

Conocer la cartera de clientes es clave

Miércoles, 21 de Noviembre de 2018 - Id nota:812148

Medio : Diario Financiero
Sección : Edición Especial
Valor publicitario estimado : \$8352800.-
Página : 32
Tamaño : 25 x 26

[Ver completa en la web](#)

32 | SEGUROS DE GARANTÍA Y CRÉDITO

DIARIO FINANCIERO
MIÉRCOLES 21 DE NOVIEMBRE DE 2018

SEGUROS DE CRÉDITO: CONOCER LA CARTERA DE CLIENTES ES CLAVE



Para los expertos en el mercado asegurador, un seguro de crédito puede salvar a una empresa de la quiebra, pues permite blindar el negocio ante un posible evento de riesgo. Precisamente en esto se están enfocando las compañías de venta interna y exportadoras de Chile –los principales tomadores de seguros de crédito–, provocando el incremento en el número de aseguradoras que operan en el país, que, de acuerdo a la Comisión para el Mercado Financiero, actualmente son ocho y, por ende, la exigencia y competitividad de un sector que creció 0,1% el año pasado, según datos de la Asociación de Aseguradores de Chile.

“Estos seguros apuntan a empresas que quieren reducir su exposición a riesgo de crédito de su cartera. Si el cliente no paga su deuda con la empresa, la aseguradora indemniza a la compañía”, explica Harold López, académico del Departamento

Evitar la exposición a riesgos en el incumplimiento de pagos por ventas a crédito es el principal objetivo de estas pólizas. Asesoría y evaluación son parte del servicio.

8

es el número de compañías de seguros de crédito que operan en Chile, según la CMF

de Control de Gestión y Sistemas de Información de la Universidad de Chile.

En esta línea, la asesoría y orientación, que también otorga la aseguradora, se convierte en un pilar fundamental para conocer la cartera de clientes de la empresa y los esfuerzos comerciales que pueden hacerse o no. Esto es un “beneficio adicional” del seguro para asuntos de gestión, agrega López.

Generar confianza

El universo de empresas asegurables lo conforman todas aquellas que vendan a crédito, señala Fran-

cisco Ros, CEO de Solunion para Chile y Argentina.

Primero, añade, por salvaguardar el negocio y también para ampliar la cantidad de clientes a empresas que, sólo a través de plazos de pago, se convierten en accesibles para realizar transacciones.

Sin embargo, a medida que se amplía la cartera de posibles clientes se hace indispensable conocer más sobre ellos e, incluso, de sus proveedores, desde una visión financiera, “pues esta afecta las ventas y el crecimiento de la empresa”, puntualiza Ros.

Sobre la tasa de siniestralidad, “ha estado muy elevada en los últimos años, debido a los ciclos económicos acontecidos, sumado a grandes quiebras de empresas y bajo crecimiento del mercado”, opinan en Orsan Seguros de Crédito y Garantía.

En este punto coincide Humberto Canto, gerente comercial de Productora de Seguros Verónica Fletcher y Cia., quien evalúa como “alta” la siniestralidad. En contraste, Ros cree que está disminuyendo y esto se debería, en parte, a una industria más rigurosa y a la evolución de la economía del país. “En los ciclos expansivos siempre mejora la siniestralidad, pues la facilidad para hacer negocios se ve mejorada”, indica. ■