

ASÍ SOMOS:

El valor de la información para una buena gestión de riesgos

TENDENCIAS

El sector químico recupera fuerzas

CON EXPERIENCIA

Martín Navaz,
presidente de
ADECOSE

**El valor de la información
para una buena gestión
de riesgos**



solunion

Expertos en Seguros de Crédito

Laurent Treilhaes, nuevo Director General de SOLUNION España

Desde el pasado 1 de abril, Laurent Treilhaes es el nuevo Director General de SOLUNION España, en sustitución de Pascal Personne, quien asumirá nuevas responsabilidades dentro del grupo Euler Hermes. En su nuevo puesto, reporta a Fernando Pérez-Serrabona, Director General de SOLUNION para España y Latinoamérica.



Con anterioridad, Laurent era Director Corporativo de Riesgos, Información y Siniestros de SOLUNION, cargo que ahora ocupa Enrique Cuadra, con una larga experiencia en el departamento de riesgos de Euler Hermes España y desde 2013 Responsable de Política y Estándares de Suscripción de Riesgos del Grupo Euler Hermes.

2015, último año con un crecimiento del PIB mundial por debajo del 3%

SOLUNION participó en la jornada "Exportar como oportunidad para la economía valenciana", enmarcada en Forinvest, el gran espacio de networking financiero-empresarial, que celebró su octava edición en marzo.

En concreto, Felipe Buhigas, Director Corporativo Comercial y de Marketing de SOLUNION, explicó la importancia de la gestión de los diferentes riesgos derivados de la actividad de las empresas, profundizó en la gestión del riesgo comercial y, especialmente en el seguro de crédito, como herramienta vital para evitar posibles imprevistos que pueden amenazar la subsistencia de las empresas. Buhigas indicó que "las empresas que cuentan con un seguro de crédito, exportan al doble de países que aquellas no cubiertas y son más innovadoras".

Por su parte, Daniela Ordóñez, Economista a cargo de España, Portugal y América Latina en el Departamento de Investigación Económica de Euler Hermes realizó un repaso de la economía mundial, sobre la que dijo que 2015 será el último año en el que el crecimiento del PIB se sitúe por debajo del 3%. Además este ejercicio está en manos de "la evolución de demanda, de la liquidez y de las políticas monetarias". Ordóñez catalogó, asimismo, a Rusia y Grecia como grandes desafíos para este año, y explicó que la volatilidad de las tasas de cambio y la falta de crecimiento nominal, supondrán grandes obstáculos para la economía mundial.



SOLUNION inicia operaciones en Uruguay



La aseguradora de crédito ha iniciado formalmente sus operaciones en este país para ofrecer a las empresas uruguayas soluciones y servicios orientados a desarrollar sus operaciones comerciales con seguridad y dándoles acceso a su red internacional de control de riesgos y gestión de recobro. SOLUNION desarrollará sus operaciones en Uruguay a través de su filial argentina y la emisión correrá a cargo de MAPFRE Uruguay.

"La etapa de crecimiento que vive la economía uruguaya es un buen indicador del fuerte potencial del seguro de crédito en este país", comenta Fernando Pérez-Serrabona, Director General de la entidad. La deuda pública bajo control, por un lado, y sus amplias reservas y otros activos financieros gestionados por el Banco Central, por otro, constituyen un fuerte respaldo para este país. De otra parte, las necesidades de infraestructura están suponiendo un foco significativo de inversión extranjera directa. SOLUNION estima un crecimiento de su PIB del 2,9% en 2015.

Lanzamiento de la póliza Simplifica en Colombia

Diseñada para proteger a las empresas con facturación asegurable de hasta 5.000 millones de pesos del riesgo de impago, Simplifica llega al mercado colombiano tras su lanzamiento en España.



Según datos de Anif de 2014, el 49% de las pymes colombianas se financia con opciones distintas al crédito bancario. Esto pone de manifiesto la vulnerabilidad del entramado empresarial a los impagos, que pueden poner en peligro la supervivencia de estas compañías. "Nuestro compromiso es el de apoyar a las compañías en su día a día y guiarlas hacia el crecimiento dentro y fuera del mercado colombiano", indica Jorge Andrés Jiménez, Gerente Comercial y de Marketing de SOLUNION Colombia.

Simplifica permite crecer en el mercado local y prospectar con seguridad en nuevos mercados, con el respaldo de los expertos en seguro de crédito. Se trata de un producto simple y absolutamente revolucionario en el mercado de seguro de crédito en Colombia: desde el momento de contratación de la póliza, ofrece cobertura de toda la cartera de clientes de la compañía sin necesidad de una clasificación previa.

Sumario

- 2.- Actualidad
- 3.- Editorial
- 4.- Así somos
El valor de la información para una buena gestión de riesgos
- 8.- A fondo
Recetas de éxito para la exportación
- 11.- Producto
CAP/CAP+, doble límite de cobertura adicional
- 12.- Con experiencia
Martín Navaz,
presidente de ADECOSE
- 14.- Tendencias
El sector químico recupera fuerzas
- 16.- Visión de mercados
Tres cambios en las calificaciones riesgo país
- 18.- OBJETIVO
México en el "top 10" de exportadores en 2015 y 2016

Edita:

 **solunion**

Expertos en Seguros de Crédito

Solunion, Seguros de Crédito
Avda. General Perón, 40 – 3ª Plta.
28020 Madrid

Tfo: +34 91 581 34 00

www.solunionseguros.com

Depósito Legal: M-28475-2013



Solunion Seguros
de Crédito



@SolunionSeguros

Editorial



Fernando Pérez-Serrabona
Director General de SOLUNION

Han pasado tres meses desde el último número de la revista y la actual encrucijada económica mundial parece enfilar el camino hacia la recuperación. Según las expectativas de los analistas, 2015 será el último año en el que el PIB crezca por debajo del 3%.

No obstante, hay que ser cautos: la economía global se repone de la recesión más profunda en siete décadas y en el horizonte se encuentran algunos obstáculos, como la volatilidad de las tasas de cambio y la falta de crecimiento nominal, que pueden hacer mella en el ritmo de avance; pero la recuperación está en marcha y eso invita al optimismo.

Las perspectivas son también contenidas para el comercio mundial que este año crecerá un 1,8% y para 2016 se prevé un aumento del 4,5%. En este contexto, las empresas que mejor gestionen su riesgo comercial asegurarán su éxito, dentro y fuera de sus fronteras.

Uno de los instrumentos para conseguirlo es el seguro de crédito que genera confianza a la hora de acometer transacciones comerciales y, en su faceta de prevención, aporta información valiosa y detallada sobre empresas, sectores, mercados, etc., para que el asegurado pueda tomar decisiones seguras.

En SOLUNION contamos con una red de más de 1.500 analistas repartidos en más de 50 países; y una base de datos de 40 millones de empresas monitorizadas a nivel mundial y presencia en todos los sectores de actividad. Apostamos por estar lo más cerca posible del riesgo, la clave para garantizar la máxima calidad de los datos, y crecer junto a nuestros clientes aprovechando las nuevas oportunidades que se abren con la incipiente recuperación.

Un saludo.

El valor de la información para una buena gestión de riesgos



La información es la columna vertebral del seguro de crédito y posicionarse lo más cerca posible del riesgo, la clave para garantizar la máxima calidad de los datos. SOLUNION cuenta con más de 1.500 expertos en riesgos repartidos en más de 50 países; una base de datos con más de 40 millones de empresas monitorizadas a nivel mundial; y presencia en todos los sectores de actividad, para que sus asegurados puedan tomar decisiones seguras.

La información es clave en el desarrollo del seguro de crédito y en SOLUNION “representa los cimientos sobre los que construimos nuestro grade (evaluación interna), de acuerdo al que finalmente tomamos la decisión de cobertura de crédito para nuestros asegurados”, afirma José Luis Montero, Responsable Corporativo de Información y Siniestros en la aseguradora de crédito. También para Marta Martínez, Jefe de Información en SOLUNION España, “el conocimiento profundo de la realidad de las empresas, del sector y de los mercados en los que operan, facilita y agiliza la toma de decisiones y permite flexibilizar y orientar nuestra política de suscripción de riesgos”.

El departamento de Información de SOLUNION se encarga, por tanto, de la identificación correcta del riesgo. Una vez completado este proceso, se procede a su valoración (grade) y se monitoriza su evolución a lo largo del tiempo (monitoring). Esta intensa labor está en manos de su red especializada de analistas, sin duda, “la mayor fortaleza de SOLUNION en este ámbito, ya que constantemente están vigilando los riesgos de nuestra cartera, aportando toda su experiencia”, destaca José Luis Montero.

Perfil de los analistas

En España, el equipo de analistas está integrado por profesionales con sólida formación en análisis financiero y gran conocimiento del tejido empresarial y sectorial español. Actualmente, señala Marta Martínez, “la distribución del equipo sigue un criterio geográfico de proximidad al deudor, de tal manera que mantenemos presencia física en diferentes delegaciones territoriales, para tener mayor conocimiento de las empresas de la zona y acceder a ellas de manera más rápida y eficiente”.

En Latinoamérica, estos expertos están presentes en México, Colombia, Chile y Argentina. Como indica Laura Giraldo, Jefe de Riesgos de SOLUNION Colombia, “nuestros analistas son profesionales de la más alta calidad, entrenados para alcanzar un correcto balance entre el conocimiento técnico y la experiencia de campo, con las consideraciones comerciales que el seguro de crédito requiere para fomentar el crecimiento de nuestros clientes, es decir, nuestros partners”.

Los analistas de riesgos de Chile plantean “un futuro prometedor”, comenta Vincent Pérez, Jefe de Información de SOLUNION Chile. “Desarrollamos de manera exponencial la información propia al contactar con los deudores en directo y reunirnos cada vez más con ellos. Los contactos bancarios son también importantes y estamos trabajando para multiplicarlos”.

En el caso del mercado mexicano, el equipo de Información, al igual que en todos los países, destaca por su amplia formación en economía, finanzas e ingeniería industrial, y se caracteriza “por su compromiso, integridad, proactividad, trabajo en equipo, espíritu de superación y afán de mejora, valores intrínsecos en nuestra organización”, apunta Irais Pérez, Jefe de Información de SOLUNION México.

Adicionalmente, la aseguradora de crédito está integrada en el modelo de negocio de Euler Hermes, su accionista junto a MAPFRE, por lo que también cuenta con el apoyo de su red de analistas alrededor del mundo. “En total somos más de 1.500 expertos en riesgos en más de 50 países”, añade José Luis Montero.

“El conocimiento de la realidad de las empresas y de los mercados en los que operan, facilita y agiliza la toma de decisiones”

Funcionamiento de la red

SOLUNION usa y comparte, además, la base de datos de Euler Hermes, con más de 40 millones de empresas monitorizadas a nivel mundial y presencia en todos los sectores de actividad. “En función de la localización geográfica del riesgo, será una u otra unidad de negocio la responsable de analizar y monitorizar ese riesgo. Esto nos permite estar muy cerca de este y tener un mayor nivel de información sobre el mismo”, destaca José Luis Montero.

Montero también explica que disponen de dos niveles de información, “una de carácter externo, que es proporcionada por los mejores proveedores de información disponibles; y, en los mercados donde la información externa es insuficiente para nuestros niveles de calidad, tenemos equipos propios que ayudan a recoger y elaborar la información externa”.

En cuanto a la información propia, “cada uno de nuestros analistas de crédito es responsable de vigilar los riesgos más



José Luis Montero (SOLUNION Holding): “Nuestra cartera de riesgos cuenta con sistemas de alertas que nos avisan de manera reactiva sobre elementos que pueden mejorar o perjudicar la evolución del riesgo”



Marta Martínez (SOLUNION España): “Nuestros principales retos siempre giran en torno al cumplimiento y al aumento del objetivo de número de visitas como parte esencial del proceso de obtención de información”

significativos de su zona de responsabilidad, manteniendo contactos directos y periódicos con el riesgo a través de visitas o llamadas de teléfono. Al final, existe una relación muy estrecha entre SOLUNION y los riesgos”, comenta.

Además, estos expertos están especializados por sector de actividad y todos ellos intervienen en el seguimiento, la calificación crediticia y la elaboración de informes de coyuntura y perspectiva sectorial, que realizan trimestralmente y complementan su visión individual de los deudores.

Actualización de los datos

La información es algo vivo, se actualiza constantemente. Desde el Departamento de Información, destaca Marta Martínez, “gestionamos un número muy importante de visitas y contactos telefónicos directos con los departamentos financieros de los deudores, que tienen como objetivo obtener y actualizar proactivamente la información financiera y comercial de las empresas que más interés tienen para nuestros asegurados”.

Igualmente, añade José Luis Montero, “toda nuestra cartera de riesgos cuenta con sistemas de alertas que nos avisan de manera reactiva sobre elementos que pueden mejorar o perjudicar la evolución del riesgo. Disponemos de sistemas automáticos que estructuran y clasifican los millones de datos que recibimos en nuestra base de datos. Después, evaluamos las posibles acciones a tomar, si son necesarias.

“Adicionalmente, y para los riesgos más sensibles, existe un calendario de revisión fijo cada 6 o 12 meses. También, el nivel de análisis y de información necesario es mucho más estricto”.

¿Y cómo actúan si cambia el estado de alguna empresa y su capacidad de pago? ¿Cómo “previenen” al asegurado? “Trabajamos con modelos estadísticos y con el juicio experto de nuestros analistas, quienes nos ayudan a tomar la

mejor decisión posible anticipándonos al posible impago. En caso de empeoramiento del riesgo, es importante la coordinación con el equipo de Suscripción de Riesgos, que también aporta su visión y comunica finalmente a nuestros asegurados la situación de los riesgos”, describe Montero. Y cuando mejora su calidad, prosigue, “tenemos procesos de comunicación proactiva con nuestros asegurados para aumentar sus ventas en estos riesgos”.

Labor de prevención del seguro de crédito

El papel de la información es fundamental en la prevención del riesgo. “Nuestro conocimiento del tejido empresarial es fuente de asesoría para el asegurado. Les ayudamos en la elección de sus clientes, asignándoles una nota, “el grade”; y además mantenemos una vigilancia activa y permanente sobre ellos. De esta manera, antes de que se haya producido la venta a crédito, nuestros asegurados pueden anticipar y prever las posibilidades de impago”, expresa Marta.

En SOLUNION Colombia trabajan muy cerca del cliente. “Con muchos de nuestros asegurados hemos logrado una relación de confianza a través de los años, confían de manera sistémica en nuestras recomendaciones, sabiendo que cada decisión que tomamos es

para poder brindarle el mejor servicio posible, poniendo todo nuestro expertise en cada situación”, apunta Laura

Chile es uno de los mercados con mayor tasa de penetración del seguro de crédito en el mundo, “por encima de algunos países europeos que son la cuna de estas pólizas”, dice Vincent.

No ocurre lo mismo en México, donde estos seguros requieren mayor presencia, aunque, explica Irais, “hemos logrado una buena reputación en el mercado a través de nuestros asegurados, ya que se muestran complacidos con nuestra labor de salvaguardar su liquidez, no solamente a través de la cobertura de las cuentas por cobrar sino también dando asesoría financiera que permita al asegurado tomar decisiones”.

Retos a corto y medio plazo

Los desafíos en este terreno son diferentes, según países. En el caso de España, dice Marta Martínez, "nuestros principales retos siempre giran en torno al cumplimiento y al aumento del objetivo de número de visitas como parte esencial del proceso de obtención de información propia de valor añadido, así como a la actualización en tiempo y forma de nuestra base de datos para favorecer la correcta toma de decisiones y la evolución positiva de los tiempos de respuesta".

En Chile, el objetivo más importante a corto plazo, expresa Vincent Pérez, es "controlar la siniestralidad de frecuencia e intensidad a través de una revisión completa y continua de cartera".

En México, "uno de los principales retos del departamento es la obtención de información financiera y en algunos casos administrativa, dado que en nuestro país, la inseguridad y el hecho de que los datos financieros no sean públicos, dificulta nuestra labor", destaca Irais.

El objetivo más próximo en Colombia será la puesta en marcha del sistema de auto-grading para las empresas colombianas, situación que, para Laura, "traerá aparejado un crecimiento sostenido de la productividad, esperando poder seguir reduciendo los tiempos de respuesta a las solicitudes de crédito recibidas".



Irais Pérez, Jefe de Información de SOLUNION México

Irais Pérez
(SOLUNION México):
"Hemos logrado una buena reputación en el mercado a través de nuestros asegurados, ya que se muestran complacidos con nuestra labor de salvaguardar su liquidez"

Situación del tejido empresarial, desde el punto de vista del riesgo de impago

España: continúa la mejoría de datos

Las positivas perspectivas de la economía española y los recientes signos de mejora se reflejan también en la mejora de la probabilidad de impago del sector empresarial. Los primeros meses de 2015 muestran una evolución favorable de este indicador en más de tres puntos (del 14.51% al 11.23%). También el número de concursos registrados en el primer trimestre del año ha descendido un 27%, continuando la tendencia de reducción marcada en 2014. Las actividades que menor riesgo de impago presentan son las vinculadas al sector agrícola, industrias extractivas y energía (7.44%).

Colombia: las alianzas refuerzan el sector farmacéutico

En general, la situación de la economía colombiana se ha mantenido muy estable en los últimos años, a pesar de que se espere una leve desaceleración en 2015. Hay sectores en los cuales el riesgo de impago es más latente, como el textil, donde factores como las importaciones asiáticas, la entrada de grandes tiendas de venta minorista o los precios de las materias primas, no permiten a las empresas ser eficientes.

El sector químico es otro sector de riesgo, y la construcción, motor de la economía colombiana en los últimos tres años, está siendo afectada por el cambio en la forma de contratación del gobierno, específicamente en el manejo de anticipos. Pero hay sectores que vienen mostrando mejores resultados. Este es el caso del sector farmacéutico (que se está viendo favorecido por importantes alianzas

y/o compras de multinacionales); y el alimentario, que siempre se ha caracterizado por su estabilidad, buen desempeño y gran expansión hacia otros países de Latinoamérica.

Chile: mejoras relativas

Tras un año de desaceleración económica, las perspectivas parecen mejorar en 2015 dada la política fiscal expansiva que el Gobierno desarrolla para estimular la economía. Esta mejora relativa, no obstante, debe ser confirmada. Varios sectores vinculados a la construcción, el metal o la minería están parados con inversiones estancadas. Sin embargo, los sectores vinculados a la exportación de productos alimenticios se comportan mejor gracias a la mayor demanda externa.

México: desarrollo de la industria automotriz

El escenario de desaceleración de consumo que enfrentaron las empresas en México durante 2014, trajo como consecuencia un incremento en el riesgo de impago. Las empresas de construcción y metal se han visto afectadas.

En cuanto a sectores que muestran mejores datos, la actividad manufacturera se ha expandido a una tasa anual de 3,4% debido a una mayor producción de equipo de transporte, industrias metálicas básicas, alimentos, equipo de generación eléctrica y aparatos eléctricos. Cabe destacar el desarrollo de la industria automotriz, que no solamente ha roto récord de comercialización hacia el exterior sino también a nivel interno, después de mantener un estancamiento en años previos.

Vincent Pérez
(SOLUNION Chile):
"Desarrollamos de manera exponencial la información propia, al contactar a los deudores en directo y reunirnos cada vez más con ellos"

Laura Giraldo
(SOLUNION Colombia):
"Cada decisión que tomamos es para poder brindar al cliente el mejor servicio posible, poniendo todo nuestro expertise en cada situación"



Recetas de éxito para la exportación

En un contexto de estancamiento del crecimiento económico, presiones de precios y exceso de capacidades, un reciente informe sobre comercio mundial elaborado por Euler Hermes identifica casos de éxito que estimulan las exportaciones en determinados países.

“Comercio internacional: ¿qué se está cocinando?” es el título de este documento que recoge “doce recetas” claves para la exportación, basadas en fortalezas de otros tantos países. El papel preponderante de la industria farmacéutica en Francia, el crecimiento de las exportaciones de alimentación en Turquía y el caso de España, donde la disminución de los costes laborales, ha aumentado la competitividad en la industria del automóvil, son algunos de los ejemplos que a continuación se analizan en detalle.

Aprovechar lo que la naturaleza te ha dado: Estados Unidos y su industria química

La bajada del precio del suministro interno de energía, ha concedido una indudable ventaja a la base industrial de Estados Unidos, conduciendo a un aumento de los flujos de inversión y contratación.

Tras la revolución del gas de esquisto que comenzó en 2009, Estados Unidos se está aprovechando de sus recursos de petróleo. Las importaciones de esta fuente de energía se han reducido casi un 30% desde su máximo alcanzado en 2007.

Sin embargo, es muy probable que Estados Unidos continúe siendo un importador neto de crudo a corto plazo, a pesar del hecho de que exporta muchas otras

fuentes de energía como carbón, y productos refinados como diesel, gasolina y queroseno.

El sector químico será el más beneficiado

La industria química es una de las principales beneficiarias de esta situación, que le ha llevado a alcanzar unas exportaciones de 189.000 millones de dólares en 2013, y más de 190.000 millones de dólares en 2014, alrededor del 12% del total de las exportaciones del país. Estados Unidos está cada vez más cerca de convertirse en la primera fuente de producción química en el continente americano y podría serlo en la próxima década. Mientras las materias primas petroquímicas compartían unos costes de producción similares en Europa y Estados Unidos en 2005, sin tener en cuenta las diferencias en sus políticas de impuestos, la situación ha cambiado con la bajada de los precios del gas en Estados Unidos desde 2010. Los costes de la producción de químicos son ahora cerca de cuatro veces más baratos en el país americano que en Europa.

Apuntar hacia un servicio “todo incluido”: el caso de Reino Unido

Servicio 1: un contexto regulatorio competitivo

El gobierno ha estipulado el objetivo formal de doblar las exportaciones en 2020, hasta el billón de libras, y reequili-

brar la economía con mayores niveles de inversión. Existe una oportunidad crucial para aprovechar las ventajas competitivas existentes en Reino Unido, en relación a la laxa regulación del mercado de productos y al contexto para emprender negocios, en comparación con los demás países miembros del G20. La flexibilidad del mercado laboral, especialmente el “contrato de cero horas”, y los relativamente bajos costes laborales son también clave.

Servicio 2: apoyo público y financiero

El gobierno está incentivando la inversión en industrias creativas (71.000 millones de libras) e infraestructuras (a través del Plan Nacional de Infraestructuras, 55.000 millones de libras en 2015-2016), para reducir desequilibrios regionales.

Se están ofreciendo mayores incentivos a las empresas por recolocarse en Reino Unido, así como estímulos fiscales en los impuestos a las empresas (20% en abril de 2015, comparado con el 30% en 2006 y el 28% de 2010), los más bajos del G20. Además, para ayudar a los exportadores, el gobierno ha aumentado su apoyo a los negocios a través del UK Trade and Investment (organismo público), que dobló su alcance en 2015 (hasta 40.000 empresas); el UK Export Finance, que ofrece financiación más barata a compañías exportadoras; y la Funding for Lending Scheme,



creada en 2012, y que en 2013 se centró en los préstamos a empresas, especialmente pymes.

Especializarse en lo que la gente siempre va a necesitar: la exportación de productos farmacéuticos de Francia

Si la industria pierde fuele en casa, la exportación es la solución

Al contrario de la industria en general, donde el empleo ha caído más de un 20% desde el año 2000, la industria de fármacos en Francia solo ha perdido un 3% del empleo. Además, continúa siendo rentable, con márgenes de beneficio superiores al conjunto del sector manufacturero. A pesar de las buenas cifras, el consumo interno se ha visto reducido en los dos úl-

timos años (un 1,3% en el sector público, y un 2,4% en los hogares).

Dada la situación interna, los principales fabricantes están dedicando sus esfuerzos a la exportación. El sector suele estar entre los que mejor rendimiento exportador muestran, con cerca de 29.600 millones de euros en 2013 y 28.000 en 2014.

Crear un deseo en todo el mundo: el caso de Italia y su industria textil centrada en la moda

El "Made in Italy" se lleva en todo el mundo

La industria textil italiana ilustra perfectamente el modelo de marca nacional. Italia ocupa el tercer puesto en la lista de países exportadores de textil, después de China e India, con 48.000 millones de euros en exportaciones en 2014. El éxito de la miríada de pymes que componen el sector (cerca de 50.000) se debe a la estrategia de implementación de la marca nacional (y al I+D).

El gobierno está comprometido con aumentar esta posición. El año pasado se lanzó un programa de incentivos fiscales para estimular el I+D que estará activo hasta 2016. Con esto, se pretende promocionar el conocimiento del "Made in Italy", especialmente en Estados Unidos, donde el valor total potencial de las exportaciones textiles está estimado en 10.000 millones de euros. Se espera que las exportaciones de textil aumenten en 1.400 millones de euros en 2015 y 2.000 millones en 2016.

Por su parte, las inversiones en el sector de maquinaria textil han aumentado una media anual de 4,6% desde 2009. Además, el 79% de la producción se exporta, la mitad a Asia, lo que convierte a Italia en el segundo mayor exportador europeo después de Alemania. Igual que en el caso del textil, Italia ya tiene en su punto de mira nuevos impulsores del crecimiento, espe-

cialmente Estados Unidos y Turquía, con un aumento de las ventas del 46% y 24% respectivamente. Se prevé que el total de las exportaciones de maquinaria textil supere los 2.500 millones de euros en 2015 y los 2.700 millones en 2016.

Pavimentar la carretera hacia países fronterizos: la exportación de productos agroalimentarios turcos a países de alto riesgo

Beneficios de aumentar los esfuerzos en mercados fronterizos

Las exportaciones turcas han crecido a un nivel mayor que la tasa mundial en los últimos diez años (+10,5%, frente a la media anual de 8,5% entre 2005 y 2014). Parte del éxito se ha debido a que Turquía ha puesto el foco en países vecinos, especialmente en Oriente Medio.

Inversión a largo plazo en mercados inciertos

El reciente aumento de las exportaciones de alimentación turcas ha estado impulsado por los países vecinos, a pesar de la inestabilidad regional. En particular, las exportaciones alimentarias a Iraq aumentaron a una media anual de 27% en el periodo 2009-2013, llegando a alcanzar los 3.500 millones en 2013. Sin embargo, la situación actual del país ha supuesto unas pérdidas estimadas a las exportaciones turcas de 1.000 millones de dólares en 2014. A corto plazo, Turquía también podría incrementar sus ventas a Rusia, aprovechando las carencias que han supuesto las sanciones rusas a algunos productos agroalimentarios de la Unión Europea.

Desde 2009 las exportaciones turcas a Rusia aumentaron un 10% de año en año, pero esta tendencia parece tener fin, según indica la caída del -15% en 2014. En general, invertir en mercados de alto riesgo es una estrategia a largo plazo que implica un gran riesgo en el cobro de la recompensa.

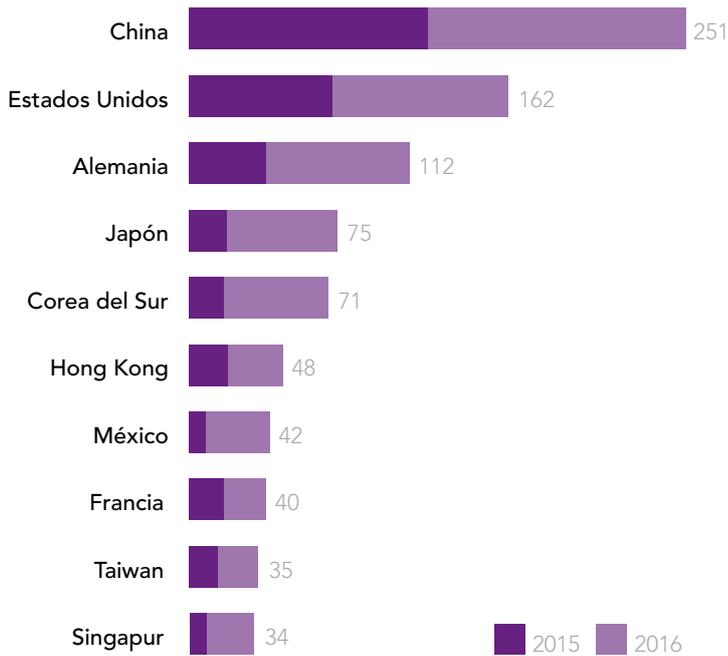
El caso de España: reducción de costes laborales y aumento de competitividad en la industria del automóvil

Entre las recetas de éxito para la exportación, destaca como en España la reducción de costes laborales (un 8%) ha propiciado un aumento de la competitividad, de la que está sacando partido el sector de la automoción. Con 22,7 euros/hora, los costes laborales de la industria manufacturera en nuestro país experimentaron un fuerte retroceso, en comparación a los 36,8 euros/hora de Francia y los 37,9 euros/hora de Alemania.

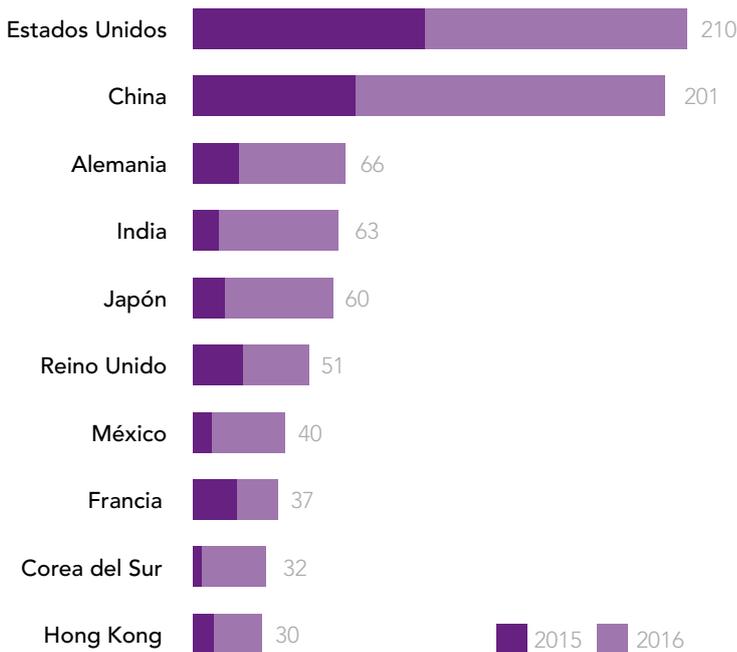
En 2014, la producción española de coches casi alcanzó la cifra de 1,9 millones de unidades, lo que supuso un crecimiento de más del 25%. Dado que el sector automovilístico es intrínsecamente deflacionista, el atractivo de los lugares de producción es decisivo para la concesión de nuevos modelos.

Las plantas españolas fueron elegidas para la fabricación de nuevos vehículos

(Peugeot 301 y el Citroën C Elysée), enfocados a mercados no europeos. Las rutas exportadoras de España se están expandiendo internacionalmente hacia los países del Magreb, Turquía e incluso Sudáfrica, en un esfuerzo por aprovechar el crecimiento de la demanda fuera de Europa. Se espera que el automóvil suponga un 12% del total de las exportaciones del país en 2016, en comparación con el 8,8% de 2012.



Top 10 ganadores exportadores; Exportaciones adicionales en miles de millones de dólares
Fuente: previsiones Euler Hermes



Top 10 importadores; Importaciones adicionales en miles de millones de dólares
Fuente: previsiones de Euler Hermes

El informe completo "Global Trade: what's cooking?" está disponible en www.eulerhermes.com y www.solunionseguros.com

Cuatro grupos de exportadores: glotones, gourmets, hambrientos y a dieta

El estudio engloba a los exportadores en cuatro grupos: glotones (altas ganancias y alto crecimiento de las exportaciones), gourmets (altas ganancias debido a su tamaño, pero más lento ritmo de crecimiento de las exportaciones), hambrientos (ganancias bajas pero poniéndose al día) y, por último, los que están a dieta (ganancias bajas, bajo crecimiento).

En la categoría de glotones, en la parte superior, se encuentran países como Vietnam, Canadá y España, los principales jugadores de hoy y del mañana, en cuanto a exportación.

En la categoría de gourmets, aparecen Francia, Alemania, Italia y el Reino Unido, con un aumento de las exportaciones en términos nominales debido a su tamaño, pero por debajo del promedio mundial. Quizás están bastante limitados en sectores y destinos (a menudo restringen sus operaciones a países vecinos).

Los hambrientos son los países de rápido crecimiento de la ASEAN (Malasia, Indonesia y Filipinas), los países del sur de Asia (como Bangladesh), y otros como Rumanía, Sudáfrica o Marruecos. Se trata de mercados que no suelen tener enormes cuotas en exportaciones, pero que están ganando terreno rápidamente.

Por último, entre los países que están a dieta, surgen Brasil y Chile; y en Europa, Portugal y Hungría, que sufren la caída de los precios de los productos básicos y la falta de competitividad.



CAP/CAP+, doble límite de cobertura adicional

Creer más no significa arriesgar más. CAP/CAP+ se ha concebido para proporcionar cobertura complementaria sobre deudores que, aun presentando una situación financiera sensible, resultan estratégicos para el desarrollo comercial de la empresa.

Se trata de un producto de segunda capa que otorga protección adicional a la proporcionada por la póliza primaria. De este modo, los clientes de SOLUNION obtienen la posibilidad de incrementar la cobertura de riesgo sobre algunos de sus deudores más importantes en todo el mundo, y pueden tomar decisiones estratégicas sobre transacciones arriesgadas, para sacar el máximo beneficio de sus relaciones comerciales.

CAP/CAP+ forma, con Power CAP, la innovadora gama de productos de segunda capa de SOLUNION. Los límites proporcionados por la nueva póliza pueden gestionarse de forma rápida, sencilla y en tiempo real a través de las plataformas online de SOLUNION, de acceso exclusivo para los clientes de la compañía. Además, su cobertura es internacional.

Dos límites de cobertura

Se puede optar por dos límites de cobertura adicional:

- **Límite CAP:** permite obtener cobertura adicional del mismo importe de la existente hasta un máximo de 2.5M€.
- **Límite CAP+:** límite de hasta 50.000€ para operaciones con deudores que no han sido aprobadas



¿Por qué contratar la póliza?

Con CAP/CAP+ es posible tomar decisiones comerciales más agresivas sin sacrificar la salud financiera de la empresa.

Este seguro de crédito está indicado cuando el cliente:

- Necesite más cobertura en un límite aprobado.
- Tenga una exposición más alta que el límite aprobado.

- Registre un pico estacional en ventas, una oportunidad única o ventas especiales.

CAP/CAP+, Power CAP y la póliza Simplifica -creada para cubrir las necesidades de las pymes-, son un claro reflejo del espíritu innovador de SOLUNION y responden a su objetivo estratégico de alcanzar la excelencia en el servicio mediante productos diseñados a medida de sus asegurados, enfocados a solucionar necesidades reales y adaptados a la coyuntura económica actual.



Luis Caballero, Director Comercial y de Marketing de SOLUNION España

“Cada asegurado es único y diferente”

¿Qué aporta la nueva solución?

CAP/CAP+ aporta un plus de seguridad sobre la póliza original. Esta nueva solución constituye una oferta flexible, completa y diseñada a medida.

¿Qué objetivo se han marcado?

Cada asegurado es único y diferente. Tenemos el firme compromiso de acompañar a todos y cada uno de ellos en su desarrollo, escucharles y proporcionarles coberturas adicionales, adaptadas a sus necesidades reales incluso en los casos más difíciles que presentan riesgos muy elevados.

“El seguro de crédito ayuda a que las empresas afronten el reto de la expansión comercial con más probabilidad de éxito”

Martín Navaz, Presidente de ADECOSE

“La labor de asesoramiento del corredor es clave en este negocio y la especialización”, imprescindible, expresa Martín Navaz. Por segundo año consecutivo, SOLUNION era reconocida como la mejor compañía de seguro de crédito en el Barómetro ADECOSE 2014. “Se nota que SOLUNION tiene una arraigada vocación de trabajar con corredores”.



SOLUNION: En pocas palabras, ¿cómo definiría a ADECOSE?

Martín Navaz: ADECOSE es una asociación profesional compuesta por 115 socios que representan aproximadamente un 50% del mercado mediado. Nace en 1977 para defender a las sociedades de correduría cuando no estaban permitidas y en estos momentos es el lobby más potente del mercado español en temas regulatorios, tanto nacionales como internacionales, en el ámbito profesional y empresarial. No hay tema que se mueva hoy, que no sea detectado por ADECOSE, y dejamos oír nuestra voz en defensa de los intereses de nuestros asegurados y por extensión del conjunto de la mediación.

S.: ¿Cuál es el perfil del corredor y las corredurías que pertenecen a esta asociación?

M.N.: Son corredurías de tamaño medio, alto y muy alto con intereses comunes profesionales y empresariales. El gran valor que les aporta ADECOSE es

la información sobre los temas que se cuecen a medio y largo plazo, lo que les permite tomar decisiones en su empresa. Eso dice mucho de su preparación como gestores.

S.: En su opinión, ¿cómo está contribuyendo el seguro de crédito a la expansión comercial de las empresas?

M.N.: Aunque en anteriores años las compañías ajustaron sus políticas de suscripción a la situación de siniestralidad global existente en los mercados (especialmente en España), también es cierto que el importe de indemnizaciones que el mercado asegurador de crédito inyectó en el tejido empresarial en esos años duplicó el importe de las primas percibidas. En muchos casos, tener contratada una póliza de seguro de crédito ayudó a la continuidad del negocio, contrariamente al sector financiero.

A día de hoy, los criterios de suscripción de las compañías han vuelto a adaptarse a la

reducción de siniestralidad de los últimos meses, asumiendo más riesgos sobre los deudores de las empresas y ajustando los costes de las pólizas. De esta forma, el seguro de crédito ayuda a dichas empresas a vender de forma más segura, a realizar ventas a crédito a clientes nuevos sobre los que la empresa no dispone de datos financieros, a realizar prospección en mercados en los que la compañía les aporta información favorable sobre el riesgo de dicho país, a negociar con las entidades financieras unas mejores condiciones de financiación de los clientes cubiertos por las compañías aseguradoras y a reducir los costes dedicados a la cobertura de las ventas.

En definitiva, el seguro de crédito ayuda a que las empresas afronten el reto de la expansión comercial con más probabilidad de éxito.

S.: ¿Cómo valora el desarrollo de este ramo en el mercado español?

M.N.: La valoración es en positivo, principalmente por tres motivos:

- Las empresas han sido más conscientes de que disponer de una buena gestión de los riesgos comerciales contribuye, no solo a la diferenciación de sus competidores, sino que también puede llegar a ser clave para la supervivencia del negocio.

“El corredor debe conocer a su cliente, tener competencia técnica y ser proactivo, al mismo tiempo que cada vez más y mejor profesional”

- Algunas compañías han entendido que las necesidades de las empresas han evolucionado durante estos últimos años y han desarrollado nuevos productos como pueden ser las pólizas Simplifica o CAP/CAP+ en el caso de SOLUNION.
- La globalización presenta un nuevo reto tanto para las empresas (en busca de nuevos mercados y nuevos clientes), como para las compañías que han decidido acompañar a sus clientes mediante su expansión y presencia internacional.

S.: ¿Cuál es el papel del corredor en la distribución de estas pólizas? ¿Qué aportan estos profesionales a sus clientes y al seguro de crédito?

M.N.: Los corredores preferimos el término "asesor" más que "distribuir". En función de la gestión del riesgo comer-

cial que cada uno de nuestros clientes quiera asumir, les asesoramos sobre cómo trasladar el riesgo al mercado asegurador, qué compañía satisface mejor sus necesidades, cuál es más adecuada para acompañarlo en su expansión internacional y, en función de todos estos datos, negociamos las condiciones más competitivas.

Además, dado que las pólizas de seguro de crédito son contratos "vivos" (principalmente en lo que respecta a la valoración que las compañías realizan sobre la cartera de deudores asegurada), los corredores también realizamos un "servicing" casi diario a nuestros clientes, facilitándoles datos útiles para la toma de decisiones sobre sus deudores, gestionando sus siniestros frente a las compañías e informándoles de forma proactiva sobre las mejoras que se pueden introducir en su póliza.



Perfil

Ingeniero Industrial Superior por la Universidad Politécnica de Cataluña, PADE por el IESE y Corredor de Seguros Titulado. Martín Navaz, presidente de ADECOSE, inició su trayectoria en el mundo asegurador en 1982 como Ingeniero de Prevención en Estrella Seguros, pasando a ser Director Comercial un año después y Director Territorial de Barcelona hasta 1990. Fue en esa fecha, cuando se fundó Confide como grupo empresarial, en el que se incluye la correduría de seguros de la que Martín Navaz es Consejero Delegado, a la par que Consejero del Grupo, actividades que compagina, en estos momentos, con la Presidencia de ADECOSE.

S.: ¿Cree que es necesario cierto grado de especialización entre los corredores para distribuir con éxito estos seguros?

M.N.: En un ramo tan particular como el seguro de crédito, la especialización pasa a ser de necesaria a imprescindible, tanto para asesorar a los clientes como para negociar con el mercado asegurador. Hay que conocer bien cada uno de los productos que ofrece el mercado, analizar las necesidades aseguradoras de las empresas y ser creativo para adaptar los estándares de las compañías a la gestión de riesgos de cada uno de nuestros clientes. Tampoco olvidemos que para gestionar un siniestro frente a las compañías, la competencia técnica de los corredores es un factor clave.

S.: ¿Cuál es el balance de la colaboración entre ADECOSE y SOLUNION?

M.N.: Muy positiva. En estos momentos es con la única aseguradora de crédito con la que tenemos acuerdo, lo que nos satisface especialmente. Se nota que SOLUNION tiene una arraigada vocación de trabajar con corredores.

S.: Por segundo año consecutivo, SOLUNION era reconocida como la mejor compañía de seguro de crédito en el Barómetro ADECOSE 2014. ¿Qué significa este reconocimiento?

M.N.: En la línea de lo que comentaba en el punto anterior, esa vocación se valora especialmente por parte de nuestros

socios. La verdad es que el Barómetro con el 80% de las corredurías participando y el 15% de los empleados de las mismas valorando, es de un rigor que no deja espacio a la duda. Es lo que piensan los socios.

S.: ¿Cómo cree que va a evolucionar la demanda del seguro de crédito este año?

M.N.: La implementación y mejora de las herramientas de control de los riesgos comerciales han sido elementos clave para las empresas en estos últimos años. El seguro de crédito es una de estas herramientas, pero no todas las empresas lo han contratado o mantenido en los años con mayores índices de impago. Actualmente parece que hay un incremento del número de empresas que quieren estudiar la posibilidad de contratar este seguro, pero cuesta bastante que la propuesta se convierta finalmente en póliza.

S.: Finalmente, ¿qué futuro augura a los corredores que trabajan en este ramo?

M.N.: La concentración de la demanda del seguro de crédito ha derivado en un aumento de la competencia tanto entre aseguradoras como también entre mediadores. En el caso de los corredores, la especialización y la profesionalización serán claves para asesorar a unos clientes cada vez más exigentes y preparados. El corredor debe conocer a su cliente, tener competencia técnica y ser proactivo, a mismo tiempo que cada vez más y mejor profesional.

El sector químico recupera fuerzas



A nivel global, la industria química ha mejorado sensiblemente sus datos gracias al tirón del mercado chino, que en el periodo 2003-2013 casi ha multiplicado por cuatro sus ventas. Europa se coloca en el segundo puesto. Mientras Latinoamérica, con una participación en las ventas mundiales del 4,6% en 2013, apenas ha variado su cuota en estos diez años (4,4%, 2003).

La industria química a nivel mundial no ha sido ajena a la debilidad de la demanda y la caída de los precios, aunque los datos de 2013, últimas cifras conocidas a nivel global, muestran que el sector está recuperando fuerzas con unas ventas por valor de 3,156 billones de euros, lo que supone una progresión del 2,4% en comparación con 2012. Estos datos están incluidos en el 'Chemdata International 2014', elaborado por European Chemical Industry Council (CEFIC).

Con un crecimiento de 73.000 millones de euros, el sector químico internacional inició una modesta recuperación que fue impulsada en gran medida por China, donde las ventas de productos químicos pasaron de 918.000 millones de euros en 2012 a 1,04 billones de euros en 2013. A continuación se colocan la Unión Europea (527.000 millones de euros, 630.000 millones, si se tienen en cuenta otros países de Europa) y EE.UU. (465.700 millones, 528.000 millones con NAFTA).

Liderazgo chino

Durante el periodo de 2003 a 2013, la UE ha perdido gradualmente su primer puesto en el ranking de ventas mundiales de productos químicos, que ahora lidera China y el resto de Asia (excluido Japón). La contribución de la UE en esta etapa se redujo en 14,5 puntos porcentuales (del 31,2% al 16,7%, en 2013). En cambio, la participación de China con el 33,2%, era casi cuatro veces superior a la de 2003 (8,7%).

En 2013, los 30 países más importantes en productos químicos tuvieron una facturación conjunta de 2,8 billones de euros. Once de ellos eran europeos con unas ventas de 543.000 millones de euros, cifra que representa una participación del 19,3% en las ventas totales de estos 30 países y del 17,2% de la facturación global. Otros doce son asiáticos, con unas ventas de 1,6 billones de euros y una cuota del 57,7% de las ventas de productos químicos, tomando en consideración los 30 productores de los principales mercados y del 51,5% del mercado mundial.

Latinoamérica, con una participación en las ventas mundiales del 4,6% en 2013, apenas ha variado en estos diez años (4,4%, 2003).

Desafíos a nivel mundial

A pesar de este tímido avance, la química y los transformados plásticos son los sectores industriales manufactureros que mayor incremento productivo anual registrarán (en torno al 4,5%), según el estudio realizado por Prognos Study/VCI (Asociación Alemana de la Industria Química) sobre perspectivas mundiales entre 2011 y 2030, y únicamente superados por el sector energético.

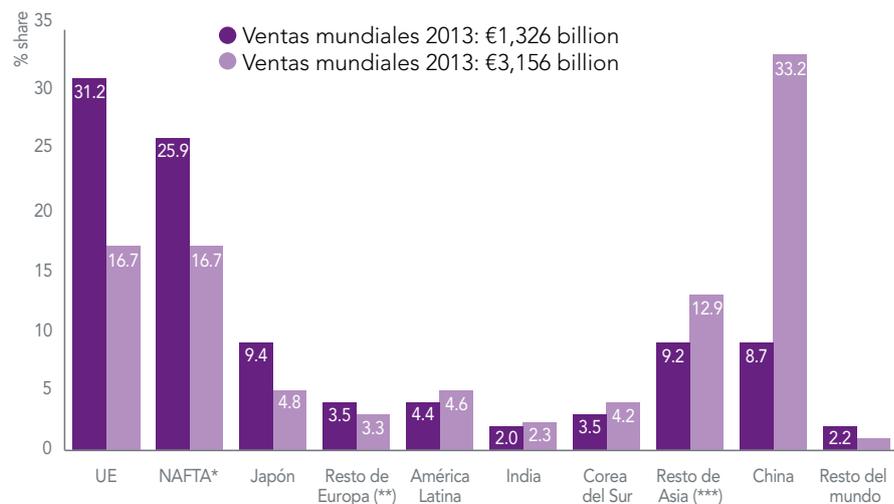
Las empresas químicas han emprendido el camino hacia la contención de costes para ganar rentabilidad en un entorno de debilidad de la demanda y caída de los precios. El sector también se enfrenta al surgimiento de nuevas reglamentaciones, los procesos de fusiones y adquisiciones, la expiración de contratos de patentes, la competencia más presente, etc.

Mayor confianza

Europa sigue ocupando una posición de liderazgo en la cuota del mercado global, a pesar de la supremacía asiática. En 2014, de acuerdo a los datos del CEFIC Chemicals Trends Report, el sector estancó su crecimiento con apenas un alza del 0,3% sobre 2013. El avance se vio obstaculizado por la disminución de la producción petroquímica, aunque el retroceso fue parcialmente compensado por el crecimiento de los productos químicos especializados (2,8%) y los productos químicos de consumo (2,1%). En general, los precios de estos productos cayeron en 2014 un 1,8%. No obstante, crece la confianza de la industria química europea, por las mejores expectativas de producción para los próximos meses.

En España, según datos de contabilidad nacional, la industria química se sitúa como el segundo mayor sector industrial por su contribución al PIB. Más de 3.100 empresas, de las que el 96% son pymes, conforman este sector que fue durante el pasado año uno de los principales generadores de empleo al registrar 10.100 nuevos asalariados y dar trabajo de manera directa a 174.400 personas, según datos del INE.

En 2014, la industria química cerró con una cifra de negocios de 56.386 millones de euros, un 2% más que en 2013 y desde 2007 acumula un crecimiento del 13,4%, frente al retroceso del 24% que registró el conjun-

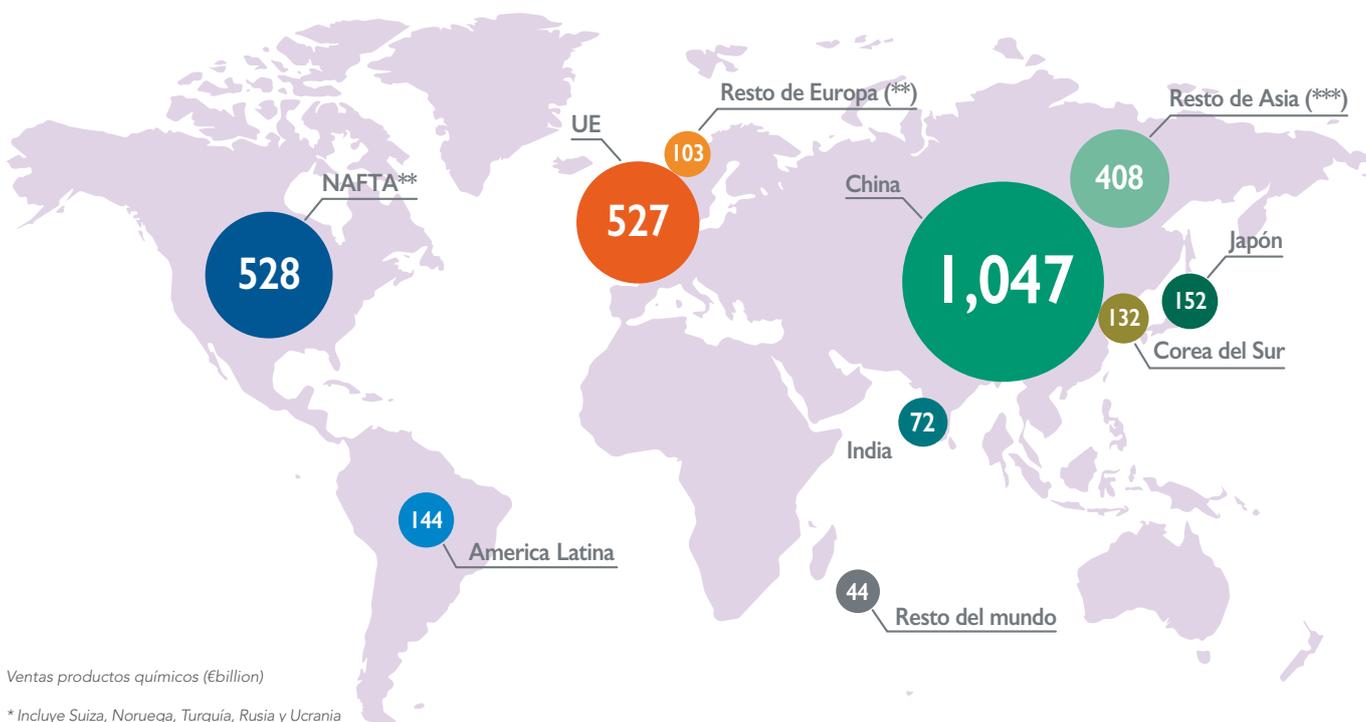


*Norteamérica, Tratado de Libre Comercio
 ** Incluye Suiza, Noruega, Turquía, Rusia y Ucrania
 *** Sin incluir China, India, Japón y Corea del Sur
 Si no se especifica, industria química excluye farmacéuticas
 Si no se especifica, UE se refiere a UE 28
 Fuente CEFIC, Chemdata Internacional (2014)

to de los sectores industriales en España, según un informe realizado por la Federación Empresarial de la Industria Química Española (FEIQUE).

Los mercados exteriores -donde ya se realizan el 57% de sus ventas-, fueron nuevamente los principales artífices de su crecimiento, registrando las exportaciones

un incremento del 3,6%, hasta los 32.000 millones de euros, y del 40% respecto a 2007. Por su parte, las importaciones crecieron un 1,1% hasta los 35.110 millones de euros. Otro factor clave de competitividad es su capacidad innovadora y tecnológica, puesto que acumula el 24% de todas las inversiones en I+D+i que realiza la industria española en su conjunto.



Ventas productos químicos (Ebillion)
 * Incluye Suiza, Noruega, Turquía, Rusia y Ucrania
 ** Norteamérica, Tratado de Libre Comercio
 *** Sin incluir China, India, Japón y Corea del Sur
 Si no se especifica, industria química excluye farmacéuticas
 Si no se especifica, UE se refiere a UE 28
 Fuente CEFIC, Chemdata Internacional (2014)

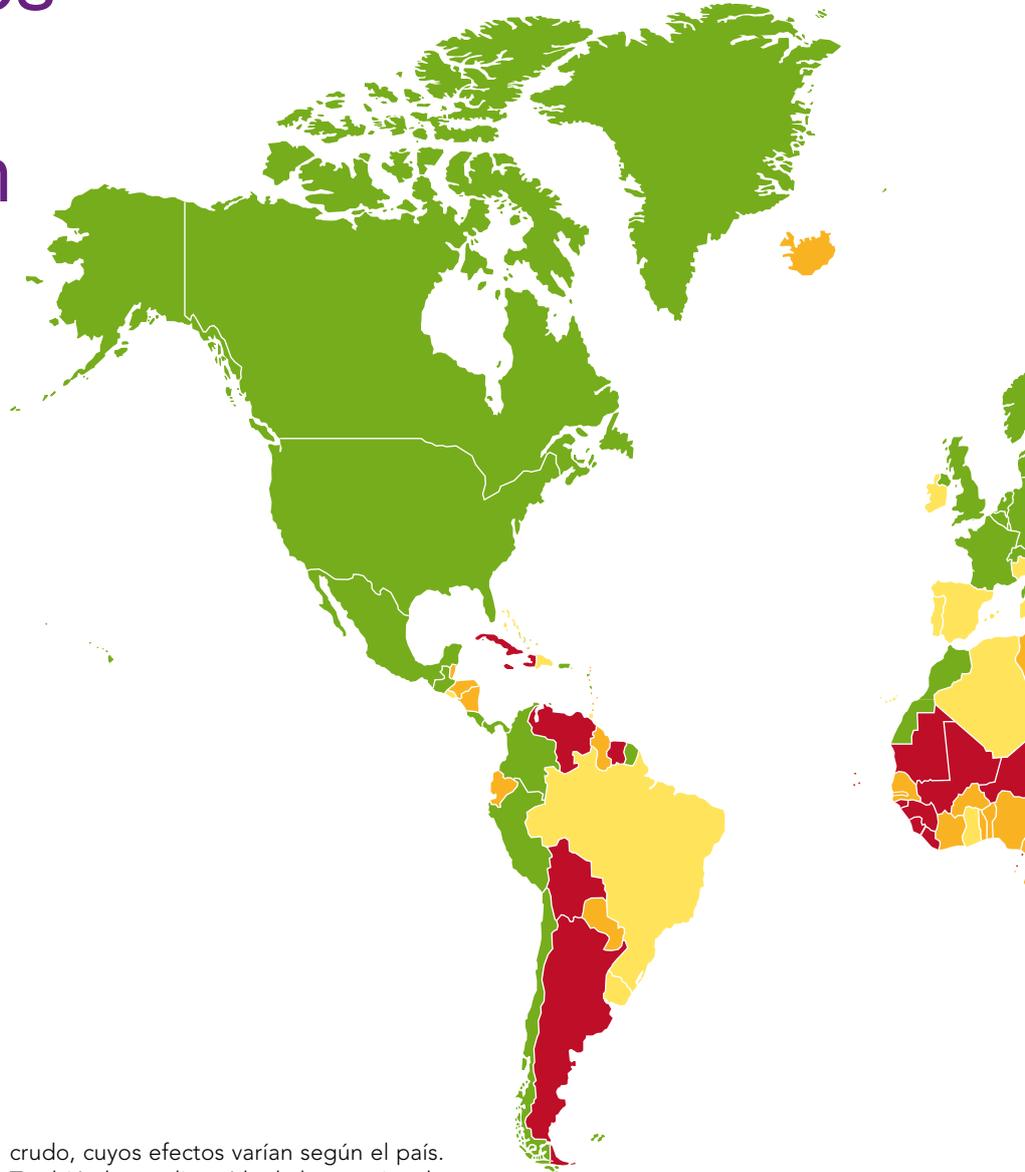
Nuevos pasos hacia la recuperación mundial

Durante el primer trimestre de este año, la recuperación mundial ha seguido su curso, con un pronóstico de crecimiento del PIB de 2,7% para finales de 2015 y de 3,1% para 2016.

En la eurozona, gracias a unos tipos de interés bajos, la caída del precio del petróleo y la debilidad del euro, se comienza a ver el final del túnel. La reducción de la factura energética está mejorando el margen de rentabilidad de muchas pequeñas y medianas empresas; y con la mejora general de la confianza del consumidor se espera un impulso de la demanda interna, mientras que un euro más débil apoyará el crecimiento de las exportaciones. La vieja locomotora, Europa, por fin ha entrado en vías de recuperación, con un crecimiento previsto del 1,3% del PIB para 2015 y del 1,5% para 2016.

Mientras Europa recibe un impulso hacia arriba, en otros lugares del mundo, como Estados Unidos, se mantienen las previsiones para este año (2,9%). El consumo seguirá liderando la recuperación, gracias al fuerte crecimiento del empleo. Se espera también que la Reserva Federal comience a subir los tipos de interés del dólar, pero no será hasta el cuarto trimestre de este año.

Después de un decepcionante 2014, 2015 será un reto para América Latina. El crecimiento regional caerá al 0,5% en 2015, después del 0,9% estimado para 2014, debido a condicionantes externos, retos internos (inflación), tensiones sociales y, en particular, la caída de los precios del



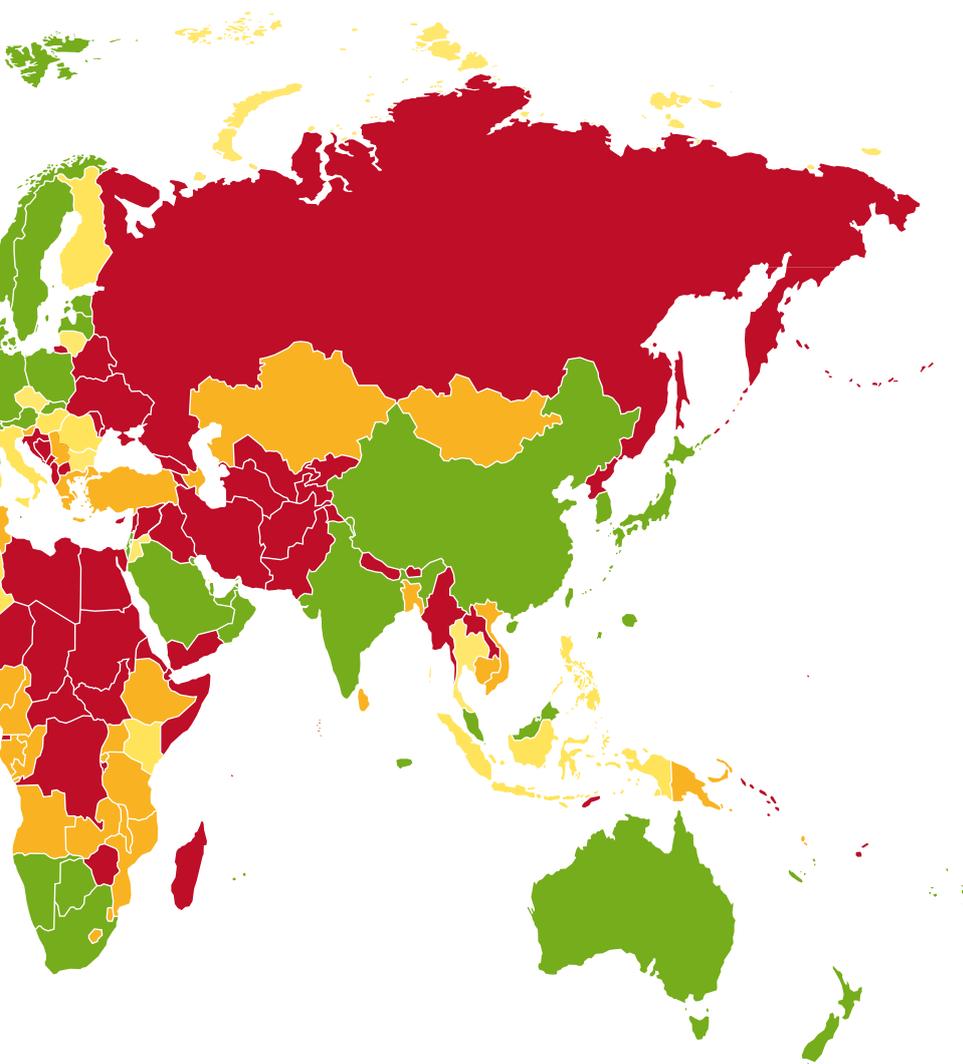
crudo, cuyos efectos varían según el país. También la amplia caída de los precios de las materias primas y la desaceleración de la demanda china afectarán a las exportaciones regionales. Es especialmente significativa la caída de Brasil, con un -0,7% previsto en 2015, debido a la débil demanda en el consumo interno. Para 2016, el crecimiento del PIB de la región se establece en el 2,2%.

La perspectiva de Rusia es sombría, con el -5,5%, en 2015 y el -4,0% para el año siguiente. También se rebajan las previsiones para China, del 7,3% al 7,1% para 2015; y una décima menos para 2016. En cambio, India se está beneficiando de la lucha contra la inflación y el déficit en infraestructuras. Las estimaciones para este país son de

un alza del PIB del 7,7% y del 7,8%, para este y el próximo ejercicio, respectivamente. En conjunto, para los países emergentes se prevé un aumento del 3,7% del PIB para 2015, el más bajo desde 2009, que se elevará en 2016, al 4,4%.

Fuente: Macroeconomic, Country Risk and Global Sector Outlook Economic, Outlook no. 1216. March-April 2015

Clasificaciones riesgo país



- Riesgo Bajo
- Riesgo medio
- Riesgo sensible
- Riesgo alto

Fuente: Euler Hermes

Un país con rating mejorado:

Bélgica

AA2 ►► AA1

Con un aumento previsto del 1,2% en 2015 y del 1,5% en 2016, el crecimiento del PIB está en línea con la media de la zona euro, pero se mantiene por debajo del promedio anterior a la crisis del 2,2%. El sector privado se está recuperando, se espera que la facturación de las empresas se estabilice en 2015, mientras que los indicadores de rentabilidad entraron en una tendencia positiva gracias a los menores precios del petróleo y el menor coste de la financiación. Las insolvencias empresariales cayeron por primera vez en 7 años en 2014 (-9%), pero siguen estando un 40% por encima del nivel de 2007. En 2015, se espera que las insolvencias empresariales sigan en retroceso (-5%).

Dos países con ratings deteriorados:

Brasil

BB2 ►► B2

Se espera que el Banco Central continúe apretando su política monetaria (el tipo de interés se situó en el 12,75% en marzo, el nivel más alto desde 2008), ya que las presiones inflacionarias continúan en aumento. La consolidación fiscal es un objetivo clave del gobierno para este año. Las medidas de austeridad están siendo difíciles de promulgar en medio de las tensiones políticas. Además, la actividad económica se verá muy afectada por el frágil panorama en los planes de inversión de Petrobras (que representa alrededor del 10% de la inversión total de Brasil). Después de estancarse en 2014, el pronóstico para Brasil durante este año es que su PIB se contraiga al -0,7%, por lo menos.

Ghana

B! ►► B2

A finales de febrero de 2015, alcanzó un acuerdo con el FMI para una "Extended Credit Facility" (ECF) a tres años, un paquete de apoyo financiero de aproximadamente 940.000 millones de dólares que apoyará un programa de reforma económica que incluirá la consolidación fiscal. El PIB crecerá un 4% en 2015 (frente a un 7,4% de media anual en diez años); y se prevé un mayor crecimiento para 2016.

¿Es hora de llamar a los mariachis?

México en el “top 10” de exportadores en 2015 y 2016

Las exportaciones mexicanas crecerán un 5% en 2015 y un 5,3% en 2016, con unos ingresos acumulados de 40.000 millones de dólares en este periodo, según las previsiones. Estas cifras refuerzan la posición de México como líder exportador en Latinoamérica.

“A pesar de la caída del precio del petróleo y de la competencia de China en el mercado de Estados Unidos, las expectativas para las exportaciones mexicanas son excelentes. La implementación de reformas y la segmentación de mercados, están siendo clave en la estrategia para impulsar el comercio exterior del país”, indica Irais Pérez, Jefe del Departamento de Información de SOLUNION México.

Según el informe llevado a cabo por SOLUNION en colaboración con Euler Hermes, el rendimiento exportador de México se mantendrá fuerte a lo largo de los próximos trimestres, de modo que se estima que las exportaciones reales crezcan un 5% en 2015, y un 5,3% en 2016. Este incremento situará los ingresos acumulados de las exportaciones en 40.000 millones de dólares en este periodo. Las exportaciones no vinculadas a la energía, que supondrán unos ingresos de 25.000 millones de dólares en 2015 y 30.000 millones de dólares en 2016, compensarán con creces la caída de las exportaciones energéticas.

Con estos datos, México refuerza su posición como líder exportador en Latinoamé-

rica, colocándose en el “top 10” de exportadores este y el próximo año.

EE.UU, papel clave

La demanda estadounidense constituirá el principal conductor de estos ingresos asociados al comercio exterior, puesto que es el destino de al menos el 70% de las exportaciones totales, en la mayoría de los sectores. Se prevé que el aumento de esta demanda alcance 22.000 millones de dólares en 2015 y 25.000 en 2016, y supondrá el 90% de los ingresos adicionales por exportaciones de México.

Asimismo, la reindustrialización de Estados Unidos está jugando un papel importante en la economía mexicana. “Durante los últimos tres años, la integración mexicana en los procesos de fabricación y cadenas de valor, se ha reforzado con la implantación de zonas industriales y fábricas de montaje a lo largo de la frontera de Estados Unidos, que producen principalmente para proveer al mercado estadounidense”, comenta Daniela Ordóñez, Economista a cargo de España, Portugal y América Latina en el Departamento de Investigación Económica de Euler Hermes. Tan solo la competencia

“La reindustrialización de Estados Unidos está jugando un papel importante en la economía mexicana”

de China por este mercado puede influir en este panorama.

El camino de las reformas

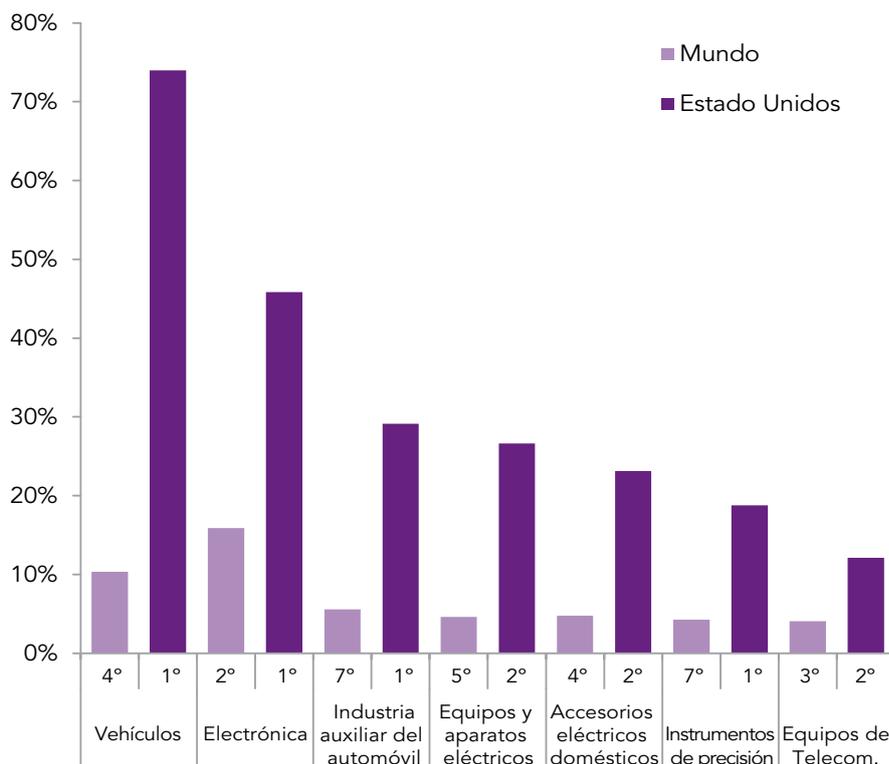
México también ha decidido emprender el camino del cambio para impulsar el comercio exterior. Por ejemplo, la reforma energética abre al capital privado y extranjero los sectores de hidrocarburos y de la electricidad y debería impulsar las inversiones a corto plazo, capitanear la inversión extranjera directa y disminuir los costes energéticos a medio plazo.

Por su parte, la reforma del mercado laboral busca aumentar la flexibilidad y mejorar la competitividad de la población activa

mexicana; mientras que la reforma de la educación persigue impulsar el capital humano gracias a un aumento de la competitividad sin coste. Finalmente, la reforma del sector financiero está encaminada a facilitar el acceso de las empresas a productos y servicios financieros, a la vez que se reduce los costes de financiación.

Aunque hay que tener en cuenta el factor de la proximidad, el verdadero garante del comercio bilateral entre México y Estados Unidos es el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), firmado en 1994 (también con Canadá).

Siguiendo el ejemplo de los beneficios que ha reportado este acuerdo, México ha multiplicado en las últimas décadas sus tratados comerciales con la Unión Europea (supone el 6% de las exportaciones), Israel, Japón y Latinoamérica, de modo que se ha convertido en el país con mayor número de tratados comerciales del mundo; pero también ha aumentado el comercio con aquellos mercados con los que no tiene acuerdos, que ahora representan un 5,6% de las exportaciones, frente al 4% de 2009. Entre ellos destacan China y Brasil.



Sectores más beneficiados: automóvil y electrónica

El sector del automóvil será el principal beneficiario del aumento de la actividad comercial exterior, con unas exportaciones que ascenderán hasta los 9.000 millones de dólares en 2015 y 10.000 millones en 2016. México se ha ganado un puesto entre las grandes economías del sector del automóvil: el 3,5% de las unidades fabricadas en el mundo se realizan en este país, lo que lo convierte en el octavo pro-

ductor mundial. Además, es el cuarto exportador, gracias a la demanda estadounidense que absorbe el 70% de las exportaciones mexicanas de vehículos, y el 90% de sus exportaciones de equipamiento de automóviles.

Otros sectores que también aumentarán sus exportaciones en 2015-2016 son el eléctrico y el electrónico. La importante inversión extranjera de los

últimos años ha permitido, no solo la implantación de fábricas de montaje, sino la creación de centros de diseño e ingeniería. Las exportaciones de componentes electrónicos han doblado su volumen desde 2005, lo que ha permitido al país convertirse en el segundo mayor proveedor mundial de electrónica de consumo, el tercero en equipos de telecomunicaciones y el cuarto en electrodomésticos.

Expertos en seguros de crédito

SOLUNION ofrece un servicio integral de seguro de crédito. Es el socio que necesitan las compañías para desarrollar su actividad comercial con seguridad, con la confianza de que están estableciendo las relaciones comerciales correctas, cuentan con información precisa sobre sus clientes y, en caso de sufrir un siniestro, su impacto se verá minimizado. Con sede en Madrid, SOLUNION está presente en España, Argentina, Chile, Colombia y México, y cubre riesgos en países de los cinco continentes. SOLUNION está participada al 50% por MAPFRE, aseguradora global con presencia en los cinco continentes, líder del sector en España y primer grupo asegurador multinacional en América Latina; y Euler Hermes, número uno mundial en seguro de crédito y uno de los líderes en caución y en recobro.



Soluciones a medida: Servicio Integral:

- **Soluciones para pymes:** proporcionamos una oferta adaptada a las necesidades específicas de pequeñas y medianas empresas para que pueda centrarse en la gestión de su negocio.
- **Soluciones para grandes empresas:** protegemos su negocio frente al riesgo comercial, aportándole tranquilidad para centrar sus esfuerzos en acciones de valor añadido.
- **Soluciones para multinacionales:** apoyamos el crecimiento de los grandes grupos internacionales con programas centralizados a través de la Euler Hermes World Agency.
- **Prevención:** le asesoramos sobre su sector, analizamos su cartera de clientes y le orientamos sobre los mercados a los que dirigirse.
- **Recobro de deudas:** somos número uno en gestión de impagados en el mercado nacional e internacional, con presencia en 49 países y capacidad de recobro en más de 130.
- **Indemnización de impagados:** procedemos al pago de sus deudas no recuperadas una vez agotadas todas las posibilidades de recobro.

Fortalezas:

- **La unión de dos líderes:** Euler Hermes y MAPFRE.
- **La mejor información.** Una base de datos, en permanente actualización, con información sobre más de 40 millones de empresas de todo el mundo.
- **Red internacional** de analistas en más de 50 países.
- **Extensa red** de distribución.
- **Plataforma tecnológica** para la gestión de su póliza cuando y donde quiera.