



BEST
PRACTICES

en
RED

ENTREVISTA A...

AZALEA HUIZAR ZAPATA

FINABILITY

“Contar con un Seguro de Crédito en esta época es crucial para el crecimiento sostenible y firme de una empresa”

¿Podría hablarnos de usted y de su trayectoria junto a CESCE México?

Mi carrera en el mundo asegurador inició colaborando dentro de una compañía aseguradora y a paso firme fui aprendiendo la naturaleza del producto de Seguro de Crédito y las necesidades de los clientes, hasta ocupar la posición de gerente regional.

Con base a las circunstancias del mercado, y después del gran aprendizaje de las crisis económicas del país en el 2008 y 2011, surge una oportunidad de crecimiento para iniciar como intermediario.

Siempre he pensado que ‘Crisis’ es igual a ‘Oportunidad’, por lo tanto, nuestra marca evoluciona gracias al COVID-19 dando pie al nombre de Finability, brindando a nuestros clientes una extensa

gama de productos financieros y sobre todo expandiendo la visión del Seguro de Crédito a nivel nacional.

En esta etapa de pandemia, CESCEMEX ha sido un gran aliado, pues hemos logrado presentar el producto de Seguro de Crédito a muchas más empresas, creando una relación cada vez más sólida. Indiscutiblemente el realizar una gran alianza con ellos ha brindado frutos con nuestros clientes y potenciales prospectos.

¿Cuál es el perfil de riesgo su cartera de clientes y qué coberturas son las más demandadas?

Finability es un corredor especializado en Seguro de Crédito, que cuenta con una cartera de clientes en todos los giros, desde pymes hasta grandes corporativos. Sin embargo, las coberturas



BEST
PRACTICES

en
RED

AZALEA HUIZAR ZAPATA

más demandadas son para los sectores de construcción, químicos y empaques.

Derivado de la contingencia, el perfil de riesgo de la cartera ha sido muy dinámico en comparación con otros años. Algunas de las consecuencias en el sector industrial que nos muestra la estadística es que de cada 10 empresas por lo menos 9 sufren de la falta de pago por parte de sus compradores.

¿Qué papel cumple el Seguro de Crédito en el desarrollo económico de la región y el avance de las empresas?

Indiscutiblemente el contar con dicha herramienta en esta época es crucial para el crecimiento sostenible y firme de una empresa. Un quebranto de su principal cliente o insolvencia de algunos de sus compradores tiene gran impacto en el flujo de efectivo del negocio.

Parte del trabajo de Finability es desarrollar esa visión del Seguro de

“En la cultura mexicana aun en estos tiempos no se cuenta con la práctica de la prevención”

Crédito, pues normalmente todo se asegura en una empresa, menos las cuentas por cobrar que representa un porcentaje considerable de sus activos.

Las empresas que obtienen el Seguro de Crédito venden más y mejor, se vuelven más competitivas tanto en el mercado nacional como internacional, mejoran su liquidez y tienen la tranquilidad de una recuperación en sus cuentas por cobrar.

Según fuentes del INEGI en el 2019 se encontraban operando 4.9 millones de empresas, y derivado del confinamiento del 2020 sobrevivieron 3.9 millones, por lo tanto, hay mucho potencial de crecimiento para esta herramienta financiera.

¿Qué claves distintivas destacaría de la oferta de CESCE hacia el mercado?

- 1.- El porcentaje de cobertura más alto del mercado (93%).
- 2.- Flexibilidad de las condiciones del programa según la estructura del cliente.
- 3.- Proactividad en los dictámenes y pago oportuno de los siniestros.
- 4.- El periodo de indemnización más corto del mercado (90 días).
- 5.- Acceso a un sistema muy completo para el control y uso de la póliza de Seguro de Crédito.

¿Cuáles cree que son los principales desafíos del sector asegurador en la actualidad, y qué será necesario para superarlos con éxito?

En la cultura mexicana aun en estos tiempos no se cuenta con la práctica

“Uno de los desafíos que nos encontramos es que algunas empresas ven la contratación de un seguro como un gasto y no como una inversión”

de la prevención. Esa es una de las lecciones que nos dejó esta pandemia es eso. ¿Cómo proteger mejor a la empresa ante eventos inesperadas que puedan derivar en la falta de pago de los clientes?

Uno de los desafíos que nos encontramos es que algunas empresas ven la contratación de un seguro como un gasto y no como una inversión. Existen caso de empresas familiares que aún confían en las “negociaciones verbales” y no tienen definidas sus condiciones de pago porque consideran que “su cliente principal no le dejara de pagar”.

Nuestra función como Finability es justamente promover el uso correcto del Seguro de Crédito y sus beneficios. Al hacer énfasis en los tres servicios principales del producto

(Monitoreo de clientes, cobranza oportuna e indemnización) ayudará a que lleguemos a más empresas e identifiquen en el producto no solamente un seguro indemnizatorio sino un instrumento robusto de administración de cuentas por cobrar con muchas más bondades que beneficiarán la operación y el crecimiento del negocio.

Azalea Huizar Zapata inició su carrera profesional dentro de una importante aseguradora de crédito hasta ocupar el cargo de gerente regional en Monterrey y la zona noreste de México.

Su experiencia en las crisis económicas del país en el 2008 y 2011, le permitió identificar las necesidades del mercado y la forma cíclica en que se presentan los problemas de liquidez en las empresas.

Posteriormente se independiza posicionándose como uno de los principales corredores entre diversas aseguradoras, dando paso firme con su propia marca, Finability, atendiendo clientes a lo largo de todo el país.



PERFIL