

## DESGRABACION DISERTACION

ALDO ALVAREZ

Muchas gracias a los organizadores por invitarme una vez más a compartir este escenario, y a ustedes por participar de este evento que es tan importante para la industria aseguradora, diría que es un evento que marca un antes y un después todos los años.

Algunos años atrás cuando fui invitado para hablar en otro encuentro de esta naturaleza, quise poner sobre el tapete un tema que me pareció estaba muy poco tratado en la Argentina y que era el nivel de desarrollo de nuestra industria en relación a otros países del mundo con mayor y menor nivel de desarrollo.

Ese tema fue muy exitoso en su momento y tan exitoso que luego fue tomado por otros colegas y también desarrollado y ampliado desde distintas maneras.

250 dólares per cápita para Asia, 1800 dólares en Europa y Oceanía y los Estados Unidos, 3600 dólares, es el mercado con un consumo per cápita más importante en materia de seguros.

Muy lejos estamos los latinoamericanos con sólo 190 dólares per cápita de consumos de seguros y Argentina, dentro de latino América se ubica en un mismo cuarto lugar. El volumen en relación al PBI, con 198 dólares per cápita está detrás de Brasil, de Chile y de Venezuela.

Tanto Venezuela como Chile son economías más chicas que la Argentina en términos de PBI, están muy por delante y Brasil que si bien en términos de volumen de ventas está delante de la Argentina, en términos de consumo per cápita está un poco por delante solamente. Es un dato muy interesante porque pone en perspectiva la relación con el volumen de habitantes que tiene cada uno de los países.

En primas como porcentaje del PBI el continente nuestro, último, delante de África, muy por detrás de Oceanía y de Asia y en otra dimensión respecto de Europa y de los Estados Unidos.

Sólo 2,77% del PBI es la incidencia del seguro en todo el continente latinoamericano. Argentina y Latinoamérica como porcentaje del PBI en dólares, nuevamente 2,59%, cuarto

lugar nuevamente para la Argentina, hemos progresado, estábamos séptimos pero hoy en día nuestra posición es esa que está ahí.

Esta información es bastante interesante, son los datos a 2010 y cómo se compone el mercado asegurador de la República Argentina.

La composición de nuestro mercado asegurador. El total de primas emitidas: 11.000 millones de dólares, el total de primas emitidas a 2010 fue de poco más de 8.300 millones de dólares, quiere decir que nuestro mercado en el período 2010/2011 creció aproximadamente un 33%, como mínimo creció 6 o 7 puntos por sobre la inflación.

No quiero hablar de ese tema en este punto, pero independientemente de lo que ha sido el factor inflacionario en la Argentina, la performance del sector asegurador fue muy buena.

Automotores y Riesgos del Trabajo representan el 60% del negocio del seguro en la República Argentina. Casi 4.000 millones de dólares para Autos y un poco más de 2.600 millones de dólares para Riesgos del Trabajo, entre esos dos riesgos es el 60% del negocio asegurador, mientras que el seguro Patrimoniales es el 80% del negocio asegurador en la Argentina.

Las dos conclusiones que podemos sacar: en primer lugar, toda nuestra industria está concentrada mayoritariamente en dos riesgos y en segundo lugar, que el seguro de personas tiene un bajísimo nivel de desarrollo. Es la contracara de lo que sucede en países desarrollados donde el seguro de personas y especialmente el de Vida tiene un nivel de desarrollo muy importante y ha contribuido a apalancar y financiar el desarrollo de ciudades y de países completos. La conclusión: Autos y ART concentran el 60% del negocio, el seguro de personas es muy escaso en relación a lo que sucede en otros países del mundo.

¿Cuáles son las razones del subdesarrollo de nuestro mercado? En primer lugar la inflación, la inflación es un cáncer de la economía. En nuestro país hemos vivido períodos inflacionarios muy largos, donde la inflación tiende a distorsionar las relaciones económicas constituidas por las partes y en lo que respecta al contrato del seguro, distorsiona las sumas aseguradas y el valor de los objetos, de las cosas o los bienes.

A su vez, provoca una enorme incertidumbre porque los aseguradores nunca tenemos en claro cómo va a reaccionar la justicia frente al fenómeno de la inflación. Hemos visto en años aplicar índices de corrección monetaria, la famosa indexación, que potenciaban varias veces el capital y destruían el sentido del seguro.

Hemos visto otros períodos en los cuales las sumas aseguradas no tenían ningún tipo de corrección y los asegurados sufrían por eso. Estamos en este momento en una zona de transición pero ciertamente la inflación desvirtúa el sentido de la cobertura económica que se toma en lo que hace a seguros Patrimoniales.

En lo que hace a seguros de personas, desvirtúa el sentido del ahorro y no favorece que esa clase de seguros prosperen y es una de las razones, entre otras, por las cuales los seguros de personas están tan poco desarrollados.

La volatilidad legislativa. Todos los que estamos aquí, hemos sido testigos de cómo nuestro país ha oscilado en temas muy importantes en materia legislativa, como ha cambiado súbitamente de rumbo, cómo cosas que no se podían hacer luego sí se pueden, cómo cosas que se podían hacer luego no se pueden.

La volatilidad legislativa genera un entorno de incertidumbre muy alto que por un lado desalienta las inversiones y por otro, la compra de productos asegurativos.

Basta ver lo que ha sucedido hace muy poco tiempo con los sistemas de Retiro para comprobar cuál es el efecto de esta volatilidad legislativa sobre la situación de aseguradores y asegurados; pedazos enteros de la industria han desaparecido, todo eso sumado para la actividad aseguradora ha desaparecido actualmente y cómo mucha gente que entró en un sistema pensando que ciertas propiedades de ese sistema eran buenas, hoy en día no tienen ninguna cosa a la cual referenciarse.

La fragilidad institucional. Este es un tema muy importante porque evidentemente tiene que ver con la credibilidad de la justicia.

La justicia es el garante de las relaciones entre las partes. Existen instancias administrativas también, pero básicamente la fragilidad institucional que tiene nuestro país y que ha mostrado por lo menos ante los ojos del público en general, indirectamente ha conspirado contra el desarrollo del seguro.

Desde ADEAA, hace varios años atrás que venimos apostando, invirtiendo y trabajando para lograr un mejor relacionamiento de la industria aseguradora con el mundo judicial. Pero evidentemente en el público en general esta fragilidad institucional pesa y ha pesado y lo ha hecho de distintas maneras.

No quiero cargar las tintas sobre la justicia porque quienes me conocen saben que no es mi estilo y porque los desarreglos institucionales que ha tenido nuestro país en los últimos años, la justicia es la que ha salido mejor parada de todos ellos.

No hace mucho tiempo atrás tuve una entrevista con un juez que me mostró un expediente que tenía dieciocho años de trámite en primera instancia y no había podido tener sentencia, culpas compartidas entre el mundo judicial y el mundo asegurador. Una cantidad de compañías que habían sido liquidadas y que no lograban darle al juez el marco de certeza que necesitaba para dictar su sentencia.

Los problemas de reputación de la industria. Esto va atado a lo anterior, no hacen muchos años atrás la Argentina llegó a tener 450 compañías de seguros.

El mercado se ha profesionalizado y de alguna manera se ha concentrado, pero ese proceso no ha sido exento de traumas, fue un proceso muy complejo por el cual atravesamos y al día de hoy hay una cantidad impresionante de compañías en trámite de liquidación.

Las liquidaciones son muy lentas, muy poco transparente para los asegurados o para aquellas personas que ven su situación personal involucrada en una liquidación de una compañía, tienden a pensar y generalmente aciertan, en que nunca va a ser satisfecho su crédito o la cobertura que en algún momento compraron.

Además del tiempo que tardan las liquidaciones, de la dificultad de los recuperos y de la poca transparencia que todo eso tiene aparejado, le ha causado a nuestra industria un daño reputacional enorme que ha repercutido fundamentalmente en los ámbitos judiciales. Entonces los jueces tienen esas ideas y es difícil sacárselas de la cabeza porque tienen razón en muchas cosas.

Falta de educación de la sociedad. Soy de la generación que creció ahorrando en las estampillas de la Caja Nacional de Ahorro Postal. Instituciones como el ahorro, la previsión, el seguro, han desaparecido de la enseñanza primaria y secundaria. La confianza y la credibilidad en la importancia de esto, es fundamental para nuestra industria.

¿Cuáles son las estrategias de crecimiento que proponemos? Proponemos acciones que están en manos del Estado y de los aseguradores.

La creación de la conciencia aseguradora que es algo de lo que se habla mucho pero que existe poco, porque no existe una difusión sistematizada y orgánica ni del Estado ni de los particulares, para provocar en la sociedad una reflexión sobre el beneficio que la institución seguro tiene en cada uno de nosotros.

El 80% de los inmuebles no posee seguro de Incendio, el 50% de la superficie cultivada no tiene seguro Agrícola, en un país cuyo principal negocio es la exportación del commodity agrícola y que ha exportado en este último ejercicio 40.000 millones de dólares en productos agrícolas. Sin embargo solamente el 50% de la superficie tiene seguro.

El 70% de las familias no posee seguro de Vida, es una institución en la que no han depositado su confianza y existe una baja difusión de los seguros para el hogar, realmente la difusión es baja y el proceso de venta es bastante tórpido.

En general existe infraseguro en materia de seguro de Consorcio, cada uno de ustedes lo puede comprobar si le pide a su Administrador su póliza de Consorcio y va a ver que las sumas aseguradas en general no tienen que ver con la realidad que están cubriendo.

Tenemos también esta asignatura que es fundamental: el control del cumplimiento de la ley, si nosotros decimos que el 60% de nuestro negocio son Autos y ART, el 35% de los vehículos circula sin seguro, sin un seguro adecuado o con algún nivel de infraseguro.

Lo que es más grave es que el 50% de la fuerza de trabajo de Argentina no posee cobertura de ART, se calcula en 16 millones de personas la fuerza de trabajo total de la República Argentina, pero bajo el sistema de ART hay solamente 8 millones.

Con estos dos puntos tienen que el tamaño de nuestro negocio podría aumentar exponencialmente si solamente se cumpliera con las leyes que están vigentes. Crear coberturas obligatorias y precisar marcos jurídicos. Esto tiene dos vertientes muy importantes, primero la reformulación y redeterminación de las coberturas de ART.

Es una asignatura pendiente del Congreso desde que la Corte Suprema declarara la inconstitucionalidad de ciertas normas, existe un limbo jurídico que el Congreso no ha podido o no ha sabido llenar y es fundamental hacerlo para provocar certeza y ampliar la base de asegurados.

El incentivo de ahorro a partir de los productos de Vida y Retiro, es algo ajeno a los instrumentos financieros del argentino medio, necesita ser difundido y la educación tiene que llegar a todos.

Las coberturas de Responsabilidad Civil para aumentar la protección de terceros. En nuestro país existen situaciones paradójales, hay 650 mil individuos que son usuarios de arma de guerra, con una o más arma registrada a su nombre con permiso de Estado. No existe ninguna obligatoriedad para que estén asegurados.

Un individuo para salir con un auto a la calle tiene que tener seguro pero no tiene que tener seguro para salir con un arma a la calle. Hace cuatro años que dije esto en la exposición de Estrategias y lo he repetido ante todos los órganos del Estado que me han querido escuchar. En cualquier país del mundo la protección frente a los daños que un arma pueda causar no por su uso doloso sino por su uso negligente, es obligatoria. Hay que tener examen psicofísicos, aptitud de trabajo, etc., etc., pero no hay que demostrar ninguna cobertura.

En España hay 250 tipos de seguros obligatorios y en Francia 350. El seguro obligatorio tiende a evitar la antiselección y es una cosa fundamental para los aseguradores porque traslada los riesgos de alta y baja intensidad al mismo fondo de prima y genera un entorno asegurado más homogéneo.

Otras acciones. La transferencia de los riesgos de la actividad estatal al sector privado. El Estado y el sector privado prácticamente no interactúan en materia de seguros, el Estado no tiene partidas presupuestarias destinadas a cubrir alguno de sus riesgos en la actividad aseguradora privada; no se da cuenta del beneficio que eso significa y los aseguradores somos muy renuentes a involucrarnos con el Estado porque tiene una tradición de incumplimiento, de refinanciación y de obligación de cumplir cosas muy grandes que no fueron pactadas. Es un tema sobre el que tenemos que trabajar todos porque es fundamental para nuestro negocio.

Perseguir el seguro ilegal. Hay muchas formas de seguro ilegal, todos aquellos que estamos en el campo de la Responsabilidad Civil lo sufrimos cuando vemos a los colegios médicos actuar como aseguradores y de traer prima del negocio asegurador.

Pero también los que están en el negocio de Vida lo sufren y muchos otros han tenido malas experiencias con el seguro ilegal porque el seguro sin las reservas y sin los siniestros es un negocio excelente para hacer. Pero claro, están las reservas y están los siniestros para pagar y ahí la cosa cambia y ese es el aspecto que los que están en el seguro ilegal no toman en cuenta.

El respeto del resultado técnico y el precio de nuestras coberturas, de nuestro negocio. El seguro es un negocio técnico en el cual se pueden cometer algunos errores que es preferible no cometerlos y hay uno que no se puede cometer y que es cobrar por los riesgos menos de lo que técnicamente vale, para lo cual existen estadísticas, cálculos actuariales y experiencia que se puede utilizar.

Cuando se trata de poner énfasis en el aspecto financiero y se descuida la parte técnica, el negocio se desbalancea y eso no es bueno.

Incorporar nuevos asegurados. Hay que agrandar la torta, en general las propagandas están dirigidas a aquellos que están dentro del negocio asegurador y que tienen su cobertura.

Nuestro servicio es mejor que el que tiene nuestro precio más bajo pero hay un trabajo muy grande por incorporar gente al mundo asegurador, a gente que pueda también contribuir con sus fondos a ampliar los fondos de prima y pueda trasladar sus riesgos para ser administrados y gerenciados profesionalmente.

La difusión de los beneficios es una tarea para todos, es una cosa muy importante porque crea un entorno mejor en la sociedad. He visto fuera de la República Argentina algunos ejemplos de cómo funciona esto y de cómo opera en la mente del consumidor, los efectos de una sociedad bajo un paraguas asegurador son muy positivos y beneficiosos.

¿Qué estrategia podemos llevar a cabo? El fortalecimiento de la imagen del sector, conexiones de Responsabilidad Social Empresaria. Es muy difícil y lo digo como presidente de una cámara que hace cuatro años estoy llevando a cabo esta función, consensuar acciones en el sector para el beneficio común, es muy difícil hacerlo, tenemos que trabajar mejor y más en eso.

Si bien hemos encontrado coincidencias, en especial con una de las cámaras que representa a un sector muy importante de nuestro país como es AVIRA, no es común hallar consenso entre las cámaras para actuar en acciones de largo plazo que impliquen un mejor posicionamiento de la industria.

La inversión a largo plazo también. Nuestro país debería generar instrumentos financieros para que los aseguradores contribuyamos al desarrollo, invirtiendo en el largo plazo, en mejor infraestructura que es una de las causas del subdesarrollo en la Argentina.

Conclusiones. Primero: llevar nuestro país a los niveles de prima per cápita de Chile o Venezuela, implica duplicar el negocio, si Chile y Venezuela pueden hacerlo, ¿por qué no podemos hacerlo nosotros?

Duplicar el negocio es llevar nuestras ventas a 22.000 millones de dólares a valores actuales, creo que es bastante posible, siguiendo todas las acciones que hemos enumerado, poniendo bajo estricto cumplimiento de la ley, todo lo que la ley dice pero que no se hace, me refiero a Autos, a ART, a Responsabilidad Civil, etc.

Sin hacer nada nuevo de lo que hay pero cumpliendo las leyes que existen, nuestro país podría tener una performance similar a la de Chile y Venezuela, tener ventas por 22.000 millones de dólares al año, lo que lo colocaría en un standard mucho más alto.

Si alcanzáramos la relación prima PBI de Oceanía o Asia que no son los mercados más desarrollados, sino mercados intermedios, podríamos triplicar el tamaño de nuestro negocio y estaríamos arriba de los 30.000 millones de dólares en ventas.

No estoy hablando de mercados ultra sofisticados como los de los Estados Unidos o Europa, estoy hablando de mercados intermedios como Asia y Oceanía.

Son niveles a lo que podemos perfectamente llegar, sobretodo en el contexto económico que se está dando actualmente donde los países latinoamericanos han progresado muchísimo en su consideración internacional, en sus performance económicas y en sus niveles de crecimiento.

Alcanzar estos niveles es algo posible, depende de todos nosotros y de ustedes pero es básicamente lo mejor para nuestro país, de modo que como conclusión final de esta breve exposición que he hecho, invito a todos a reflexionar sobre los medios y sobre cómo podemos contribuir cada uno de nosotros para alcanzar ese objetivo, porque ese objetivo es por el bien de nuestro negocio fundamentalmente pero más importante que todo es por el bien de nuestro país. Muchas gracias.