

RC MEDICA **SUMAS ASEGURADAS Y TARIFAS INSUFICIENTES**

ESTRATEGAS

DEL SEGURO Y LA BANCA

ESTRATEGAS N° 132

EDICION DEL 15 DE JUNIO AL 31 DE JULIO DE 2013

\$ 30

LOS TOP 25 DEL MERCADO DE SEGUROS

BROKERS

Estrategas presenta la edición 2013 de los principales operadores del brokerage de seguros argentino. Marsh y Aon, líderes irrefutables. Les siguen Willis, Consulgroup y Middle Sea. El primaje de los 25 mayores players creció en promedio 38 %. Pág. 18



LOS MAYORES PLAYERS DE LA INDUSTRIA ASEGURADORA ARGENTINA

BROKERS

Ranking de los Top 25

Estrategas presenta la edición 2013 de los principales operadores del brokerage de seguros argentino. Marsh y Aon, líderes irrefutables. Les siguen Willis, Consulgroup y Middle Sea. Otros grandes nacionales: Makler, RiskGroup y, ahora se suma, Master Broker. El primaje de los 25 mayores players rankeados sube en promedio un 38 %, 5,3 puntos por arriba del crecimiento del primaje anual del sector. Los que ascienden posiciones: Vis, Euro Security y Gaman. Los tres manejan plataformas de venta online. Al tope de las redes se fortalece Absa. Siguen fuertes en nichos: Lauro, Norden y S+R. Pesos pesados en el interior: Martínez Sosa y Mórtola.

Estrategas presenta la edición 2013 del Ranking de Brokers de Seguros. El *quién es quién* de los principales operadores del *brokerage* de seguros argentino. La investigación rankea a los principales *players* del negocio, según el *volumen de primas netas intermedias en millones de pesos*, de enero a diciembre de 2012.

Los primeros nueve corredores del ranking conservan la posición alcanzada el año pasado. El relevamiento 2013 confirma, una vez más, que *Marsh* y *Aon* continúan detentando la *pole position* indiscutible de la intermediación de seguros en la Argentina. En un segundo rango, le siguen *Willis*, *Consulgroup* y *Middle Sea*.

Completan los primeros diez puestos, en este orden, *Lauro*, *Makler*, *Martínez Sosa*, *RiskGroup* y *Master Broker* (fusión de *Alvarez Amuchástegui*, *United Brokers* y *C&A*).

Mientras la producción total del mercado, año calendario 2012, crece un 32,7% a valores corrientes (cifras nominales), en comparación con el mismo período de 2011, el primaje de los 25 mayores *players* del ranking elaborado por **Estrategas** asciende en promedio un 38%, también comparado con los números del año anterior.

A diferencia de la edición 2012, no se registraron ascensos que se alejaran significativamente de la media. Sí, crecieron fuerte por arriba de los 38 puntos promedio, *Vis Brokers* que registra un alza del 60,7%; *Norden Brokers* con un suba del 55,4%; *Lauro* con

un aumento del 53,5% y *Gaman* con uno del 51%.

También engrosaron su producción por arriba de la media, *Absa* con un incremento del 48%; *Martínez Sosa* con un alza del 47,7%; *RiskGroup* con un crecimiento del 45,9%; *Middle Sea* con una suba del 40,2%; *Alea* con 40,1% y *Makler* con 39,7%.

Los únicos que mejoran su posición respecto del ranking anterior son *Vis* (escala al 13 desde el 15), *Euro Security* (trepa al 17 desde el 18) y *Gaman* (asciende al 20 desde el 21). Los tres manejan plataformas de venta online. *Vis* -fuerte en el interior del país con oficinas en Córdoba, Buenos Aires y Mendoza y Buenos Aires- tiene el canal de venta web *compreseguros.com*, además de manejar la agencia de *Nación Seguros* en toda la provincia de Córdoba. *Euro Secu-*



riety cuenta con el site de venta online 123seguro.com.ar. Y Gaman maneja la plataforma elaseguradoronline.com.ar.

AHORA, PRODUCCION. En esta edición 2013, el ranking consigna por primera vez cuál es el porcentaje de *producción propia* del broker y cuál el porcentaje de producción correspondiente a otros productores que trabajan con la organización.

De los 25 rankeados, en sólo cuatro corredores la producción es 100% propia. Ellos son: *Aon*, *Consulgroup*, *Lauro* y *S+R*. En otros cuatro corredores, la producción propia es muy cercana al 100. Son *ARTAI* con un 98% de primaje propio; *RiskGroup* con 95% propio; *Alea* con 93%, *Marsh* con 90% y *Willis* con 90%.

Los 20 brokers del ranking que presentaron el número de productores que producen para la organización, en total, operan con 2.998 productores asesores de seguros.

Otra tendencia que arroja este relevamiento es el camino a la concentración del negocio del brokerage vía fusiones y adquisiciones. Las M&A (siglas de *Mergers and Acquisitions*) que impactan en este

ranking son: 1) *RiskGroup* adquirió en 2012 *Actuaries*, broker de seguros con más de 30 años de antigüedad en el mercado. 2) Tres operadores fuertes del mercado: *Alvarez Amuchástegui* (puesto 20 del ranking 2012), *United Brokers A* (puesto 25 del ranking 2012) y *Castellanos & Asociados Broker de Seguros*, se fusionaron dando nacimiento a *Master Broker* (nuevo rankeado).

SEGMENTOS. Como en sus ediciones anteriores, la investigación contempla los principales jugado-

Los brokers que crecieron en primaje por arriba del 38 % promedio de la tabla:
Vis (60,7 %), Norden (55,4 %), Lauro (53,5 %) y Gaman (51 %).

res de los siguientes segmentos: multinacionales, grandes nacionales, organizadores/redes de productores y brokers medianos.

En *multinacionales*, *Marsh*, *Aon* y *Willis* son los tres grandes cosmopolitas que operan en el mercado argentino.

En *grandes nacionales* siguen peleando cuerpo a cuerpo *Makler* y *RiskGroup*, dos pesos pesados de la intermediación argentina. A los que luego de la fusión, se les acerca *Master Broker* (nuevo rankeado).

Los jugadores con fuerte posicionamiento en *nichos de negocios* retuvieron sus lugares. *Lauro* (64% Automotores, a través de planes) sigue liderando la categoría, seguido de *Norden* (35% Riesgos Agrícolas y 40% Riesgos del Trabajo), *S+R* (30% Energía, Construcción y Minería, y 30% Vida Corporativo), *ARTAI* (telecomunicaciones, manufacturera, logística, pesquera y petrolera) y *Americanseg* (74% Riesgos del Trabajo).

En la categoría de operadores con importante cartera de *negocios estatales*, continúan pisando fuerte *Consulgroup* y *Martínez Sosa*. Este último, corredor fuerte en Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego, con seis oficinas propias y asociadas en esas provincias, es una empresa multicanal; posee el canal de seguros directos; asesora a particulares, pymes y grandes empresas, y a organismos públicos de todo el país; y tiene negocios en Capital Federal y Gran Buenos Aires. Además ope-

Romasanta y Asociados S.A.
al servicio del Productor de Seguros.

www.romasantayasociados.com.ar

Tel: 011- 4372- 1770.



ra como organizador con la marca *Unibroker*.

El segmento de *organizadores y redes de productores* continúa liderado por *Absa*, seguido por *Euro Security*, *Coproa*, *Megapro*, *Gaman*, *Global Solution* y *Romasanta*. Los únicos cambios en la categoría son el ascenso de *Euro Security*, quien sube un puesto, y el ingreso al segmento de *Global Solution* y *Romasanta* (nuevos rankeados).

LOS NUEVOS. Para elaborar la primera tabla publicada se trabajó sobre un ranking al que accedió **Estrategas**, confeccionado a partir de

datos de *Nosis* y *Dun & Bradstreet* -ambas firmas proveedoras de información comercial- y de la IGJ, Inspección General de Justicia.

El ranking 2013 consigna el porcentaje de producción propia y el correspondiente a otros productores que operan con el broker.

Pero, tal como lo venimos consignando, la tabla no es excluyente dada la cantidad de sociedades de productores asesores

de seguros inscriptas en la Superintendencia de Seguros de la Nación.

En esta edición 2013 ingresan a la tabla tres operadores que al ser ponderados se confirma que manejan un primaje para ser rankeados. Ellos son: *Global Solution*, *Mórtola* y *Romasanta*.

Mórtola, broker con fuerte presencia en Capital Federal y GBA, y en la provincia de Salta, había ocupado el puesto 24 en el ranking 2011, pero el ingreso de nuevos operadores lo desplazó de la tabla en 2012. Su cartera se concentra 60% en GBA, 25% en Salta y 15% en Capital Federal Su entra-

RANKING DE BROKERS DE SEGUROS - Edición 2013 vs. Edición 2012

PUESTO			BROKER	PRIMAS ANUALES NETAS INTERMEDIADAS (mill. de \$)				PRODUCCION		
2013	2012	2011		2012	2011	2010	DIF.11/12	PROPIA	PRODUCTORES	N° PRODUCTORES
1	1	1	Marsh (1)	3.175,00	2.300,00	1.700,00	38,0%	90%	10%	400
2	2	2	Aon Risk Services	2.700,00	2.027,00	1.451,00	33,2%	100%	0%	0
3	3	3	Willis Argentina (2)	1.012,00	793,00	600,00	27,6%	90%	10%	s/d
4	4	5	Consulgroup	896,00	729,00	380,00	22,9%	100%	0%	0
5	5	4	Middle Sea (3)	862,00	615,00	470,00	40,2%	s/d	s/d	s/d
6	6	6	Lauro Asesores	391,50	255,00	205,00	53,5%	100%	0%	0
7	7	7	Makler (4)	331,87	237,57	188,00	39,7%	s/d	s/d	s/d
8	8	8	Martínez Sosa	325,00	220,11	172,00	47,7%	65%	35%	256
9	9	9	RiskGroup (5)	298,00	204,28	140,00	45,9%	95%	5%	6
10			Master Broker (6)	260,00	s/d	s/d		55%	45%	400
11	10	11	Norden Brokers	202,00	130,00	90,00	55,4%	55%	45%	15
12	12	10	Absa	185,00	125,00	90,00	48,0%	0%	100%	230
13	15		Vis Brokers	172,00	107,00	s/d	60,7%	60%	40%	160
14	11	12	S+R	158,00	127,00	80,00	24,4%	100%	0%	0
15	13	18	Alea	153,34	109,42	54,00	40,1%	93%	7%	19
16	16	13	ARTAI	142,00	106,80	74,00	33,0%	98%	2%	s/d
17	18	14	Euro Security (7)	132,00	97,00	74,00	36,1%	30%	70%	500
18	14		Coproa	131,00	108,00	s/d	21,3%	0%	100%	128
19	17	17	Megapro (8)	125,00	102,00	57,00	22,5%	0%	100%	112
20	21		Gaman	118,50	78,50	s/d	51,0%	25%	75%	80
21	19	15	Americanseg	117,00	96,00	69,00	21,9%	65%	35%	85
22			Global Solution	103,00	s/d	s/d		0%	100%	237
23			Mórtola	97,50	s/d	s/d		45%	55%	s/d
24	23		Suramerican	95,00	71,30	s/d	33,2%	60%	40%	170
25			Romasanta	87,69	s/d	s/d		0%	100%	200

(1) Marsh: No incluyen primas de reaseguros. (2) Willis: Primas consolidadas con las de Expertise, broker perteneciente a Willis Argentina. (3) Middle Sea: Es corresponsal exclusivo y miembro de la red internacional del broker inglés JLT Jardine Lloyd Thompson Group. Atiende todas sus cuentas internacionales y las de su red de brokers con intereses en la Argentina. (4) Makler: Primas no incluyen operaciones de Reaseguro, Beneficios al Personal en Salud Pre-Pagas y otras actividades de las subsidiarias (5) RiskGroup: Incluye la producción de Actuaries, sociedad del grupo adquirida en Febrero 2012 y controlada por el broker desde Agosto 2012. Los 6 productores son agentes en Rosario, Córdoba, Mendoza, Neuquén y Bahía Blanca. (6) Master Broker: El broker es producto de la fusión de Alvarez Amuchástegui SA, United Brokers SA y Castellano & Asociados Broker de Seguros. (7) Euro Security: La denominación comercial del broker es Eurored y 123Seguro (8) Megapro: 51 productores Socios y 54 productores Estratégicos que producen para los socios.

da al ranking se produce luego de un importante incremento de primas registrado en el último ejercicio, producto del desarrollo de grupos de afinidad, *cross selling* en su cartera y la suma de Carteras administradas.

AUSENTES. El ingreso de nuevos corredores eliminó de la tabla a brokers consignados en el ranking 2012. Este es el caso de dos grandes: *Mc Lean* y *Asociados SA* (puesto 22 de la tabla anterior) con un primaje anual en 2012 de 84 millones de pesos (15,1% más que en 2011), 100% producción

propia de negocios corporativos y pymes. *Morey & Asociados SA Broker de Seguros* (puesto 24 en el

Tendencia: concentración del negocio del brokerage vía fusiones y adquisiciones. RiskGroup adquirió Actuaries y se fusionaron Alvarez Amuchástegui, United Brokers y C&A.

ranking anterior), quien arroja una producción de 81 millones de pesos (un 17,4% más que en

2011), fuerte en Autos y Riesgos del Trabajo.

También otros corredores importantes a nivel nacional fueron ponderados en el armado del ranking, pero quedaron por abajo del corte establecido en 25 operadores. Tal es el caso de *SMSV Asesores de Seguros SA*, broker de *SMSV Institución Mutualista*, quien intermedia 80 millones de primas anuales (50% producción propia y 50% vía otros productores). Y el caso de *Meglioli Asesores de Seguros*, corredor fuerte en la provincia de San Juan, quien maneja un primaje anualizado de 40 millones de pe-

RANKING DE BROKERS DE SEGUROS - Edición 2013 - Razón social - Empleados - Accionistas

	BROKER - RAZON SOCIAL	PRIMAS ANUALES NETAS INTERMEDIADAS (millones de \$)	EMPLEADOS	ACCIONISTAS
1	Marsh SA (1)	3.175,00	350	Marsh Inc.
2	Aon Risk Services Argentina	2.700,00	487	Aon Corp.
3	Willis Argentina SA	1.012,00	127	Willis Europe B.V
4	Consulgroup SA (2)	896,00	246	Carlos José Prémoli 95% y María Dolores Lasala 5%
5	Middle Sea Asesores de Seguros	862,00	35	Capitales Argentinos
6	Lauro Asesores Brokers de Seguros	391,50	68	Josefina, Diego, Rafael y Mariana Lauro
7	Makler SA	331,87	60	Capitales Privados Argentinos
8	Héctor Martínez Sosa y Cia. SA	325,00	49	Héctor Martínez Sosa y Adriana Martínez Sosa
9	RiskGroup Argentina (3)	298,00	43	Marcelo Rodríguez, José Aversa, Gabriel Capristo, Hernán Padilla y Ariel Eiras
10	Master Broker SA	260,00	72	Alvarez Amuchástegui SA, United Brokers SA y C&A Broker de Seguros
11	Norden Brokers SA	202,00	36	A. Aguirre, J. Graham, G. Argüello, R. Murphy y M. Campos
12	Grupo ABSA	185,00	45	Alejandro Bleuzet
13	Vis Brokers Asesores de Seguros (4)	172,00	34	Pablo Luning y Clarisa Luning
14	S+R Insurance bk	158,00	25	Fernando Cinalli y Rubén Schuh
15	Alea Broker de Seguros SA	153,34	43	Marc Herzfeld y Nicolás Kaplún
16	ARTAI Grupo	142,00	23	BVC ARTAI Corredores de Seguros, E. Sánchez y L. González
17	Euro Security SA (5)	132,00	50	Jorge Ferrari
18	Coproa	131,00	14	Socios Cooperativistas
19	Megapro SA (6)	125,00	2	27 oficinas asociadas
20	Gaman Argentina SRL	118,50	24	Juan Manuel Manganaro 80%, D. Mancini 9%, G. Gambina 7% y L. Canosa 4%
21	Americanseg Brokers SA	117,00	24	Martín Tomasello y Pablo Lo Faro
22	Global Solution Broker SA	103,00	17	Cristian Bogni, Luis Félix Noroña y Diego Pennise
23	Mórtola Asesores de Seguros SA (7)	97,50	8	Oswaldo Mórtola, Guido Mórtola y Liliana Soto Romay
24	Latinoamerican Broker SRL (8)	95,00	28	Marcelo Alvarez Ponce 95% y Otros 5%
25	Romasanta y Asociados SA	87,69	9	Enrique Romasanta y María Isabel Cuñarro

(1) Marsh: Incluye empleados de las 5 agencias del broker en todo el país. (2) Consulgroup: 20 oficinas propias en todo el país. (3) RiskGroup: Empleados incluye sucursales a la calle. (4) Vis Brokers: Empleados de las oficinas de Córdoba, Buenos Aires y Mendoza. (5) Euro Security: La denominación comercial del broker es Eurosred y 123Seguro. (6) Megapro: Directorio: Presidente Sebastián Aicardi, Vicep. Marcelo Montañez, Tes. Fernando Latreccino, Sec. Hernán Cristofaro, Prosec. José Safarian. (7) Mórtola: 4 empleados propios y 4 tercerizados (de productores administrados). (8) Latinoamerican Broker: la denominación comercial es Suramerican. Del total de empleados, 18 son colaboradores operativos y 10 profesionales de distintas disciplinas del seguro. Copyright Estrategas 2013

RANKING DE BROKERS DE SEGUROS - Edición 2013 - Ranking por categorías - Composición de carteras

CATEGORIA	BROKER	COMPOSICION DE CARTERA
Multinacionales	Marsh	50% Corporate; 40% Mercado medio; 10% Affinity. Trabajan todas las líneas.
	Aon Risk Services	33% Corporate; 26% Banca; 21% Internacional; 8% Personales; 8% Consultoría e Interior; 3% Aon Hewitt.
	Willis Argentina	47% P&C; 18% Affinity; 35% Benefits.
Grandes Nacionales	Consulgroup	Autos, Vida, Transporte, Construcción, Montaje, RC, ART, Caucción, Incendio, AP, Robo, D&O; E&O y Otros.
	Middle Sea	76% Corporate; 24% Masivos, Líneas Personales y Affinity.
	Lauro Asesores	26% Incendio; 15% Automotores; 12% Riesgos del Trabajo; 11% Aeronavegación; 36% Otros.
	Makler	66% Generales; 34% Riesgos del Trabajo.
Negocios Estatales	Martínez Sosa	90% Riesgos del Trabajo (Pymes de 1 a 10 cápitas y Organismos Públicos).
	RiskGroup	55% Riesgos del Trabajo; 45% Patrimoniales.
Fuerte en Nichos	Master Broker	64% Autos; 36% Riesgos del Trabajo y Riesgos Diversos.
	Norden Brokers	35% Agro; 40% Riesgos del Trabajo; 25% Otros.
	Absa	30% Energía, Construcción y Minería; 30% Vida Corporativo; 10% Salud; 8% ART; 22% Otros.
	Vis Brokers	Industrias: Telecomunicaciones, Manufacturera, Logística, Pesquera y Petrolera.
	S+R	74% Riesgos del Trabajo; 18% Automotores; 8% Otros.
Organizadores/Redes	Alea	38% Riesgos del Trabajo; 47% Patrimoniales; 15% Vida.
	ARTAI	60% Automotores; 10% Riesgos del Trabajo; 7% Vida; 23% Riesgos Varios.
	Euro Security	56% Patrimoniales; 37% Riesgos del Trabajo; 7% Personas.
	Coproa	44% Automotores; 36% Riesgos del Trabajo; 20% Otros riesgos.
	Megapro	55% Riesgos del Trabajo; 45% P&C.
	Gaman	53% Riesgos del Trabajo; 42% Patrimoniales; 5% Vida Individual.
Medianos Nacionales	Americanseg	65% Automotores; 23% Riesgos varios; 12% Riesgos del Trabajo.
	Global Solution	35% Agro; 30% Riesgos del Trabajo; 15% Automotores; 7% Hogar; 5% AP; 8% Otros.
	Mórtola	67% Empresas; 33% Personas.
	Suramerican	75% Automotores; 3% Riesgos del Trabajo; 5% Incendio/Integrales; 5% Combinado Familiar; 12% Otros.
	Romasanta	20% Riesgos del Trabajo; 40% Automotores; 40% Riesgos Varios y Otros.

Copyright Estrategas 2013.

sos, y tiene importante presencia en el sector minero, con más de 20 mil asegurados.

Lo mismo ocurre con *SMSV Asesores de Seguros*, broker que opera en todo el país, detenta 80 millones de primas anuales intermediadas, de las cuales un 50% provie-

nen de los 80 productores que trabajan con la organización. Son fuertes en Autos, Riesgos del Trabajo y Property.

Siguen sin estar rankeados grandes jugadores nacionales que no brindaron ni corroboraron información. Tal es el caso de *DDN, Olas*

Brokers de Seguros (fuerte en la provincia de Córdoba), *Bertolaccini* (fuerte en Santa Fe, Córdoba y Buenos Aires), *National* (cámaras empresarias), *Gamasi*, *Servidio*, *INSCO* y *Zacharías*. **E**

Gabriela Barbeito

¿Buscás tranquilidad y servicio de excelencia para tus asegurados y rentabilidad en tu cartera?



**IKÉ ASISTENCIA
ESTU RESPUESTA.**

iKé Asistencia

Para más información contactarse a info@ikeasistencia.com o al 0800-1221-IKE (453).

MARSH, AON, WILLIS, MAKLER Y RISKGROUP

BROKERS

La visión del negocio

Los grandes *players* del brokerage argentino denuncian problemas en la rentabilidad del negocio. A la brutal caída de ingresos que les generó la baja comisional en Riesgos del Trabajo, se le suma la fuerte competencia entre corredores y el infraseguro. Por el deprimido nivel de inversión, los brokers estiman una mala perspectiva para el crecimiento del negocio Corporativo. Por eso, buscan fuentes de ingreso alternativas. Apuntan a crecer en segmentos y productos nuevos o no tan desarrollados. Avanzan en Líneas Personales vía telemarketing y venta online. Abren oficinas a la calle y agencias en el interior del país.



■ Guerrero: "Con el recorte en ART, todos perdimos un 50 por ciento de los ingresos en ese rubro. Fue un embate a la rentabilidad que nos dejó un escalón más abajo".

Los grandes *players* del *brokerage* argentino analizan en esta nota los aspectos clave del negocio de la intermediación y revelan las estrategias que los mantienen en la cima del ranking de producción.

Estrategas habló con Alejandro

Guerrero, CEO de *Marsh SA*; Franco DiLucca, director de Marketing y Relaciones Institucionales y responsable del negocio Individuos de *Aon Risk Services Argentina*; Seth Peller, CEO de *Willis Argentina SA* (timoneros de los megabrokers que, en conjunto, intermediaron 6.887 millones

de pesos en primas netas en 2012); Ricardo Rosenthal, CEO de *Makler SA*; y Marcelo Rodríguez, presidente de *RiskGroup Argentina* -7° y 9° brokers del Ranking de Brokers que realiza esta publicación con 331,87 millones y 298 millones de primas netas en 2012, respectivamente-, para conocer el pulso de la ventas, las fortalezas y debilidades que se conjugan en la operatoria y el lineamiento de las perspectivas de los negocios más destacados.

PRODUCCION. La marcha de las ventas es un buen hilo del que tirar para empezar a desarmar el ovillo y entender la actualidad del negocio. En general, los megabrokers no identifican grandes inconvenientes. "Se vende más, pero el mercado está restringido con lo cual el foco es crecer en segmentos, productos y líneas que no están tan desarrollados. En general, se evidencia un crecimiento de las primas en pesos, vinculado a la inflación, aunque no en dólares. Una buena noticia es que se están reactivando algunos grandes proyectos de construcción e infraestructura que estuvieron suspendidos", comienza Guerrero, para quien es muy preocupante el bajo nivel de inversión externa, lo que redundará en falta de proyectos nuevos.

Di Lucca también ve movimiento en Construcción e Ingeniería. "Aon sigue creciendo establemente en todas las unidades. Las que más crecen son Banca e Individuos, pero Corporativos también viene subiendo, incluso 3 o 4 puntos por arriba de los 30 que tenemos proyectados para 2013", señala, sin avizorar grandes dificultades para lo que queda del año, incluso con las elecciones legislativas en el medio.

Willis, por su parte, está en una etapa importante de consolidación y expansión en la Argentina, según su CEO. "Las ventas están caminando bien, pero el foco es potenciar

nuestro servicio al cliente, lo que es un pilar fundamental del negocio del brokerage. En cuanto a la expansión, por primera vez establecemos oficinas en el interior porque lo vemos como una oportunidad muy importante de negocios. La de Mar del Plata se está abriendo en junio y en el último trimestre del año proyectamos inaugurar otra en Rosario", anuncia Peller.

Rodríguez, desde *RiskGroup*, comparte que la firma que comanda tiene una pauta de crecimiento que raya lo conservador: "Por la inflación, nadie puede vender hoy por encima de los niveles razonables de un mercado estable. El que dice otra cosa, no le dice que *no* a nada, pero nosotros decimos que *no*".

ALTERNATIVAS. *Makler* es un broker principalmente Corporativo, pero desde el año pasado integró a su plataforma un negocio masivo vía Telemarketing para vender Líneas Personales con el objetivo de llegar al gran público con algunos productos sencillos: AP, Bolso y Compra Protegidos, seguros de Mascotas y seguro de Cáncer Femenino.

"Esta incursión tiene que ver con los problemas de rentabilidad general del negocio: el segmento Corporativo es extremadamente competitivo, Riesgos del Trabajo sufrió una brutal caída de ingresos y el resto de las líneas se ve afectado por una importante guerra de precios entre brokers. Además, la inflación en la Argentina es alta, las tasas son muy bajas y hay mucho infraseguro. Es una combinación espantosa. Así, *Property* está complicado y uno tiene que salir a buscar fuentes de ingreso alternativas", resume Rosenthal, en un párrafo perfecto, la problemática general del mercado en el que opera.



■ **Di Lucca:** "Aon sigue creciendo en todas las unidades. Las que más crecen son Banca e Individuos".

Para él, las perspectivas de crecimiento en Corporativo son malas por el "nivel *cero* de inversión", en capital y en mantenimiento. "La torta es la misma, está mal asegurada y es siniestrosa porque las tasas están bajas. Esto va a generar un necesario e inevitable aumento de primas en algún momento y, como algunos no van a aumentar, se va a dar una guerra de precios", remata el CEO de *Makler*.

El staff de *RiskGroup* es, mayori-

“ Ante el impacto de la baja de comisiones en ART, nos hemos concentrado en aumentar la venta cruzada dentro de nuestro porfolio. ”

(Di Lucca)

tariamente, de la *generación Y* (entre 28 y 35 años) lo que le permitió encarar exitosamente modelos nuevos de llegada específicos para ese público. Desde el año pasado también incursionó en Líneas Personales desde *RiskGroup SeguroSelect* con locales a la calle y por Internet para alcanzar ese *target*. "Es muy complejo porque implica un cam-

bio de modelo, pero venimos aprendiendo mucho. Si le encontramos la vuelta, habremos diseñado una nueva forma de comercializar seguros", explica Rodríguez al frente del broker.

RiskGroup se especializa en Energía (energía renovable, generación eléctrica, petróleo y gas), mercado que su presidente ve atravesando una coyuntura compleja: "La generación eléctrica y el petróleo son actividades muy riesgosas y, para colmo, están trabajando al máximo de su capacidad. Eso genera más siniestros y una cadena de

problemas: las primas no son suficientes, las aseguradoras se retiran y la cobertura se achica. Y tenemos que buscar nuevas alternativas para colocar los riesgos de los clientes".

Para todos, Automotores tiene futuro porque continúa la venta de vehículos nuevos y usados y, en el otro extremo, Cauciones está caído por las restricciones a las importaciones que achicaron el movimiento de las Garantías Aduaneras. "El país sigue creciendo. A veces hay sensación de *parate* pero, no obstante los cuestionamientos que vienen de afuera sobre cuestiones políticas, siempre hay un poco de crecimiento y de inversión del que nos beneficiamos", remarca el CEO de *Marsh*.

Para Seth Peller, los ramos que tienen mejores perspectivas de crecimiento son, justamente, los que Willis trabaja con mejor *expertise*. "Globalmente somos líderes en Transporte, Energía y Aviación. Además tenemos una propuesta diferenciadora en *Employee Benefits*. También en Agro nos hemos fortalecido mucho en la región y continuaremos en esa línea", comparte el CEO del tercer broker más grande de la Argentina.

Los cinco directivos coincidie-

ron en que la inflación es un escollo, pero nadie ya se rasga las vestiduras por eso. “La inflación es un dato más, una variable del contexto económico. Tenemos la gimnasia para manejarnos en este escenario”, minimiza Di Lucca. “El problema más grave se da en las sumas aseguradas porque genera infraseguro. Sobre todo hay que tener cuidado con las sumas en dólares porque generan una falsa sensación de protección”, advierte Guerrero, para quien siempre es mejor disminuir el riesgo de base tomando franquicias más altas que quedar infrasegurado en un siniestro más grande.

Al unísono, los especialistas del *brokerage* local subrayan que trabajar en la actualización de sumas aseguradas es el *pan nuestro de cada*



■ Peller: “Estamos estableciendo oficinas en el interior, vemos allí una oportunidad muy importante de negocios”.

día, y dan vuelta la página. “Nuestro trabajo es asesorar a nuestros clientes sobre los riesgos que implica la inflación en materia de sumas aseguradas y ayudarlos a minimizarlos. En lo que respecta al impacto en las tarifas, es parte de nuestro trabajo hacer análisis técnicos en beneficio de todas las partes involucradas”, resume Peller.

LA GUERRA. Partiendo de una declaración de Rosenthal, quien sostuvo que “no hay más siniestros sino que hay primas insuficientes”, aparece el fantasma de la guerra de precios que siempre se posa sobre

“**Estamos ganando negocios de nuestros competidores por nuestra atención al cliente, no por el precio.**”

”
(Peller)

los megabrokers. Para Di Lucca, “hay competencia, pero a niveles sanos para el mercado y para los clientes”. Para Peller, el precio es un factor muy importante en la decisión de seleccionar un broker, pero no es el único: “Estamos ganando negocios de nuestros competidores por nuestra atención al cliente, no por el precio”.

Rodríguez, por su parte, advierte que los objetivos de ventas impuestos sin un análisis de la situación global del país, hacen que algunos cometan locuras: “Se aumenta la intensidad competitiva por aquello de vender a cualquier precio, porque si no cumplen los objetivos de venta, peligran sus puestos de trabajo. Pero esto se da en las empresas clientes, en los brokers y en las aseguradoras”.

Rosenthal, en cambio, se diferencia de las tres primeras moles del ranking: “Nuestro potencial para subvencionar los costos de una cotización es limitado, no así el de algunos de nuestros grandes colegas. En *Makler* tenemos que matarnos con la creatividad para *empardarles* la presión comercial desde el campo técnico”.

“La guerra de tarifas no la generamos nosotros sin las compañías de seguros –defiende Guerrero–. Yo no puedo colocar lo que un asegu-

rador no quiere tomar”. Y es que, aún cuando es verdad que *Marsh*, *Aon* y *Willis* tiene una capacidad de negociación fuerte, para las aseguradoras hay un límite: los resultados. “Si una compañía quiere entrar o ganar en un mercado y está dispuesta a tener dos o tres años de pérdida, bueno, es su decisión. Yo no generé la guerra de tarifas; sólo encontré al asegurador que tenía apetito de suscribir el riesgo que yo tenía que colocar”, da por zanjado el asunto el CEO del broker número uno.

El nivel de suficiencia de las primas, como dice el CEO de *Makler*, queda en evidencia cuando se mira la siniestralidad. Los daños vinculados a eventos de la naturaleza son protagonistas del conjunto de la siniestralidad del mercado en general, en todos los ramos. El clima cambió el mapa de riesgos de nuestro país y hoy la Argentina tiene eventos catastróficos.

Di Lucca, que es de La Plata y sin-

“**La guerra de tarifas no la generamos nosotros sino las compañías. Yo no puedo colocar lo que un asegurador no quiere tomar.**”

”
(Guerrero)

tió muy de cerca el drama de las inundaciones, remarca que la Consola de Riesgo Global que *Aon* maneja a nivel internacional dice que estas cuestiones climáticas no son excepciones, que “hay que ponerlas en la cuenta porque una vez por año pasan, y van a seguir pasando”.

Las aseguradoras, que en general no dan Inundación en los seguros de Hogar, tendrán que empezar a preguntarse si incluirán esa cláusula y a qué precio.

LICITADORES CRONICOS. Los cinco ejecutivos consultados para

esta nota subrayaron especialmente que lo más importante, la clave del negocio y la razón de ser de su trabajo, es el servicio al cliente. Si embargo, atenderlos con servicio y calidad sosteniendo un compromiso interminable, no les garantiza relaciones eternas idílicas: los brokers tienen que rendir examen todos los días.

A pesar de lo que se pueda suponer, el CEO de *Marsh* remarca que esta mole no la tiene *atada* y que debe pelear siempre por cada uno de sus clientes. “Me animo a decir que algunos productores privados chicos la tienen más *atada* que nosotros por el nivel de fidelidad que logran”, reconoce Guerrero.

Todos padecen las licitaciones a la hora de las renovaciones, por más esfuerzos que hagan, durante toda la vigencia de sus pólizas. “Algunos licitan todos los años por una modalidad de compra (rutina, procedimiento) o para ejercer presión sobre los costos”, puntualiza Di Lucca. Los empresarios –advierten los intermediarios– deberían tener cuidado con eso, porque los *licitadores crónicos* hacen que brokers, aseguradores y reaseguradores pierdan interés al no detectar coherencia en el *management* del cliente.

“Cuando el empresariado está malhumorado por el clima político, es poco leal y licita todos los años. Entonces, cuando disminuye la fidelidad de los clientes, también disminuye la ética comercial de algunos aseguradores. Están pasando las dos cosas”, identifica Rodríguez.

Así como tienen opiniones formadas de sus clientes, los intermediarios opinan sobre las aseguradoras con las que trabajan. Y una vez más, la ineficiencia administrativa es protagonista de los reclamos.

“Recién ahora se está empezando a ver algo de *web services*, pero todavía es todo bastante primitivo. En materia de Sistemas, el seguro



■ **Rosenthal:** “Nuestro potencial para subvencionar los costos de una cotización es limitado, no así el de algunos de nuestros grandes colegas”.

atrás 15 años comparado con los Estados Unidos”, puntualiza Rosenthal. Siempre hablando en general, porque hay honradas excepciones, para Rodríguez las aseguradoras “no se convencen de que parte del servicio es la emisión de la póliza en tiempo y forma”, y dispara: “Los sistemas son obsoletos, los procedimientos no se cumplen y la gente no es idónea”.

“Nos cargan de trabajo a nosotros por las falencias de ellos”, se suma Guerrero, al tiempo que Di Lucca comparte responsabilidades: “Hay que mejorar la conectividad de las operaciones, pero también los brokers tenemos que involucrarnos en el diseño de flujos de trabajo que hagan un proceso virtuoso para todos”.

BRUTAL PODA. La poda en las comisiones de los productores en Riesgos del Trabajo amerita un capítulo aparte en esta nota. La realidad es que el impacto fue tan grande porque *la venta de ART* había desbalanceado la proporción habitual de la cartera de casi todos los productores, grandes y chicos.

“Cuando llegó el recorte, todos perdimos aproximadamente un 50 por ciento de los ingresos en ese rubro. Fue un embate a la rentabilidad que nos dejó un escalón más abajo. Para subirlo, el desarrollo de nuevos productos es clave. Para proteger a los productores que operan con nuestras agencias –con las que trabajamos las cuentas del interior como organizadores exclusivamente, en asociación con más de 400 productores–, les estamos ofreciendo más productos para que hagan nuevos negocios”, explica Guerrero.

Rosenthal denuncia que “se bajó la comisión arbitrariamente” y que, encima “no se tradujo en una mejora de precio al cliente sino que se trasladó la rentabilidad de los corredores a las ART”, las mismas que “ahora se quejan de que el aumento de las primas les quedó corto”.

Los megabrokers no quedaron renegos con la reducción, pero los tres reconocen *una alteración* en la ecuación. “Ante el impacto, nos hemos concentrado en aumentar la venta cruzada dentro de nuestro

“**En el negocio Corporativo, la torta es la misma, está mal asegurada y es siniestrosa porque las tasas están bajas. Esto va a generar un inevitable aumento de primas y, como algunos no van a aumentar, se va a dar una guerra de precios.**”

(Rosenthal)

portfolio”, comparte Di Lucca. Peller, en la misma línea, cuenta que *Willis* compensará la disminución de ingresos en el mediano y largo plazo “a través de nuevos negocios y el desarrollo potencial de la cartera”.

RiskGroup también trabaja para recuperarse del golpe: “Para el



■ **Rodríguez:** “Clientes, brokers y aseguradoras, aumentan la intensidad competitiva, porque si no cumplen los budgets, peligran sus puestos de trabajo”.

mediano plazo, trabajamos en generar alternativas con nuevas áreas de negocios. Por ejemplo, en Agro nos presentamos con un combo diferencial de productos. Para el corto plazo, potenciamos la cartera de Riesgos del Trabajo con Salud, que en el futuro terminará siendo una única cobertura integrada”, explica Rodríguez y dispara: “Creo que la negociación entre los productores y las ART no fue muy ambiciosa. Pareciera que la ley apuntaba a la desintermediación, pero en realidad apuntaba a bajar los gastos generales de las aseguradoras. Pero las ART no fueron para ese lado: liquidaron

las comisiones de sus productores y a otra cosa”.

PLANES. En el marco del PlaNeS 2012-2020, la Superintendencia de Seguros de la Nación tomó varias medidas que introdujeron cambios importantes en el mercado. Una de las más significativas fue el replanteo del esquema del mercado de reaseguros.

“La evolución del nuevo marco es positiva –evalúa Guerrero–. No hay ni más ni menos capacidad que antes. Se pudieron pagar los reaseguros al exterior, cosa que preocupaba a mucha gente, y hay bastante más transparencia en el mercado”.

“Hay un flujo importante de negocios facultativos medianos y grandes que están colocándose con un mercado admitido residente en el exterior mientras que los negocios chicos son absorbidos por el mercado asegurador y reasegurador local”, describe Peller.

Otra regulación destacada del PlaNeS fue la que obligó a las aseguradoras a derivar 7.000 millones de pesos a la economía real, de acuerdo a las pautas fijadas por un Comité de Elegibilidad.

“A nadie le gusta que le digan lo que tiene que hacer con su dinero. Pero ojalá resulte positivo pa-

“ Las aseguradoras no se convencen de que parte del servicio es la emisión de la póliza en tiempo y forma. **Sus sistemas son obsoletos, los procedimientos no se cumplen y la gente no es idónea.** ”

(Rodríguez)

ra el mercado y para el país. Somos todos argentinos y queremos que las cosas salgan bien. Hay que tratar, dentro de lo posible, de no pegarle a todo antes de tiempo. Hay que esperar a ver qué pasa”, modera Di Lucca.

Conceptualmente, para Guerrero es importante y valioso que las aseguradoras tengan nuevas alternativas de inversión. “Lo que falta ahora es ampliar seriamente el abanico de instrumentos aprobados bajo el Inciso K. Hay proyectos presentados, pero las aprobaciones todavía no llegan. Y si no llegan... bueno, las aseguradoras estarán financiando a YPF”, deja caer para terminar. **E**

PRODUCTORES

Piden eliminar la figura del agente institorio

La Asociación Argentina de Productores Asesores de Seguros (AAPAS) y la Federación de Asociaciones de Productores Asesores de Seguros (FAPASA) han firmado un comunicado conjunto pidiendo que se elimine la figura del agente institorio. Las entidades dicen en el documento que “esta figura, nacida con fines nobles, ha derivado en una institución utilizada para encubrir la operatoria de personas inhabilitadas para la intermediación o, lo que es aún peor, para “vender” seguros sin el correspondiente asesoramiento a los consumidores”. Con esta base como coincidencia, “los organismos trabajarán en conjunto para lograr la desaparición de esta figura en las modificaciones legislativas que se están analizando”.

Las entidades de productores también manifiestan que continuarán las tratativas tendientes a corregir “las severas distorsiones introducidas en el sistema de Riesgos del Trabajo”, y que significaron, en los hechos, un drástico recorte en las comisiones de los productores asesores.

Eliana Carelli