

# La Visión de los Líderes del Brokerage Argentino

Los grandes corredores confirman el buen momento del mercado. Igual contemplan el posible impacto de la crisis económica mundial sobre sus clientes. Plantean fuertes reparos respecto a riesgos ambientales, la flamante RC Patronal y el nuevo régimen de reaseguros normado por el organismo de control. La fuerte competencia sigue siendo una constante. Hoy todos continúan poniendo foco en el desarrollo de nuevas líneas de negocios.

En diálogo con “Mercado Asegurador”, los líderes del brokerage de seguros argentino delinearán la coyuntura del negocio y hablan de todo: desafíos, amenazas, la inflación, la problemática de los riesgos ambientales, la nueva cobertura de RC Patronal y el nuevo marco de reaseguros normado por la Superintendencia de Seguros de la Nación.

En esta nota, tenemos la palabra de Alejandro Guerrero, vicepresidente de Marsh S.A.; Juan Velarde, CEO de Aon Risk Services; Ricardo Rosenthal, presidente de Makler S.A.; y Marcelo Rodríguez, presidente de Risk Group Argentina.



Alejandro Guerrero, Vicepresidente de Marsh S.A.



Juan Velarde, CEO de Aon Risk Services

sobresaltos internos. El gran desafío nuestro es lograr transmitir este concepto con profesionalismo”.

En cuanto a los desafíos, el presidente de Makler enumeró: “El desarrollo y comercialización de productos no tradicionales tales

como planes suplementarios de pensión a nivel corporativo y Seguros de Salud en serio, hoy prácticamente inexistentes. La Responsabilidad Civil de Directores y Gerentes es una línea de un gran potencial, aún hoy con primas muy competitivas. Esta cobertura está dejando de ser una póliza reservada únicamente a grandes corporaciones y, cada vez más, los

empresarios y directivos consultan y piden asesoramiento sobre la misma”.

Por último, mencionó: “El nuevo esquema de reaseguro plantea un interrogante y nos presenta un escenario incierto respecto a cómo se desarrollará la nueva regulación. Para todos será una ‘on going experience’ sin duda. Apuntamos a una actividad más agresiva en el desarrollo de beneficios al personal, tanto desde el punto de vista de seguros de Vida Colectivo, Accidentes Personales, Pensiones, Salud como planes de afinidad para los empleados”.

Por su parte, Rodríguez fue más allá de la coyuntura y planteó un problema medular del sector: “Reiteradamente mencionamos la guerra de precios o la competencia descarnada, la creatividad en el servicio o la distribución. La principal amenaza del negocio de brokerage en la Argentina es la falta de ‘masa crítica’. Nuestras organizaciones, aun las que parecen ser las más grandes, no tienen dimensiones comercialmente sustentables comparadas con iguales empresas en la región. Sin ese volumen, la incertidumbre, la falta de innovación o los recursos humanos son difícilmente manejables ya que carecen de escala para absorber los avatares de una justa competencia comercial”.

## Competencia

¿Cuáles son los pros y contras de la fuerte competencia que protagonizan históricamente los grandes brokers?

## Más Protección

¿Cuáles señalaría como las principales amenazas y desafíos del negocio del brokerage en la Argentina? Guerrero de Marsh respondió: “El principal desafío de los brokers de seguros es entender que el negocio al cual estamos acostumbrados evoluciona de la misma manera que todo el mercado financiero en el mundo. Lo nuestro es una actividad financiera clave en la protección del patrimonio de las empresas y, en momentos críticos de la economía mundial, no podemos pretender apegarnos al concepto de ‘business as usual’, porque nuestros clientes no están haciendo sus negocios ‘como siempre lo hicieron’”.

“Entonces”, continuó, “debemos hacer valer y transmitir adecuadamente a nuestros clientes que más que nunca es importante aplicar los principios de administración de riesgos como la mejor forma de minimizar sus riesgos y proteger sus negocios. En momentos de crisis económica como hoy, los clientes no están en condiciones de afrontar y asumir tanto riesgo como en épocas de mayor actividad financiera. Por lo tanto, contrariamente a lo que muchos hacen, en lugar de asegurar menos los clientes deben protegerse más para evitar tener que afrontar gastos o pérdidas inesperadas, cuando deben estar enfocados a mantener la actividad de sus empresas sin

Velarde de Aon fue a las fuentes: “El desafío del mercado de brokers es agregar valor permanentemente, tanto a sus productos como a sus clientes. Su principal misión debe ser la de cumplir con su rol asesor y brindar un servicio sin quiebres, asesorar proveyendo soluciones que redunden en beneficios medibles para los clientes”.

En tanto, Rosenthal de Makler dividió bien los tantos. Por el lado de las amenazas, precisó: “El mercado continúa blando, con tarifas estables o tendiendo a la baja en algunos ramos (caso Property y Transporte). El ajuste de los valores a riesgo (sumas aseguradas) no acompaña a la real inflación, por eso es nuestra función permanente insistir con los clientes sobre este punto. No siempre encontramos el acompañamiento esperado. Si bien les exponemos los peligros de no ajustar periódicamente las sumas en un contexto inflacionario, inclusive en dólares”.

“La competencia de bancos -continuó- y otros agentes institorios de distinta naturaleza como canales no tradicionales, fundamentalmente en Seguros de Automotores y Hogar, continúa siendo importante. Se prioriza quizás la comodidad de contratar un producto enlatado de escasa, o casi nula prestación de bajo costo, sin analizar demasiado qué cubre y por cuánto, comodidad que habrá dejado de ser una ventaja cuando aparece el siniestro y quizás no se tenga la cobertura que se suponía”.

“La ventaja más evidente -dijo Velarde- es la mejora en general del mercado, es más profesional. Es un mercado en el que los competidores se conocen y mantienen una buena relación entre sí. No se ven desventajas”.

En tanto, Guerrero fue más allá: “La competencia entre los grandes brokers es una constante. Es lo que estamos acostumbrados a hacer y es algo que regularmente todo cliente nos pide. No existen ‘*per se*’ pros y contras aplicables a todo tipo de competencia, sino más bien según cada caso en particular. Si estamos hablando de riesgos donde existe un universo importante de aseguradores o reaseguradores interesados en tomar un riesgo, la competencia permite siempre obtener la mejor relación ‘*costo/beneficio*’ de una contratación; pero esto también se logra cuando es el broker el que hace que las aseguradoras compitan entre sí y muestra claramente a su cliente el resultado de su trabajo”.

Por otra parte, sostuvo que “cuando el mercado es limitado y sólo son unos pocos quienes tienen apetito de asumir un determinado riesgo, y además ese mercado se reparte entre varios brokers, entonces la supuesta competencia puede terminar perjudicando al cliente porque las aseguradoras y reaseguradores saben que tal competencia requiere de todos ellos y se pierde el efecto deseado de que cada uno dé lo mejor de sí para permanecer en el riesgo. En estos casos es mejor realizar una competencia de brokers para determinar cuál está mejor preparado en ese determinado riesgo y que luego sea ese broker quien negocie con las aseguradoras en conjunto”.

“También -evaluó- es sano que las competencias se realicen periódicamente pero no todos los años. De esta manera las aseguradoras y los brokers tienen una mayor consideración hacia el cliente y la promesa de un mediano o largo plazo permite mejorar condiciones y/o afrontar siniestros sin riesgo de perder al cliente cada año. Ahora bien, partiendo del principio que una competencia periódica es una práctica sana, es fundamental que la competencia tenga reglas claras y objetivos determinados. Los clientes que tienen experiencia en estos procesos saben que el procedimiento sólo funciona si es transparente y equitativo para todas las partes. Sea cual fuere la modalidad, con o sin asignación de aseguradoras, con o



Ricardo Rosenthal, Presidente de Makler S.A.



Marcelo Rodríguez, Presidente de Risk Group Argentina

sin alternativas, estableciendo o no mínimos de extensión de cobertura o dejándolo al mejor conocimiento de cada broker, lo más importante es que la competencia sea clara desde inicio y que las bases de licitación establecidas por el cliente no se modifiquen por las presiones de uno u otro broker”.

Por último, dijo, “al momento de evaluar las presentaciones, si bien el costo económico es un aspecto fundamental, debe también evaluarse correctamente el alcance del producto que cada broker propone y la calidad de las aseguradoras o reaseguradoras presentadas. ¿De qué sirve pagar más barato una cobertura que luego no tiene el alcance esperado o con una aseguradora que se resiste a pagar los siniestros?”

Marcelo Rodríguez, siguiendo el planteo inicial, dijo: “Como consecuencia del tamaño insuficiente, no puede decirse que exista hoy en el mercado un claro líder. Puede haber uno ‘*más grande*’ pero no es un ícono del mercado. No establece mejores prácticas, no modela los estilos de competencia y no fija políticas de largo plazo. Por ende, la lucha que encarnan los brokers de capital extranjero se convierte en la canibalización de las oportunidades de negocio en aras de lograr un punto más de crecimiento orgánico o rentabilidad”.

En tanto, Rosenthal explicó: “La competencia es buena porque el cliente accede a diferentes estilos y tiene mayor posibilidad de comparar no sólo precios sino servicio. Hoy, y en la Argentina que viene en línea con los mercados desarrollados, es cada vez más frecuente ver a más de un broker en una misma cuenta. Esto trae como resultado una permanente competencia de servicio y costo. Por el lado de las contras, obviamente esa misma competencia es la generadora de menores ingresos para los brokers, lo cual nos ha hecho más eficientes. A la postre todo lo bueno que genera la estricta ley de oferta y demanda. No nos quejamos para nada”.

## Capacidades

Los empresarios también evaluaron la performance de tasas, condiciones, oferta de coberturas y capacidades de la plaza.

“Tanto el mercado local como el internacional -indicó Guerrero- tienen una tendencia relativamente estable tirando a la baja, pero siempre dependiendo de la siniestralidad individual de cada cliente. No hemos visto limitación en capacidades ni coberturas, e incluso, con la puesta en marcha del nuevo sistema de reaseguros, algunas aseguradoras aumentaron sus capacidades comprando *traties* más altos y amplios de tal forma de depender menos de los reaseguros facultativos en el primer año del nuevo régimen. Quizá el negocio que más diferencia ha mostrado es ART en los clientes de menor cantidad de capitales (menos de 500). Esto se da por la irrupción en el mercado de la cobertura de RC Patronal que intentan vender, ahora por separado, lo cual limita la prima a cobrarse por la cobertura ‘*pura*’ de ART”.

Por su parte, Rosenthal dijo: “Se ha lanzado al mercado la cobertura de Responsabilidad Civil Empleador, si bien con una suscripción altamente selectiva. También la nueva cobertura de Responsabilidad Ambiental como complemento a la caución obligatoria se ha comenzado a comercializar. Salvo en el ramo Automotor, con pérdidas históricas y donde las tarifas aumentan año a año por la incidencia de la tasa de siniestralidad, en general estamos frente a un mercado blando en Property, Responsabilidad Civil, líneas Financieras y Caucciones. Las compañías han mejorado mucho sus contratos de reaseguro (aún basados en el régimen anterior) y ofrecen capacidades importantes que se adecuan a las necesidades del mercado local”.

En tanto, Rodríguez dijo: “Estamos viendo hoy cambios en muchas líneas de negocio. Cambios en los costos y en las condiciones. Algunos se deben a un mayor ‘*endurecimiento*’ producto de una más alta siniestralidad y otros a las nuevas normativas que han alterado algunas de las actuales capacidades disponibles. Los negocios de Energía, las Responsabilidades Corporativas, entre otros, son algunos de los ejemplos del endurecimiento, mientras, contrariamente a lo que sucede en el resto del

mundo y a pesar del creciente aumento de la siniestralidad, otras líneas de negocio tienen cada vez más jugadores como D+O o Construcción, por enumerar algunos. Esto tiene una explicación en la necesidad de aumentar el volumen del negocio a instancia de los resultados técnicos”.

Desde Aon, Velarde puntualizó: “En el caso de los seguros de Responsabilidad Civil General, por ejemplo, las tasas se vienen manteniendo desde hace varios años. Se registra de todas formas un crecimiento acumulado anual del orden del 3,5% en las primas -a valores constantes-, lo cual estaría explicado por una moderada generación de nuevos negocios”.

En la performance de las aseguradoras en cuanto a su *underwriting* y administración del negocio, mientras que Guerrero dijo que “no ha habido mayores cambios”, Rodríguez consideró que “en los últimos meses se ha notado un cambio en la tendencia de la suscripción de los grandes riesgos, por cuanto el *underwriting* toma más tiempo, hay un mayor análisis y necesidad de información técnica para ofrecer las condiciones que el cliente necesita”.

Y Rosenthal sumó: “Evidentemente la nueva resolución de la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN), modificando radicalmente el marco de reaseguros, está obligando a las aseguradoras a diagramar nuevos esquemas de protección de sus carteras, con el menor impacto posible sobre las primas que deban pagar sus clientes. Aquellas cedentes con ingresos provenientes en gran parte de comisiones por negocios fronteados para reaseguradores no registrados en SSN, ahora tendrán que repensar o reinventar su estrategia de negocios. Los brokers de reaseguros podrán ser una buena fuente de asesoramiento”.

### Estrategias

¿En qué servicios o negocios están poniendo foco hoy, más allá del negocio madre?

Riskgroup -explicó Rodríguez- “ha producido en su 10º aniversario un reenfoque estratégico sin desatender sus negocios principales. A la clara especialización en Reaseguros, Energía, Agribusiness y Responsabilidades, estamos lanzando nuestra nueva iniciativa para Seguros de Personas que es absolutamente revolucionaria y constituye un desafío para las actuales formas de distribución de seguros en la Argentina”.

Marsh -aclaró Guerrero- sigue sosteniendo que la única forma de diferenciarse es mostrando el nivel más alto de servicio y profesionalismo: “Nuestro foco principal

está en seleccionar el producto más adecuado al riesgo individual de cada cliente, obtener la cobertura más amplia que ofrezca el mercado y el costo más competitivo para ese producto. Hacia adelante estamos previendo el posible impacto que la crisis económica mundial sobre nuestros clientes de tal forma de anticipar en la medida de lo posible eventuales soluciones o productos que puedan atemperar por vía de los seguros ciertos riesgos comerciales. Un ejemplo de esto es el desarrollo de los Seguros de Crédito para la Exportación o las Cauciones orientadas a la prefinanciación de exportaciones”.

En tanto, Velarde dijo: “Aon fue siempre líder mayoritariamente en el mundo corporativo, sin embargo, están creciendo los mercados de Banca, PyME e Individuos. Nuestro sponsorío a nivel mundial en la camiseta del Manchester United favorece esta tendencia. Definitivamente nos da una visibilidad de marca superior en mercados masivos”.

Y Rosenthal precisó: “Ponemos el foco en negocios con facturación mensual ajustable, como Riesgos del Trabajo y Vida Colectivo, flotas de autos y planes de afinidad para empleados de empresas clientes. También vemos un gran potencial en las líneas financieras tales como D&O y E&O. Desde luego, no perdemos de vista nuestro ‘*core business*’ que son los riesgos corporativos de Property, Construcción, Casualty & Marine”.

### Riesgos Ambientales

En cuanto a la respuesta en riesgos ambientales, Rosenthal dijo: “A aquellos clientes que deben cumplir con las leyes y ordenanzas de su jurisdicción, les aconsejamos la contratación de la caución ambiental que comercializa el grupo de aseguradores agrupados en la Cámara Argentina de Aseguradores de Riesgos Ambientales (CAARA), que son los que cuentan con la autorización tanto de la SSN como de la Secretaría de Medio Ambiente. No aconsejamos exponerse y, si bien la Caución no implica la transferencia del riesgo, no sólo permite cumplir con lo exigido por las autoridades sino que, en cierto modo, también incide para que la empresa se concientice en su responsabilidad de protección del medio ambiente”.

Para Velarde, “este tipo de temáticas generan bastante incertidumbre por tratarse regulaciones nuevas, que cambian condiciones. Es por ello, que una vez analizadas las variables, nos comunicamos con los clientes para transmitir tranquilidad y explicar situaciones que podrían no ser del todo claras. Es uno de los momentos fundamen-

tales en los que se aprecia nuestro asesoramiento y tiene como objetivo fundamentalmente que se ajusten a la normativa. Así los mantuvimos al tanto de las novedades que iban surgiendo y concluimos que la caución sigue siendo el único instrumento para cumplimentar con el artículo 22 de la ley General del Ambiente”.

“Definitivamente -dijo Rodríguez- nos hemos colocado a la cabeza de la gestión de riesgos, asesorando a nuestros clientes y ofreciendo las alternativas disponibles en el mercado. Creemos que -como sucedió en ART- la póliza de responsabilidades se ofrecerá a la brevedad en los términos requeridos por la ley. Estamos cerca del cliente y tratamos de alertarlos acerca de las implicancias de no cumplir los requisitos de aseguramiento que rigen en la ley medioambiental y, para ello, les ofrecemos un estudio completo y una comparación exhaustiva de las distintas coberturas que dispone el asegurado para protegerse”.

En tanto, Guerrero explicó que “desde hace tiempo ya Marsh ha sostenido una posición bien clara respecto de los riesgos Ambientales: el único producto que ha sido formalmente aceptado por las entidades regulatorias en materia ambiental, por la SSN y por la Corte Suprema de Justicia y que cumple con la exigencia del Art. 22 de Ley General del Ambiente es la Caución Ambiental. Nuestro deber como asesores debe ser objetivo y realista, con lo cual entendemos que sería muy imprudente asesorar de otra manera a nuestros clientes. Sin embargo, que quede claro que con este seguro estamos sólo *rascando* la superficie de lo que el mercado asegurador podría hacer respecto de Seguros Ambientales. Hemos participado de numerosos foros de discusión y hasta las mismas aseguradoras que comercializan este producto de Caución Ambiental coinciden que hay mucho más para hacer y productos para desarrollar. De hecho, ellas mismas están trabajando para ofrecer otros productos complementarios”.

“Como siempre”, continuó, “el asesoramiento que brindamos está determinado por la inquietud o la necesidad de cada cliente en especial: si pone foco en el cumplimiento de la ley apuntamos a la Caución Ambiental y no entramos en discusiones inconducentes, pero si apunta a una situación de riesgo hacia terceros o eventuales costos de limpieza de predios que puedan estar contaminados a partir de un evento, existen otros principios de administración de riesgos o productos de seguros en los que podemos asesorarlos”.

### Riesgos del Trabajo

Frente a la nueva cobertura RC Patronal, Rodríguez dijo: “Desde un principio creímos que esta póliza se vendería razonablemente bien. Estamos reformulando nuestra propuesta de valor para que el cliente vea que la RC Patronal es un complemento útil para complementar la protección sobre los Recursos Humanos de la empresa. Estamos vendiendo muchas pólizas de RC Patronal, obviamente con las mismas ART que ofrecen la cobertura primaria”.

En tanto, Velarde evaluó: “El mercado de RC en exceso de ART es muy nuevo y se encuentra evolucionando. Por el momento, los costos son un poco altos, por lo menos las primeras indicaciones dan esta sensación. Las aseguradoras que hoy están activas son tanto de capitales nacionales como internacionales”.

Guerrero explicó: “El producto de RC Patronal es, a nuestro entender, un producto incompleto tal como ha salido hasta ahora. Con la mejor intención se ha pretendido dar claridad a un sistema que entró en conflicto con la realidad tanto desde un punto de vista jurídico como económico, generando un área gris que encareció el sistema y le hizo perder una buena parte de su funcionalidad. A partir de la diversa jurisprudencia asentada de los últimos años, rápidamente caímos en una situación muy parecida a la que llevó a modificar el anterior sistema de Accidentes de Trabajo: la multiplicidad de reclamos judiciales. El gran mérito del sistema de ART persiste y es que empleados y empleadores hoy tienen bien atendidas las obligaciones y necesidades ‘prestacionales’ cuando una persona se accidenta durante su jornada laboral. La parte que falló fue lo referente al resarcimiento económico por la incapacidad consecuenencial y por ello se generó una suerte de explosión de judicialidad en los casos”.

Y fue más allá: “La cobertura de RC Patronal que se ofrece hoy no soluciona el problema sino que sólo deja en blanco y negro lo que antes era difuso. Los clientes aún miran con recelo el producto ya que no les cubre toda esa judicialidad que se ha generado y puede aún ir en aumento. Es un producto más limitado que el que se comercializaba antes de sistema de ART y las compañías lo saben, por ello es que los costos de Riesgos del Trabajo tienen una tendencia hacia la baja aún con la RC Patronal incorporada. Obviamente los empleadores también lo entienden y muchos no están interesados en comprarlo”.

Por su parte, Rosenthal dijo: “El merca-

do es sumamente restrictivo, son pocas aún las ART que suscriben la cobertura como accesoria de la legal. Por lo tanto, la posibilidad de ampliar su comercialización está estrechamente ligada a la falta de oferta y a la extremada selección de suscripción por parte de las ART, tanto respecto de la actividad como de la cantidad de capitas”.

### Póliza Unica de Autos

Respecto a la Póliza Unica para el ramo Automotor fijada por la SSN, el presidente de Makler precisó: “No cambia en esencia la cobertura, por lo cual el impacto para el consumidor es en principio nulo, más bien favorecerá la lectura a partir de un texto más ordenado. En cambio, impacta operativamente en las aseguradoras en la medida que deben invertir recursos humanos y económicos para modificar sus textos, adaptándolos a la nueva resolución”.

“Existen comentarios -agregó Guerrero- que indican que esta unificación es un primer paso para llegar a la ‘póliza digital’ y de allí la pretensión de unificar los clausulados y discontinuar el uso de los ‘cuadernillos’. Es difícil determinar en este momento el impacto que pueda tener, pero claramente tiene un aspecto más administrativo que económico. No estamos en desacuerdo con que se fijen pisos mínimos de cobertura, pero aparentemente también fija un techo a las prestaciones que deban ofrecer las aseguradoras, lo cual no actúa en beneficio del consumidor. Tampoco soluciona el mayor problema que existe en lo referente a los Seguros de Automóviles por cuanto sólo una fracción del parque automotor cumple con la obligación de contratar el seguro obligatorio establecido por ley”.

Velarde evaluó: “A partir de las nuevas resoluciones de SSN, todas las pólizas de Automotores tendrán un texto único con el cual se pretende que los asegurados reciban en sus pólizas únicamente las cláusulas que tienen que ver con la cobertura contratada. Con esta modalidad se consigue una lectura más simple de parte de los mismos de una póliza Automotor. Esto no implica de ninguna forma que haya modificaciones en el espíritu de las coberturas. Estas siguen siendo -en líneas generales las mismas- pero por ejemplo en las cláusulas actuales se especifica si cubre parabrisas, lunetas, cristales, cerraduras, granizo y las sumas deben constar en el frente de póliza, o si la destrucción total es al 80 o al 20%. Anteriormente varias aseguradoras lo ofrecían como beneficio adicional en un acuerdo con el productor, pero no lo reflejaban en la emisión. La mayoría de

las aseguradoras comenzaron con este ajuste el 1º de octubre, pero algunas otras lo hicieron un mes antes”.

### Reaseguros

En febrero la SSN fijó un nuevo marco regulatorio para el reaseguro. Los brokers expresaron su opinión.

“Estamos -dijo Guerrero- en una etapa muy primaria para hacer un análisis acabado. Todavía son pocas las reaseguradoras que están 100% funcionales en el país y aún deben generarse experiencias específicas para que la SSN pueda ir ajustando el nuevo régimen a las necesidades del mercado. En el caso específico de Marsh podemos decir que hemos tenido el mismo objetivo que hoy se persigue con esta nueva normativa, que en definitiva es que se exporte la menor cantidad posible de primas de reaseguro al exterior. La prueba de ello es la cantidad de coaseguros locales que tienen los seguros colocados por nosotros y, comparativamente, los bajos índices de negocios que tienen reaseguros colocados en el exterior. Obviamente, cuando hablamos de riesgos económicamente importantes es inevitable reasegurar en los mercados del exterior donde se concentran los grandes capitales de riesgo del mundo, pero esto es común en casi todos los países del mundo”.

“Una observación temprana que podemos hacer -continuó- se refiere a las empresas medianas que no tienen una exposición multimillonaria pero se dedican a una actividad poco apetecible para cualquier aseguradora local y excluida de sus contratos de reaseguro. No alcanzan la cantidad mínima para ser un gran riesgo y sin embargo se complica su salida a los pocos mercados del exterior que están dispuestos a asumir esos riesgos. Tampoco puede pretenderse que las nuevas reaseguradoras estén forzadas a asumir riesgos ‘malos’ o ‘frecuenciales’. No obstante entendemos que la SSN irá ajustando la normativa sobre casos concretos con el tiempo, ya que de lo contrario estaría incumpliendo con su obligación de defensa de los intereses de los asegurados al impedirles contratar un seguro adecuado por un precio justo”.

Para Rodríguez, “es prematuro analizar el cambio en los reaseguros a partir de una normativa que aún no se ha completado. Estamos ahora en el momento en que los nuevos negocios necesitan instrumentarse, debemos consultar a los reaseguradores establecidos y todas las cedentes deben tener bien presentes las nuevas reglas de juego y no simplemente argumentar la aplicación del artículo 19. Necesitamos más juga-



dores trabajando activamente en la suscripción, definir las reglas de juego para los brokers y avanzar en las pautas definitivas de esta normativa. En ese momento se podrá analizar en detalle la influencia en la normal operatoria del mercado”.

Por su parte, Rosenthal evaluó: “Quizás si las autoridades reguladoras y de control de la actividad consideraban que existían prácticas abusivas o lavado de dinero por parte de algunas cedentes, tenían y tienen a su alcance las herramientas necesarias para su identificación y sanción, lo cual hubiera resultado ejemplificador. No obstante se procedió al cambio radical del sistema de reaseguros que funcionaba hace 20 años desde la entrada en run-off del reasegurador monopólico estatal INDeR”.

“No parece, al momento, que genere un valor agregado real para ninguna de las partes, ni para la industria aseguradora, ni para los asegurados y hasta me animaría a decir ni para la Argentina que quiere integrarse más al mundo. Pensamos que incrementará costos de intermediación que resultarán en aumentos de prima para los asegurados. Frente a este nuevo escenario habrá que observar con extremo grado de

detalle la solvencia de los operadores y su capital real (no virtual). Sólo recordemos los años 2000-2001 cuando los bancos se ufaban que pertenecían a tal o cual grupo económico (grandes e impactantes nombres nacionales e internacionales) que durante el corralito y la pesificación se limitaron a responder con su capital local que nada tenía que ver con el de la casa matriz”.

Más prudente, Velarde dijo: “Somos muy cautos con este tema pero también hemos seguido la línea de informar a nuestros clientes, asesorarlos. Creemos que está todo por verse. Se estima que podrían tener un impacto en las tasas pero aún es prematura”.

#### Solvencia

En cuanto a su evaluación respecto a la solvencia del sector asegurador, Velarde de Aon dijo: “Desde nuestra casa matriz nos solicitan detalles de calificaciones y balances de las compañías de seguros con las que trabajamos. Ellos realizan un análisis de solvencia basándose en distintos factores y luego nos indican con quiénes estamos autorizados a trabajar. De esta forma, podemos transmitirles a nuestros clientes la tranquilidad de que trabajamos con compañías solventes”.

En tanto, Rodríguez volvió a su argumento inicial: “Unidades de volumen económico reducido hacen que las empresas deben mejorar sus márgenes de solvencia para garantizar la sustentabilidad del sistema. Se necesita una mayor capitalización y mejores resultados técnicos en general”.

Para Rosenthal, “en general el nivel de solvencia es bueno. El último ejercicio ha sido más que aceptable, con excelentes niveles de rentabilidad y buenos resultados técnicos, salvo en el ramo Automotor, donde la pérdida es históricamente recurrente. Entendemos que medidas como el nuevo requerimiento de capitales mínimos más acordes con la actividad, la Resolución N° 32.080 que direcciona a las aseguradoras a obtener resultados técnicos positivos, entre otras, demuestran una intención seria de las autoridades regulatorias de mantener un mercado de compañías de seguros solventes. De hecho, los resultados al cierre del ejercicio 2010-2011 muestran un incremento del 35% en la facturación del mercado en total, y lo que es más importante, el mercado duplicó su rentabilidad, mejorando sensiblemente la performance técnica”. ■

**Gabriela Barbeito**

¿DE QUÉ  
TE GUSTARÍA  
ESTAR **SEGURO**  
EL RESTO  
DE TU VIDA?

**0810.888.6262**

Consultá a tu productor asesor

[www.mercantilandina.com.ar](http://www.mercantilandina.com.ar)

**Ma** Mercantil andina  
seguros

Incondicional.