

## **DESGRABACIÓN**

### **MARCELO GARASINI**

Gracias Raúl, Gabriela por convocar nuevamente a las Asociaciones; quinto año consecutivo que la Comisión Directiva me designa para hacer esta presentación.

Pero este año en un clima para la profesión enrarecido. Esta resolución de la cobranza bancaria, para nosotros discriminatoria respecto del contenido, nos hace replantear esta idea que veníamos trabajando de conversar con los productores y tener un ida y vuelta como nosotros le llamamos preguntas abiertas para conversar y responder.

Tuvimos que plantearnos este título: Hacia dónde va el mercado en materia de intermediación; poner blanco sobre negro. ¿Qué rol nos dan las compañías a los productores asesores de seguros a mediano plazo?

No entendemos a la medida de la cobranza como un hecho aislado, sino que vamos a tratar de mostrar que es un proceso en el cual tenemos que estar atentos e interpelar a nuestras compañías. Sentarnos con los gerentes comerciales, directores comerciales, el presidente de la compañía y plantear en qué entorno, cómo me ves en tu compañía.

Y ahí cada uno de nosotros en nuestras organizaciones tomar decisiones y espero que las conclusiones nos convenzan de hacia dónde tengamos que ir.

Escuchaba hace unos días al Jefe de Gabinete en un programa de televisión decir que en el 2015 la sociedad se hartó de la falta de diálogo y de la intromisión del gobierno en el ambiente de negocios de los privados, esa intromisión interesada o direccionada y me sentí identificado con esas palabras.

Dije llamado para el Banco Central, llamado para la Superintendencia de Seguros.

Que nadie se equivoque: no estamos en contra de la trazabilidad de los pagos, del lavado de dinero y no sé cuántas cosas que nos nombran ahí, al contrario, lo hacemos todos los días, utilizamos esas herramientas. Ahora cuando todos pueden menos vos, el coma, por algo será, está ahí latente.

Nuestra Federación diseñó una resolución alternativa para charlar con la Superintendencia para quitar esta ofensa a una profesión que tiene, mal que les pese, la confianza de la sociedad y que ataca esta relación fluida que tenemos con los clientes. El quedate tranquilo que yo te doy cobertura. Por supuesto que le pagamos a un cliente. Me decían los asesores: no digas que le pagás. ¡Sí que le pagamos! Cuando estás de vacaciones, la cola del Pago Fácil da la vuelta manzana y no hay conectividad, quedate tranquilo yo te pago el seguro. ¿Cómo no lo voy a decir? Y damos tranquilidad.

Viene de vacaciones y antes de descargar el auto nos paga; sostenemos la prima del mercado. Cuando hay un rechazo de débito porque el numerito del CBU estaba mal, quedate tranquilo. O son cultores de la falta de cobertura financiera.

No participamos de la falta de cobertura financiera, damos cobertura a nuestras carteras, mal que les pese a algunos.

Les decía que en esa resolución que le presentamos al Superintendente, ese proyecto para analizar con el Banco Central, cumplía con creces los objetivos de la medida; nada más que no nos discriminaba y tenía en cuenta situaciones reales.

Por supuesto que hay ciudades, que hay cobradores, y ese servicio que le da el productor a su asegurado de cobrarle, bienvenido que él se lo da.

¿Cómo vamos a cuestionar el desarrollo de una cartera en una ciudad? Cómo la desarrolla cada productor porque le da un servicio a su asegurado.

Por supuesto que usamos las herramientas, nosotros pagamos por débito, no es un mercado que tiene la "black", sino que hay realidades distintas.

Las pymes que tienen paquetes de cheques, ayer me contaba un productor de una empresa que tuvo discontinuidad de una obra pública y se reactivó, paquete de cheques de terceros.

Por supuesto que nuestras compañías no toman cheques de terceros y le damos cobertura a nuestros clientes y permitimos que se continúe con el trabajo digno y protegiendo a sus empresas.

No es todo "black" agarra la tarjeta de débito y pone el CBU, no es así el mercado. Hay realidades distintas y más en un país tan amplio donde hasta ni antenas de Movistar o de cables hay en el interior, entonces tenemos que ver realidades.

Cuando se lo contás a una mesa donde hay funcionarios del Banco Central, te miran con unas caras como que le estás hablando ¿cómo la gente saca la plata de la cuenta si está bancarizada?

El empleado del Estado está bancarizado, la gente saca la plata el día 5 porque en el 2001 el sector financiero se quedó con los ahorros de los argentinos.

La gente no tiene la plata afuera, la tiene acá y se quedaron con los ahorros y vos no podías sacar la plata, entonces ahora hay que generar cultura.

No por una resolución vamos a bancarizar. No me van a comparar pagar la luz, en el Pago Fácil, con un seguro, donde la cultura aseguradora todavía está incipiente.

Algunos puntos que queremos debatir. Voy a nombrar 3 o 4 situaciones que tenemos que analizar para saber en qué contexto estamos desarrollando la actividad y qué amenazas tenemos desde algún sector, no de todas las aseguradoras, *comoditización* de los contratos, estandarización de las pólizas.

Hoy la póliza automotor que vendemos es la misma: Garbarino o Garasini venden la misma póliza automotor, con las mismas condiciones y tiene los adicionales sin cargo dentro. Lo que antes era adicional ahora está dentro de la póliza.

En estos días estamos viendo una publicidad de una tarjeta de crédito que te dice con un Banco agente institorio, asegurará tu auto, tenés 8000 puntos para American Airlines y si asegurás a tu señora te vas a Miami gratis, y por allá abajo aparece seguro contratado con, llamá al 0800 el cual será grabado para mejor atención y el seguro allá abajo.

Esta estandarización de la póliza nos lleva a transformar el seguro en un producto no como lo conocemos en el mercado como un contrato antagónico donde el asegurador le propone al asegurado condiciones predispuestas, es la parte fuerte del contrato, y la parte débil contrata y el productor pone en un pie de igualdad a las partes, como nosotros conocemos el contrato.

Ahí se *comoditiza*. Se hace un producto. Es transformar un contrato antagónico en un producto, que todos vendemos lo mismo y esto es un mensaje a la sociedad. Conocemos el caso de Chile cuando irrumpen las AFP con el bono de fomento, el reconocimiento de deuda previsional y la compra de las rentas vitalicias, seguros de retiro. El productor era natural en eso y dejó de lado al seguro automotor porque ese negocio era más o menos de 1 millón de dólares cada bono de unidad de fomento. Era un negocio tentador y deja a los *retail*, a las grandes tiendas Falabella, Jumbo, a la góndola, la venta del seguro automotor.

Invitamos al Congreso Nacional que organizó nuestra Federación en Córdoba, al presidente de la Asociación de productores de Chile que nos decía: ustedes todavía tienen la posibilidad de estar atentos a esta situación y de no transformar en un producto al seguro edulcorado, en un *commodity*.

Ustedes tienen que sostener la necesidad del asesoramiento y de estas figuras del contrato antagónico entre partes, mensaje que fue tomado en nuestra carta de Córdoba el año pasado en nuestro Congreso.

Quiero mostrarles un documento de la FIDES que es la Federación que agrupa a las empresas de seguros, un documento interesante donde el mercado latinoamericano observa o analiza cómo va a ser el seguro en los próximos años en nuestros países, muy interesante en la relación con el reaseguro, con el regulador.

Hay un capítulo que le dedica la Federación que integra las aseguradoras a la intermediación. Dice: “aunque se van dando pasos positivos en la liberalización de los canales de distribución de los seguros, es necesario que se profundice en la eliminación de todos los obstáculos que impiden o limiten el desarrollo de los nuevos canales como los que ofrecen a los bancos aseguradores, agentes de ventas, telemercadeo y otros, ya que dichas restricciones frenan el desarrollo de

productos de comercialización masiva y la penetración de los seguros en los segmentos de ingresos medios y bajos de nuestra población. También debe prestarse especial atención a las posibilidades que ofrecen para la distribución de seguros a las nuevas tecnologías como la digitalización, como los instrumentos idóneos para llegar a amplios sectores de la población”.

Es decir que la Institución que agrupa a los aseguradores nos dice que hay que propender a bajar las barreras de entrada, a permitir que todos vendan.

No hay dos palabras aquí: no veo idoneidad, no veo transparencia. Vendamos como sea, que proliferen los agentes institorios, los telemercadeos, los telemarketer.

Nos pusimos a buscar con la Comisión de Defensa de Asegurado y encontramos 2 resoluciones sancionatorias: una de la venta de celulares con seguro técnico (resolución 39 938 ) donde la resolución de la Superintendencia que sanciona la operatoria del agente institorio Movistar o Personal, no sé cuál es, con la aseguradora que comercializa, dice que resulta inexplicable que el asegurador cobre 6,58 por cada celular y se le cobre 100 pesos al tomador del contrato de celular, además de tener una franquicia del 50% y con una depreciación como tiene la póliza de seguro técnico pero a la franquicia le aplicábamos el valor a nuevo; es decir que cobraba el 20% del teléfono.

Le tenemos que preguntar a nuestras compañías: ¿vos estás en esta frase de flexibilizar de que todo el mundo venda? ¿Fomentas los *telemarketer*? ¿O acompañás la gestión profesional del productor de seguros?

Es una interpelación que cada uno de nosotros tenemos que hacer a nuestras compañías.

Cada organización sentarse y decirles ¿hacia dónde vas? y quizás nosotros alguna vez empecemos a tomar decisiones y acompañar a las compañías que nos privilegian, nos tienen en cuenta, no nos dan una palmadita o nos llevan a un viaje, pero que trabajan con el telemercadeo para llegar a la sociedad.

Ahí tienen la resolución de la venta masiva para llegar a la sociedad y penetrar: 100 pesos, 6,58 al asegurador. La Superintendencia de Seguros prohibió la

póliza, impresionante la letra de la resolución. Sepamos hacia dónde vamos y quien nos tiene en cuenta.

El último párrafo planteaba que tengamos en cuenta las nuevas tecnologías, desmitifiquemos que las plataformas tecnológicas son canales de comercialización. Son herramientas tecnológicas que tenemos que utilizar tanto más que los agentes institorios.

¿Cuál es el debate de fondo? ¿Cómo financiamos la tecnología de punta? ¿Cómo nos financiamos en ingresar a las redes sociales? Me senté hace unos días con 10 organizadores importantes y ninguno podíamos superar el 48% de la siniestralidad. Nos puso contentos la ganancia que le damos a las compañías.

Las compañías que nos privilegian tomen una parte y ayúdenos a la inversión en tecnología de punta, vayamos en el mismo barco o están tomando nuestras ganancias para solventar otras plataformas. Debate que tenemos que empezar a plantearnos.

La cobranza es un hito que nos hace analizar quién nos acompañan, porque sabemos que compañías que nos acompañan están buscando herramientas para sostener la prima del seguro y que no se nos caiga un asegurado.

Es una vergüenza institucional plantear que un asegurado puede quedar fuera por un tema de cobranza, porque paga la luz en Pago Fácil.

Vuelvo a repetir, vamos a ser artífices de nuestro propio destino. Cada uno de nosotros saber a dónde vamos a llevar los riesgos de nuestros clientes y a dónde vamos a ubicar los contratos de seguros.

¿En qué marco lo vamos a hacer? ¿En el del telemarketing o en el que me acompañe en inversión tecnológica y pueda atender a ese cliente tecnológico? Que seguramente existe y tenemos la potencialidad de relacionar la humanidad con la tecnología. Una relación indestructible.

Porque ese cliente que tiene un siniestro a cualquier hora nos va a ubicar, aunque contrató por el sistema online de la plataforma que ustedes quieran. Ahí va a estar el productor y las aplicaciones y las webs es nuestra aplicación.

Yo tengo mi aplicación que se llama “Mi canal seguro” donde mi cliente entra a mi web, carga mi denuncia, ve sus pólizas y mi relación es con mi cartera.

Hemos creado un laboratorio tecnológico para nuestros socios para que tengan una aplicación directa en la interrelación con nuestros clientes. Por supuesto que vamos a asumir la tecnología.

¿Quién nos va a acompañar? Las compañías que nos privilegien y nosotros tendremos que tomar decisiones económicas y comerciales ¿A dónde llevamos la cartera? No vamos a direccionar la producción.

Pero sí vamos a decir estas compañías nos privilegian y lo vamos a poner en nuestra web, vamos a pedir en una reunión del Consejo Federal de la Federación que se publique en todas las páginas web de las Asociaciones qué compañías nos privilegian y nos dieron herramientas para sostener la cobranza para que podamos seguir cobrando a nuestros clientes. Lo vamos a difundir con nombre, apellido y compañía.

Quiero cerrar porque Jorge va a hablar en la representación política de todos los productores sobre esta disvaliosa resolución y sobre los agentes institorios. Quería que lean una nota que le hicimos al Gerente General de Federación Patronal en nuestra revista Seguros, la 302, nos dice que hay riesgo de pérdida de producción debido a esta resolución y que el día de la resolución me llamó al celular diciendo, estoy a disposición para atenuar las consecuencias de esta discriminación y del ataque que están teniendo los productores asesores de seguros. Vamos a estar al lado de ustedes para acompañar y resolver este atropello, ya no al productor, al asegurado en su libertad de elegir la forma en que quiere pagar los seguros.

Ayer en la expo me decía un productor que las Cámaras fueron a felicitar, y nosotros también acompañamos la medida, también queremos transparencia y que no haya lavado de dinero, etcétera.

Pero estaba la UART y me mostraba una liquidación: 300 mil pesos de una empresa que tenía que pagar y no podía y les llevó los 300 mil pesos a la ART y le puso un sello en la liquidación. Cobranza bancaria obligatoria, la ART le dijo

¡bienvenido! Sostenemos el cliente y le cobró en la caja ¿Cómo vamos a limitar ese derecho de tal cobertura?

Vamos a salir a hablar con todas las Cámaras de Comercio, esta es una Cámara de La Plata de empresarios Pymes mandándole a todos sus clientes: atentos lo que está pasando con la cobranza de seguros. Ponemos en riesgo la cobertura de nuestros riesgos por la forma de pago de la Cámara a todos sus asociados. 6 mil Pymes de la Provincia de Buenos Aires.

Vamos a salir a contarle a la sociedad qué puede pasar con esto, se pueden quedar sin cobertura y no vamos a poder resolver una situación de indefensión por no poder darles el servicio que por Ley lo tienen como derecho.

Y una infidencia, algunas notas. Investigan una operación de lavado por 300 millones, 3 instituciones, empresas o como quieran llamarle: bancos, financieras involucradas en esta maniobra, ya imputadas. Leía la nota el otro día en una web. ¿A quién le estamos dando la cobranza señores? Ojo, porque estos ya están imputados.

El sábado Jorge me mostraba intercambiando ideas me dice mirá Marcelo lo que recibí, todo sorprendido y me pone: “el vivo vive del tonto y el tonto de su trabajo” y uno discutiendo el vicio y otro haciendo plata. Me lo cuenta y le pongo, significado de la palabra prebenda: oficio, empleo o privilegio que se otorga a otro con muy poco esfuerzo o nulo trabajo. ¿A quién le estamos transfiriendo? ¿Dónde está el negocio acá?

Jorge, te dejo el tema de la cobranza para que lo desarrolles y acá está nuestra próxima revista, el título es “Prohibido prohibir en nuestro país, prohibido prohibir en nuestro mercado”.