




 [REGÍSTRESE \(/USER/REGISTER?TYPE=TRIAL\)](/USER/REGISTER?TYPE=TRIAL)

 [INTRODUZCA SU CLAVE \(/USER/LOGIN\)](/USER/LOGIN)

|  +34 91 375 58 00 (/contacto) | [Quiénes Somos \(/quienes-somos\)](/quienes-somos)

Buscar



[Inicio \(/\)](#) » [Noticias \(/noticias\)](/noticias) » [América Latina \(/noticias/area/am%C3%A9rica%20latina-17141\)](/noticias/area/am%C3%A9rica%20latina-17141) »
“Latinoamérica está viviendo un periodo fascinante de cambio en el que el seguro de crédito puede alcanzar una mayor consolidación”



FELIPE BUHIGAS, DIRECTOR CORPORATIVO COMERCIAL Y DE MARKETING DE SOLUNION Y PRESIDENTE DE ALASECE

“Latinoamérica está viviendo un periodo fascinante de cambio en el que el seguro de crédito puede alcanzar una mayor consolidación”

Hace apenas una semana que Felipe Buhigas ha sido designado presidente de ALASECE. En su agenda se ha marcado como objetivos “incorporar nuevos miembros a la asociación, tanto desde el lado del seguro directo, como desde el reaseguro. Además, prevé continuar colaborando con otras asociaciones internacionales “hermanas”, como la ICISA o la PASA, e impulsar la “agenda digital” de ALASECE. En esta entrevista exclusiva, el también director Corporativo Comercial y de Marketing de SOLUNION habla asimismo del papel que tiene el Seguro de Crédito en Latinoamérica, al que “todavía le queda mucho camino por recorrer para que tenga una mayor visibilidad en el mundo empresarial y ante las Administraciones”. Bajo el entorno económico actual, “resulta absolutamente clave que las empresas refuercen sus sistemas de prevención a la hora de gestionar sus cuentas por cobrar, al tiempo que busquen mecanismos suficientes de protección. El Seguro de Crédito facilita enormemente esta labor al empresario”.



Patricia Ojeda, 16 diciembre 2016

show

Actualidad Aseguradora América Latina (‘AAAL’).- Recientemente ha sido nombrado presidente de ALASECE, ¿qué supone esta designación?

Felipe Buhigas.- Mi designación como nuevo presidente tan sólo viene a confirmar el deseo y compromiso firme de SOLUNION de seguir colaborando de manera estrecha y activa con el resto de miembros de la Asociación para promover el seguro de crédito en la región.

AAAL.- ¿Qué principales objetivos se ha marcado en su agenda?

Felipe Buhigas.- En primer lugar, me planteo continuar con la labor ejercida de manera brillante por mis predecesores, que sin duda, ha sido realmente importante para que ALASECE sea hoy el punto de encuentro de la industria del seguro de crédito en Latinoamérica, foro único que nos permite identificar los principales retos y desafíos de nuestro sector, así como debatir sobre todos aquellos aspectos que puedan favorecer la promoción del producto en la región.

Del mismo modo, trataremos de incorporar nuevos miembros a ALASECE, tanto desde el lado del seguro directo, como desde el reaseguro, con el fin de alcanzar la máxima representatividad sectorial en la Asociación. Además, de continuar colaborando con otras asociaciones internacionales “hermanas” como la ICISA o la PASA, así como impulsar la “agenda digital” de la Asociación, también formará parte de nuestros objetivos.

AAAL.- ¿Cómo y por qué nace ALASECE? ¿Cómo se organiza? ¿Cuántos miembros tienen en la actualidad?

Felipe Buhigas.- La creación de ALASECE, se remonta a la década de los 80, momento en el que la CEPAL (Comisión Económica para América Latina de las Naciones Unidas) promovía proyectos de promoción de exportaciones para la región. Con tal fin, se organizaron reuniones con representantes de diferentes organismos vinculados con esta materia. Como resultado de ese trabajo, para el desarrollo del seguro de crédito, se crea en 1982 la Asociación Latinoamericana de Organismos de Seguro de crédito a la exportación, ALASECE.

Los miembros fundadores fueron en ese entonces compañías privadas y organismos oficiales que operaban el seguro de crédito a la exportación en Argentina, Brasil, Colombia, Perú y Uruguay. Posteriormente, se integraron compañías de México y Venezuela. Más adelante, la Asociación incorporó dentro de sus objetivos la promoción y desarrollo tanto del seguro de crédito a la exportación como del seguro de crédito doméstico y actualmente los miembros de la Asociación representamos a más del 90% de nuestra industria en la región.

“Queda mucho camino por recorrer para tener mayor visibilidad en el mundo empresarial y ante las administraciones”

AAAL.- El seguro de crédito, como usted mismo ha dicho, tiene en América Latina una penetración muy modesta en comparación con otras regiones. ¿Qué medidas se pueden emprender desde el seguro para paliar esta situación? ¿Habría que adaptar nuevos productos?

Felipe Buhigas.- En mi opinión, podemos encontrar muchos factores que expliquen la todavía baja penetración del producto en la región, no afectando todos ellos de la misma manera al conjunto de países que la componen: aspectos culturales, mecanismos de financiación diversos por parte de la empresa, dificultades en la obtención de información económico-financiera de los riesgos a cubrir, aspectos normativos que pueden dificultar el desarrollo del producto, son sólo algunos ejemplos.

show

Dicho esto, quizás el aspecto más importante sobre el que trabajar a corto plazo de cara a revertir la situación, es el divulgativo. En este sentido y aunque todos los miembros de la Asociación llevamos mucho tiempo desarrollando el seguro de crédito en Latinoamérica, coincidimos en que tenemos mucho camino por recorrer de cara a tener mayor visibilidad en el mundo empresarial y ante las administraciones, para ser claramente percibidos como una industria que ofrece soluciones de prevención y protección a la empresa para facilitar su crecimiento seguro.

Clave: la prevención en la gestión de las cuentas y buscar mecanismos de protección

AAAL.- El clima económico en el mundo y la región, dominado por una recesión en los países del Atlántico de América Latina y por una importante desaceleración en los países del Pacífico, ¿cómo está afectando a la actividad aseguradora y, en concreto, al seguro de crédito?

Felipe Buhigas.- Todos en nuestro sector sabemos, por experiencia, que cualquier oscilación a la baja en los índices de crecimiento del PIB lleva automáticamente aparejada un repunte en las insolvencias empresariales y, por tanto, en la tasa de impagados que sufren las empresas. En este entorno, resulta absolutamente clave que las empresas refuercen sus sistemas de prevención a la hora de gestionar sus cuentas por cobrar, al tiempo que busquen mecanismos suficientes de protección. El seguro de crédito facilita enormemente esta labor al empresario, por lo que estamos viendo un incremento de la demanda del producto en la región, así como un sensible deterioro de las cuentas técnicas de los operadores de seguro de crédito, fruto de una mayor siniestralidad, que afecta de manera bastante dispar a los distintos países que componen la región.

AAAL.- ¿Cómo se observa desde el seguro de crédito el inicio en varios países, con México a la cabeza, del CBR o Solvencia II? ¿Están adaptándose adecuadamente? ¿Qué repercusiones está teniendo?

Felipe Buhigas.- Latinoamérica no es ajena a la tendencia global de regulación económica de solvencia basada en riesgo. Así, sin ánimo alguno de ser exhaustivo, nos encontramos con países como México, Brasil y Chile donde ya se han producido movimientos claros para la implementación de modelos económicos de capital basado en riesgo (CBR), a los que también se están sumando otros países como Colombia, Costa Rica y Perú, donde se han venido introduciendo cambios progresivos en sus marcos actuales de solvencia, con el objetivo de adaptarse gradualmente a las buenas prácticas internacionales.

Respecto a las posibles repercusiones, resulta complicado generalizar, ya que éstas dependerán de la definición de los modelos que finalmente se implementen en cada país, existiendo alcances y ritmos de implantación dispares en la región.

En lo que respecta al seguro de crédito, el tamaño de las compañías que operan en la región y el hecho de que muchas de ellas sean mono-producto, representan factores desafiantes a la hora de enfrentar los cambios regulatorios, que estamos sabiendo gestionar.

AAAL.- ¿Cómo y por qué se debería combinar el negocio de Seguro de Crédito y las Garantías? ¿Cree que se debe trabajar en esta sinergia?


Felipe Buhigas.- Entre los miembros de ALASECE nos encontramos, de un lado, a un grupo de aseguradoras que ha preferido dedicarse exclusivamente al seguro de crédito, y de otro lado, a otro grupo de miembros que ha estimado oportuno combinar esta línea de negocio con el de la caución o las fianzas, por lo que a la hora de responder a esta pregunta, encontraríamos argumentos muy dispares, sobre las posibles sinergias, todos ellos muy válidos y respetables.

show

Las oportunidades del seguro de Crédito en la región

AAAL.- ¿Qué oportunidades presenta actualmente para el Seguro de Crédito la región latinoamericana? Principales pros y contras.

Felipe Buhigas.- Los bajos índices de penetración del producto y la falta de presencia del mismo en algunos países de la región, siguen representando una oportunidad de desarrollo futuro. Asimismo, Latinoamérica está viviendo un periodo fascinante de cambio a muchos niveles, no exento de incertidumbre, en el que el seguro de crédito podría alcanzar una mayor consolidación, impulsado por un sector muy profesional, que ya cuenta con una experiencia muy contrastada en el tiempo.

América Latina 



Editorial Plus

Acceda gratis al Área EDITORIAL PLUS (<http://suscripciones.inese.es/plus/>) durante 30 días.

Introducir e-mail

INICIAR PRUEBA



GUÍA INFORMATIVA
**CÓMO SER CORREDOR DE SEGUROS
O MONTAR MI PROPIA CORREDURÍA**
jorge campos moral

Allianz   
FIDELIDADE  

show