



“La crisis ha reforzado la necesidad del seguro de crédito”

Solunion comienza su actividad a finales de enero de 2013, fruto de la unión de Euler Hermes y MAPFRE, dos líderes mundiales del seguro que se unen con el objetivo de convertirse en la referencia del seguro de crédito en España y Latinoamérica. Al frente de este reto, Fernando Pérez-Serrabona.

Fernando Pérez-Serrabona
Director General de Solunion

Solunion: Los concursos de empresas en España han crecido un 49% en el primer trimestre de 2013, de acuerdo con el Baremo Concursal de PwC. ¿Cómo valora la reacción de las empresas españolas ante el riesgo de insolvencia empresarial?

Fernando Pérez-Serrabona: Durante la crisis, las tasas de morosidad del sistema financiero han estado en límites máximos. La situación sigue siendo objetivamente mala, porque los índices de morosidad siguen siendo altísimos, y a ello se suma la incertidumbre con respecto a la salida de la crisis.

En un momento verdaderamente delicado, el sector ha sido capaz de pagar importantes indemnizaciones. Se ha reforzado el producto y se ha puesto

de manifiesto la necesidad del seguro de crédito como herramienta para asegurar el desarrollo e incluso la supervivencia de muchas compañías.

S.: ¿Ha transformado la crisis la industria del seguro de crédito?

F.P.S.: No todavía, pero está claro que el modelo tiene que cambiar. Hasta ahora, el seguro de crédito estaba muy basado en el deudor, en el cliente del asegurado, pero se ha puesto de manifiesto que el riesgo está también en este último y en cómo gestione su empresa. Analizarle, trabajar en coordinación con él, que sea un verdadero socio. Ahí está la clave.

S.: ¿Qué lugar ocupa Solunion en ese escenario?

F.P.S.: El soporte y seguridad que podemos aportar a las empresas como expertos en seguros de crédito es fundamental. Estamos trabajando de manera conjunta con nuestros clientes, apoyándoles en la externalización de sus negocios y también en el mercado doméstico. Estamos aumentando nuestra exposición de riesgos y concediéndoles más límites, de manera que puedan seguir avanzando con las mayores garantías de éxito posibles a pesar de las circunstancias.

S.: Solunion es fruto de la alianza al 50% de Euler Hermes y MAPFRE, una experiencia pionera en el sector.

¿Cuáles son las fortalezas del proyecto?

F.P.S.: Son varias, pero la principal reside en su propia naturaleza. Euler Hermes y MAPFRE son dos grandes líderes mundiales con una dilatada experiencia en el ramo del seguro de crédito en todo el mundo. Los equipos de Solunion aportan un conocimiento técnico profundo del negocio asegurador, son los principales activos de Solunion. La integración ha sido realmente sencilla de materializar y están muy comprometidos con el proyecto. Solunion se erige como un proyecto único y tiene un ambicioso objetivo: liderar el seguro de crédito en los mercados en los que opera. Arrancamos con un volumen de primas superior a los 100 millones de euros.

S.: ¿Cuáles son los valores de la compañía?

F.P.S.: La visión de Solunion es ser el socio de referencia en el ámbito del seguro de crédito y los servicios asociados al mismo en España y Latinoamérica, nuestra filosofía es acompañar a la empresa española y latinoamericana.

Confianza, Integridad, Espíritu Innovador y Compromiso son los valores que definen la personalidad de Solunion. Hacemos lo que decimos y cumplimos las expectativas; de nuestro espíritu de superación deriva el fuerte compromiso de todo un equipo, el principal factor para

Perfil

Licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales y en Derecho, inició su trayectoria profesional en MAPFRE Caución y Crédito en 1989, donde ocupó diversos puestos de responsabilidad, entre ellos el de Director General de MAPFRE AMÉRICA CAUCIÓN Y CRÉDITO, para ser nombrado finalmente Director General de MAPFRE CAUCIÓN Y CRÉDITO en 2012. Es Director General de Solunion desde el inicio de actividades de la compañía, a finales de enero de 2013. Tiene 49 años, está casado y tiene tres hijas.

alcanzar el éxito; demostramos integridad y honestidad en todas nuestras acciones; y nuestro espíritu innovador es consecuencia de la versatilidad para ofrecer soluciones a la hora de identificar, evaluar y controlar el riesgo de impago.

S.: ¿Cuál es la verdadera ventaja competitiva de Solunion?

F.P.S.: El seguro de crédito tiene una carga tecnológica muy fuerte, hay que dar soluciones cada vez más innovadoras a los clientes. Solunion fusiona y optimiza todo el conocimiento acumulado durante años por Euler Hermes y MAPFRE en sus procesos. Utiliza para ello lo mejor de Euler Hermes en el desarrollo técnico de herramientas y lo mejor de MAPFRE en comercialización de productos.

S.: Solunion ha comenzado su actividad en España y Ar-

gentina, y en lo que queda de año se incorporarán Colombia, México y Chile. ¿Cómo puede ayudar esto a la actividad exportadora?

F.P.S.: Incluso sin la implantación geográfica total de Solunion, los clientes ya tienen a su disposición la fuerte estructura internacional de MAPFRE en América Latina y en España, y de Euler Hermes en el resto del mundo. Con la futura implantación de Solunion, los clientes percibirán mayor cercanía si cabe.

La clave de un programa de seguros de crédito para la actividad exportadora está en tener presencia internacional en todos los mercados, en conocer los riesgos y cómo van evolucionando. Si finalmente el siniestro llegara a producirse, todas las gestiones de recuperación se realizan igualmente de forma local.

“La visión de Solunion es ser el socio de referencia en el ámbito del seguro de crédito y los servicios asociados al mismo en España y Latinoamérica”

