

EL ROL DE LOS SEGUROS DE CRÉDITO PARA POTENCIAR LA REACTIVACIÓN EMPRESARIAL

Mientras las compañías retoman sus planes de expansión y enfrentan con ello una mayor exposición al riesgo, estas pólizas se vuelven estratégicas para gestionar el crecimiento.

POR ANAÍS PERSSON

Ante las señales de reactivación económica, las empresas comienzan a acelerar sus planes de expansión y apertura a nuevos mercados, en un contexto que combina mayores oportunidades de crecimiento con nuevos desafíos en la gestión del riesgo. En este escenario, los seguros de crédito se vuelven esenciales para controlar, por ejemplo, la mayor exposición asociada a plazos de pago más extensos, los que pueden tensionar la liquidez y el balance.

"El seguro de crédito está dejando de ser percibido solo como una herramienta defensiva para convertirse



en un instrumento activo de gestión del crecimiento, que permite respaldar decisiones comerciales estratégicas", señala la gerente comercial y de marketing de Solucion Chile, María Inés Albornoz, quien advierte que "en procesos de reactivación, crecer sin control puede transformarse en un riesgo tan grande como no crecer".

La ejecutiva sostiene que esta herramienta permite a las organizaciones vender con mayor confianza, ampliar su base de clientes, ofrecer mejores condiciones comerciales y explorar nuevos mercados.

Según el gerente general de Credex, Julio Bustamante, muchas empresas ya aprendieron que "crecer vendiendo a crédito sin control no es crecimiento sostenible: lo que no se mide bien en el origen termina apareciendo después como deterioro de cartera, margen y caja".

En este contexto, señala que el uso de este mecanismo se vuelve más crítico en firmas con alto volumen o recurrencia de ventas a crédito y donde la aprobación debe ser rápida, como crédito comercial con factura, retail no bancario, financieras/automotriz y servicios B2B.

Albornoz observa un mayor dinamismo de contratación de estos seguros en industrias como el comercio mayorista y retail, construcción e infraestructura, minería, agroindustria, manufactura y empresas vinculadas a exportación.

Cuándo convienen

Para el socio de deal advisory de KPMG Chile, Cristián Tapia, estos mecanismos agregan mayor valor cuando se aplican a casos puntuales y claros, como la exposición a uno o algunos clientes relevantes. "En estos casos, la evaluación del siniestro es más directa, como la quiebra de un cliente importante, y la respuesta de la aseguradora suele ser más rápida", dice.

En cambio, advierte que cuando se trata de carteras muy masivas la gestión del seguro puede volverse más compleja. Además, dice, pierde su atractivo cuando el costo de la prima se acerca demasiado a la rentabilidad que genera el cliente asegurado.