

ENTREVISTA A RICARDO ROSENTHAL, PRESIDENTE DE MAKLER

## “Nosotros cotizamos para ganar”

Factura casi 270 millones de pesos al año, entre sus clientes tiene 600 cuentas internacionales referidas y más de 3.000 compañías nacionales. En los últimos nueve meses, su negocio creció un 40 %. El 90 % de su facturación sigue viniendo del ramo corporativo. Integra importantes redes internacionales. Hace tres años, abrió XS SA, su propia subsidiaria de reaseguros.



“Si el cliente sólo quiere hacer benchmarking para saber dónde están y luego hacer cambios internos, no nos interesa.”

**T**ras 26 años en el mercado, focalizando su actividad en los seguros para empresas, segmento en el que se consolidó rápidamente, y siendo el primer broker corporativo de capitales íntegramente argentinos, no tuvo frenos a la hora de desarrollarse, no sólo en el ámbito del mercado nacional, sino también a través de varias redes internacionales y de su filial en Uruguay.

El año pasado, *Makler* fue el primer broker argentino en entrar a *CIAB*, *Council of Insurance Agents & Brokers*, asociación de corredores y brokers estadounidense.

Especializado desde sus comienzos en *Property & Casualty*, incursionó hace un par de años en el rubro de los *Affinity*, llegando a los 5 millones de pesos de producción. Sin embargo, explica su fundador y presidente, Ricardo Rosenthal, en una entrevista concedida a *Estrategas*, el 90 % de su facturación sigue viniendo del ramo

corporativo. Sólo el 5 por ciento de su cartera viene a través de productores de seguros, porque “no es nuestro negocio”.

La compañía factura casi 270 millones de pesos al año, de los que el 18 % corresponden a 600 cuentas internacionales referidas, y el resto, a más de 3.000 compañías nacionales. En los últimos nueve meses el negocio creció un 40 %.

Ya desde el principio tuvieron a grandes, como *Benvenuto*, *BGH*, *Aerobaires* y *Domec*, *Panamerican Energy*, *Coca-Cola* (su primera embotelladora del país), *Carrefour*, *Di-profarma* y *Expofrut*.

Cuando en 1985 se fundó *Makler SA*, *Asesores de Seguros*, la propuesta fue siempre hacer algo diferente, explica Rosenthal. “Le ofrecíamos al cliente una auditoría del programa vigente, coberturas, costos y riesgos reales. Buscábamos alternativas para mejorar la transferencia de riesgos y el control de contratistas. Fuimos los primeros en hacerlo.”

**REDES.** *Makler SA* –hoy con un staff de 70 personas– está presente en importantes redes internacionales. En 1995 se sumó a *Assurex*, la red de corredores independientes más grande del mundo. También en ese año entró en otras tres redes más, la europea *Wing*, *IBN* y *WBN*. Están presentes también en *Aesis*, una asociación europea de proveedores de seguros, en la que Rosenthal es, además, el director para Latinoamérica.

En 2005, el broker fue accionista fundador de *RisckCo*, la primera red latinoamericana, de la que participan 17 países (diez accionistas y siete corresponsales), tiene una facturación de primas agregadas del orden de los 800 millones de dólares, y de la que el presidente de *Makler* es director general.

En cuanto a la metodología de trabajo, explica, “no somos una fir-

“ El mercado de reaseguros facultativos se ha complicado mucho, pero hay que adaptarse. ”

ma agresiva, tenemos un coeficiente de cierre muy alto, que tiene que ver, justamente, con el hecho de que tratamos de llegar a clientes que estén bien posicionados política o comercialmente”. Y “tratamos de fijar algunas pautas a priori, le preguntamos al cliente hasta qué punto está dispuesto a hacer un cambio si le damos una propuesta superadora. Porque si sólo quieren

hacer *benchmarking* para saber dónde están y luego hacer cambios internos, no nos interesa. Nosotros cotizamos para ganar”.

También trabajan con pymes, pero explica que buscan algunas seleccionadas. “Es un mercado que nos gusta y que ha crecido mucho en los últimos cinco años, pero sólo aceptamos aquellas en las que vemos voluntad de mejorar su administración de riesgos, lo que no significa gastar más en seguros, generalmente es al contrario.”

**REASEGUROS.** Hace tres años, *Makler* abrió *X5 SA*, su propia subsidiaria de reaseguros: “Es sólo para asegurar nuestros riesgos. Por ahora no pensamos vender reaseguros, el mercado está en pleno cambio y preferimos quedarnos expectantes para ver cómo evoluciona”.

Rosenthal evalúa que la situación del mercado nacional, en cuanto a coberturas y capacidad es bue-

que es la calificación del país”.

Asegura que no se puede predecir, que hay que ver qué dirección va tomando todo esto. “Pienso que va a haber algunos reaseguradores internacionales que se van a establecer. Va a haber una segunda oleada de inversores o reaseguradores establecidos permitidos, pero vamos a seguir encontrando reaseguradoras locales que no van a poder cerrar contratos con reaseguradoras multinacionales. Calificar un mercado incipiente, donde no hay un capital significativo es muy difícil; es una situación de difícil solución.” Y añade, “hoy el mercado facultativo se ha complicado mucho, pero habrá que adaptarse lo mejor posible”.

**POTENCIAL.** Enfocados ahora en buscar los segmentos con mayor potencial de crecimiento, habla Rosenthal de las nuevas posibilidades: “D&O está creciendo muy bien, y dejó de ser una cobertura exclusi-

ra que ha tenido mucho desarrollo en el último año. Ahora con la crisis, no sé cuánto va a durar, pero es un negocio muy interesante. Caución siempre ha sido un buen negocio, porque hay un movimiento permanente y es una cobertura que fideliza mucho al cliente”.

“Tenemos fijado un plan para el año que viene y estamos un poco por debajo del objetivo súper ambicioso que nos habíamos marcado, pero *pinta bien*, veremos cómo

“ El mercado **no ha crecido tanto** como la gente cree. ”

termina. Ha habido un crecimiento importante en las carteras de Riesgos de Trabajo”.

Y sigue Rosenthal, hablando de sus objetivos: “Estamos buscando siempre productos o servicios que nos permitan salir de esa lucha continua por la misma cuenta. El mercado no ha crecido tanto como la gente cree. Ha crecido mucho en primas, pero en términos de inversiones no lo ha hecho de forma significativa. Por eso, sin perder la base principal, hay que buscar alternativas que nos diferencien y donde podamos movernos con menor competencia”.

En cuanto a los principales desafíos de un broker, Rosenthal señala: “Lo más importante es que el negocio sea rentable desde el punto de vista técnico. Tiene que tener una estructura acorde y adecuada en término de servicios, para tener un gran porcentaje de retención. Este es un negocio de acumulación, se renueva lo del año anterior y se agrega lo nuevo, con lo cual cuanto mayor nivel de retención de clientes tengamos mejor es el agregado de crecimiento. Un porcentaje alto de retención, un 90/95%, hace que el crecimiento sea muy bueno.” **E**

**Bárbara Alvarez Plá**



na. En cuanto al panorama frente al nuevo marco de reaseguros, dice: “Los contratos se renuevan a junio, con lo que tenemos hasta 2012 un mercado establecido. A partir del año que viene, vamos a ver cómo sigue, porque la historia estará más complicada. Hoy, con reaseguradoras nacionales es difícil, sobre todo para algunas aseguradoras que, por normas internas, tienen que operar con reaseguradores calificados A o superior. Los reaseguradores establecidos en la Argentina tendrán B,

va de grandes corporaciones o multinacionales que coticen en Bolsa. Está bajando a empresas medias. Si bien no estamos aún en el camino del todo correcto, tenemos la Caución Ambiental, aunque lleva de la mano una cobertura de transferencia bastante limitativa, se está moviendo. Hay un poco más de supervisión por parte de las autoridades, lo que hace que las empresas busquen cobertura”.

También “el seguro de Crédito doméstico, interno, es una cobertu-