

**GUSTAVO TRÍAS, NUEVO DIRECTOR EJECUTIVO DE LA AACCS**

# “El mayor desafío de las aseguradoras es reducir el impacto de sus gastos de operación”

Es la forma de hacer frente a la caída de la recaudación producto de la anulación de pólizas o la reducción de coberturas que generó la pandemia, sostiene Trías. Desde su nuevo cargo en la AACCS, espera trabajar codo a codo con la SSN para construir un mercado de compañías sólidas que honren sus compromisos y generen actividad.

**G**ustavo Trías acredita más de 30 años de trayectoria en la industria aseguradora. Antes de asumir su actual cargo de director ejecutivo en la *Asociación Argentina de Compañías de Seguros (AACCS)*, fue gerente general y CEO de *Nación Seguros*, trabajó en la dirección de Siniestros de *San Cristóbal Seguros*, fue director de Siniestros de *Zurich Seguros* y también ocupó cargos en la alta dirección de *AGF Allianz Argentina*, *Allianz Chile* y *HSBC Seguros La Buenos Aires*. Hoy, desde la dirección ejecutiva de la AACCS aspira a contribuir para seguir construyendo “un mercado de compañías sólidas que honren sus compromisos y generen actividad”, según sus propias palabras.

**¿Cómo impacta en el sector asegurador la crisis económica por la que atraviesa la Argentina, ahora agravada por la pandemia**



■ “Lo más importante es tener una comunicación abierta con el Gobierno para generar acciones que nos permitan transitar la salida de esta crisis por el mejor camino.”

**de COVID-19?**, le pregunta **Estrategas** al nuevo director ejecutivo de la AACCS.

Tiene distintos impactos. La caída de la actividad y por consiguiente del PBI genera una merma importante en la incorporación de bienes y en la aparición de nuevas obras de infraestructura, lo cual automáticamente no produce nuevas primas para incorporar al mercado. Por otro lado, el fuerte impacto de la pandemia hace que la gente y las empresas deban reducir sus gastos. Eso se traduce en la caída de la recaudación, la anulación de pólizas o la reducción de coberturas, lo que

“ La menor recaudación provoca un impacto en el *cash flow* de las aseguradoras. ”

genera un efecto inmediato en el crecimiento relativo de los gastos en el mercado. La menor recaudación provoca a su vez un impacto en el *cash flow* de las aseguradoras. En algunos casos esto puede generar la necesidad de desarmar posiciones financieras de títulos que estén valuados a ‘valor técnico’, ocasionando un reconocimiento de pérdidas desde el punto de vista contable que podría generar algún tipo de presión en la necesidad de integración de capital.

En definitiva, esta crisis de decrecimiento de la economía que ya lleva su segundo año, fuertemente agravado por la pandemia, nos da un panorama muy complejo para los próximos años, ya que los índices de pobreza y desarrollo seguramente se verán fuertemente erosionados.

**¿En qué ramos se siente más el impacto?**

Todavía es difícil tener un entendimiento cabal acerca de dónde se da el mayor impacto. Las coberturas de individuos han visto una caída de las primas por falta de pago, que de acuerdo al canal de cobro ha sido mayor, en tanto que los pagos a través de medios electrónicos han sufrido una caída muy inferior a la de los pagos en efectivo. Por el lado del segmento Pyme, seguramente la caída será muy superior. Asimismo, el impacto de la siniestralidad en los distintos ramos todavía es muy incierto, ya que si bien en Automotores, por ejemplo, la fuerte reducción de la circulación en abril fue muy distinta en mayo y en junio, cuando muchas

provincias pasaron a distintas fases, se notó una fuerte recuperación de la cantidad de siniestros en mayo.

Para el rubro de propiedades e industrias, el tiempo nos dará mayor claridad, ya que la crisis seguramente traerá aparejada una reducción de costos en las operaciones de las empresas en términos de mantenimiento y seguridad en sus instalaciones que pueden producir la aparición de incendios u otro tipo de daños producidos por la merma en este rubro. Otro de los riesgos que siempre recrudescen en las crisis económicas es la proliferación de nuevas técnicas de fraude hacia las aseguradoras, con el consiguiente incremento de los mismos.



■ “Deberemos hacer mucho foco en un mercado más eficiente en términos de costos.”

**¿Qué medidas cree se deberían implementar desde la política nacional para contribuir con la sustentabilidad del mercado de seguros?**

En este momento considero que lo más importante es tener una comunicación abierta y comprometida con las autoridades del Gobierno nacional a efectos de coordinar y generar acciones que nos permitan comenzar a transitar la salida de esta crisis por el mejor camino, honrando los compromisos que

“ En algunos casos se va a generar la necesidad de desarmar posiciones financieras de títulos valuados a ‘valor técnico’, ocasionando un reconocimiento de pérdidas que podría generar presión en la necesidad de integración de capital. ”

asumió el sector con sus asegurados, socios estratégicos, accionistas y trabajadores. Si bien todavía no se han presentado los balances de las compañías al 31/03, y los relativos al cierre del ejercicio 30/06 han sido pospuestos, conocer esta información nos generará mayores precisiones acerca de la sanidad de la industria y de los desafíos que deberemos recorrer en el futuro.

**¿Qué esperan de la nueva gestión de la Superintendencia de Seguros (SSN)?**

Históricamente la AACCS ha mantenido una relación activa y participativa con las distintas autoridades de la SSN. Nuestra intención como asociación es trabajar codo a codo con el regulador para continuar construyendo un mercado de compañías sólidas que honren sus compromisos y generen actividad y buenos resultados para el desarrollo del país.

Si bien la pandemia ha impactado la forma de relacionamiento en la mayoría de las actividades, todas las vías de comunicación y colaboración se encuentran abiertas.

**¿Cómo imagina al mercado asegurador en la etapa pospandemia?**

El mercado tiene desafíos muy importantes, entre los cuales uno de los más relevantes es cómo reducir el impacto de sus gastos de operación, que a diciembre de 2019 alcanzaban alrededor de un 60% de sus ingresos.

Por otro lado, la pandemia generó una aceleración en la comunicación digital, que en la mayoría de los casos

ya existía pero debido a la imposibilidad de seguir desarrollando las tareas normalmente creció exponencialmente y con muy buenos resultados, lo cual seguramente cambió el ánimo de aquellos a los que les costaba imaginarse un mundo mucho más digital y remoto. Desde ese punto de vista, considero que la salida de esta situación nos dejará abierta la puerta a maximizar los esfuerzos en la inversión tecnológica, generando un mercado mucho más dinámico en términos de comunicación, intercambio de información y, sobre todo, mejora y cumplimiento de las necesidades y demandas de nuestros clientes. Asimismo, deberemos hacer mucho foco en un mercado más eficiente en términos de costos.

**¿Cuáles cree que son los cambios que han llegado al mercado para quedarse?**

Sin lugar a dudas la comunicación vía plataformas digitales ha llegado definitivamente a las vidas de todos, por lo cual creo que si bien no se sostendrá en los niveles actuales ocupará una parte importante de nuestras vidas profesionales a futuro. Asimismo, los cambios en el teletrabajo o *home office* seguramente comenzarán a adoptarse en gran parte del mercado en forma parcial, lo que permitirá mejoras en la calidad de vida de sus integrantes, sobre todo de aquellos que desarrollan sus tareas en las grandes ciudades, donde muchos pierden en promedio de dos a tres horas diarias para dirigirse a sus oficinas. Lamentablemente, todavía desconocemos cuál será el camino o cómo podremos volver de a poco a una etapa similar a la anterior a esta pandemia global y el tiempo que demandará, pero seguramente muchas cosas habrán cambiado para todos y deberemos generar un nivel de adaptación importante a esa nueva ‘normalidad’. **E**

**Diego Fiorentino**