, que son nuestros clientes”.

Actualmente no son muchas las corredurías que están especializadas o cuentan con departamento específico dedicado al seguro de Crédito, pero el número crece poco a poco. La razón, según el director general de Solunion, es que “se trata de un producto más



complejo, que requiere cierto grado y tiempo de aprendizaje y formación para la venta. Además, necesita de mucha actividad cuando se firma una póliza porque hay que notificar ventas y pedir riesgos, analizar lo que te dan, notificar siniestros... Todo esto supone una carga extra para el corredor. Pero una vez que lo conocen, están todos encantados. Es un seguro que mueve muchísimas primas y que vincula mucho a la empresa”.

Solunion trabaja con todo tipo de corredores: desde las grandes corredurías internacionales y nacionales, que cuentan

con equipos de profesionales especializados en el seguro de Crédito; hasta las corredurías dedicadas en exclusiva a este producto; pasando por corredurías pequeñas que empiezan a incorporarlo en su oferta.

Todos ellos se encuentran con “una empresa con experiencia, conocimiento, productos y servicios de máxima calidad y alto valor añadido. Una oferta global adaptada a todo tipo de compañías, desde pymes a multinacionales, con el respaldo de dos líderes mundiales. Les aportamos la solvencia del líder”.

que el seguro de Crédito tiene mucho que decir. La Administración pública está ayudando a las empresas que quieren salir fuera, pero una vez que salen de nuestras fronteras no pueden hacer mucho más. Es ahí donde las aseguradoras de Crédito podemos realizar nuestro trabajo ofreciendo coberturas en esos países, dando información sobre ellos y aportando la posibilidad de recobro.

**Hay productos aseguradores de Crédito que permite a los asegurados encontrar clientes con buena probabilidad de pago. ¿Cuál es su opinión al respecto?**

Es otro tipo de servicio que puede resultar interesante para las compañías, pero no entro a valorarlo.

No hay que olvidar que el seguro de Crédito ofrece una gestión integral de la cartera de clientes, un seguimiento del comportamiento de los deudores de una compañía de forma permanente y continuada a lo largo de su relación comercial con nuestros asegurados. Nos hemos encontrado con clientes que utilizan el seguro de Crédito para expandir su negocio. Sin hacer ninguna selección previa, piden a la aseguradora que le diga qué empresas son buenas en un país determinado. Pero el seguro de Crédito siempre tiene que ser accesorio a la actividad del empresario. La gestión del propio empresario es clave. Nosotros podemos acompañar, podemos ayudar, pero lo determinante es que el empresario decida sobre los mercados a los que quiere ir a vender.

**¿Ha cambiado el tipo de empresas que optan por el seguro de Crédito?**

Hay que decir que ha habido un cambio radical con respecto a antes de la crisis, cuando todas las aseguradoras teníamos pólizas de seguro de Crédito con muchas compañías pequeñas. Desgraciadamente, muchas de ellas han desaparecido y se ha visto que cuando tenían algún tipo de problema, a menudo primaban las ventas

sobre la gestión de la compañía. En ocasiones, también los aseguradores nos hemos dado cuenta de que para tener un seguro de Crédito tiene que existir una mínima estructura de administración dentro de la empresa.

La verdad es que hoy el perfil de los asegurados de Crédito es de una empresa más grande que antes. Se trata de compañías que quieren mantener una cartera de calidad y que quieren contar con un respaldo que les ayude a establecer relaciones comerciales seguras, a crecer sin sobresaltos.

Todas las aseguradoras de Crédito han sabido enfrentarse a la crisis y han demostrado que las entidades eran lo suficientemente ágiles como para superarla



**¿Qué está haciendo Solunion para intentar volver a concienciar a las pymes de la importancia del seguro de Crédito?**

La administración de nuestro producto es algo más complicada que la de otros tipos de seguros. En una póliza de Crédito hay que notificar las ventas que se hacen todos los meses, se realiza un seguimiento de todo y se necesita cierta estructura administrativa. En este momento, estamos diseñando productos de gestión simplificada que facilite a la pequeña empresa el acceso al seguro de Crédito y a la cobertura de sus riesgos.

**¿Cómo se presenta el futuro en el mercado de seguro de Crédito en España?**

Espero que la crisis esté terminando, creo que se mejorará poco a poco y veremos qué evolución tiene el seguro de Crédito en los próximos años. Aunque la coyuntura es difícil, hay razones para



ser optimistas con respecto a nuestro sector porque hay mucha demanda. De hecho, España es el segundo mercado mundial en penetración del seguro de Crédito y hemos sobrevivido a la crisis a pesar de haber pasado por momentos difíciles.

**Valore el resultado que está teniendo la alianza entre Euler Hermes y Mapfre en Solunion.**

La unión ha tenido muy buena acogida en el mercado, tanto por parte de nuestros principales colaboradores como por las empresas que trabajan con nosotros.

**Hay razones para ser optimistas con respecto al futuro de nuestro ramo porque hay demanda de este seguro**

La combinación de la potencia comercial de Mapfre en España y Latinoamérica, unida al conocimiento y experiencia en gestión de riesgos de Euler Hermes está dando lugar a una compañía muy potente que puede responder a cualquier necesidad de sus clientes en todos los mercados del mundo.

Realmente ha sido una decisión muy arriesgada montar una compañía 50-50 para hacer seguro de Crédito pero tanto Euler Hermes como Mapfre están convencidos de que es el sector en el que pueden hacer muchas cosas juntos. Solunion es el seguro de Crédito de Mapfre y Euler Hermes en España y América Latina y el proyecto está funcionando muy bien.

**Solunion ha nacido con una vocación de ser líder ¿Cómo va el objetivo de ser los primeros?**

Llevamos pocos meses aún. Cuando sales con la idea de ser el primero, trabajas con un objetivo muy ambicioso, pero alcanzable. Nos ayuda el hecho de que Euler Hermes sea una magnífica compañía y técnicamente esté muy desarrollada, con presencia en más de 50 países, y que Mapfre ocupe una posición de liderazgo en España y América Latina.

**¿Por qué Solunion ha optado por tener sedes solo en países de Latinoamérica y España?**

Euler Hermes es muy fuerte en todo el mundo y Mapfre es líder indiscutible del seguro en España y Latinoamérica. Por eso estamos presentes en aquellos países en los que estaban ambas compañías y podían combinar sus fortalezas. Podemos ofrecer la máxima calidad y rapidez de respuesta en estos mercados, pero también en todos los demás porque conocemos perfectamente y nos apoyamos en una red de expertos muy bien establecidos y distribuidos por todo el mundo, que conocen y analizan de forma permanente los riesgos desde su propio lugar de origen.

**¿Cuál es la oferta de Solunion en el seguro de Crédito?**

En este momento estamos preparando todos los productos para 2014 entre los que está el de gestión simplificada para pymes que comentaba antes. Tenemos un producto muy flexible, es lo más práctico ya que nos permite adaptarnos a las necesidades concretas de cada asegurado en función de su sector o tipo de empresa. Desarrollamos condiciones específicas para dar respuesta a las peculiaridades de cada negocio.

CARMEN PEÑA  
FOTOS: IRENE MEDINA