

# FREDERIC DE COURTOIS

## “Los inversores internacionales están volviendo y tienen un enorme interés en la Argentina”

El CEO del área de líneas globales e internacionales del Grupo Generali dice que el país va por la buena senda, pero advierte que se debe reducir la inflación

Texto Carlos Manzoni | Foto Patricio Pidal/AFV

“

**La principal razón por la que no existe el segmento de seguro de vida en la Argentina es la alta inflación**

“

**El seguro está en crecimiento en el mundo, porque las familias y las empresas necesitan más protección**

Frédéric de Courtois tiene confianza en la marcha de la economía con el gobierno de Mauricio Macri. El CEO de líneas de negocios globales e internacionales del Grupo Generali, que tiene en el país el 90% de la aseguradora La Caja, dice que los inversores internacionales están volviendo y tienen un enorme interés en la Argentina. Advierte, sin embargo, que deberá controlarse la inflación para poder desarrollar más el seguro de vida, que es su mayor parte del negocio en el mundo.

El ejecutivo comentó que su empresa hizo un análisis para determinar qué hacía en los 40 países donde tiene presencia. Fue así como abandonaron 15 mercados, donde vieron que sus operaciones no tenían futuro, pero decidieron que permanecerían en la Argentina, donde, si bien hay todavía algo de incertidumbre,

se percibe un ambiente en el que ha mejorado la confianza.

Asimismo, negó toda vinculación actual con el empresario Cristóbal López. Según dijo, su única relación estuvo dada por la venta que Grupo Generali le hizo de una compañía llamada **Generali Argentina** (que actualmente se llama Providencia) y que incluso compete con La Caja.

—¿Cómo está el negocio del seguro en el mundo?

—Es un negocio en crecimiento, debido a que las familias y las empresas tienen más necesidades de protección. La gente a nivel mundial está ahorrando más, y como consecuencia de ello el negocio está creciendo. Luego podemos ver diferencias según las distintas geografías. Tenemos un crecimiento superlativo en Asia, otro más moderado en Europa. Pero tomando el mundo en general, la tendencia es de crecimiento. Insisto en que hay nuevas necesidades, como las pólizas de riesgos cibernéticos para empresas, que van a cambiar el panorama de lo que conocemos hoy como el negocio del seguro.

—¿Cómo ve el seguro en la Argentina?

—Si lo miro desde un nivel muy elevado, en el lado de los seguros generales, la Argentina está muy cerca de Italia, en el sentido de que el segmento de autos es el principal negocio por lejos, y otros ramos están subdesarrollados. Esos otros ramos serían hogar, salud, etc. Ita-

lia es un mercado subdesarrollado dentro de Europa comparado con Francia, Alemania o el Reino Unido. Si miramos los seguros de vida, la Argentina tiene sólo lo que yo llamo mercados de riesgos. Hay muy poco negocio de ahorro, que es el principal en el mundo.

—¿Por qué casi no existe el mercado de seguro de vida en la Argentina?

—La principal razón por la que no existe ese tipo de seguros aquí es la inflación, porque el seguro de vida es una inversión a largo plazo, entonces la gente tiene que confiar en que sus ahorros no van a ser eliminados por la inflación. Creo que es muy importante que la Argentina pueda desarrollar un negocio de ahorro a largo plazo, porque a través de esos ahorros a largo plazo se financia la economía.

—Además de lo que comentó, ¿cómo cree que impacta la inflación en su negocio en general?

—Otro efecto es que los seguros los siniestros se pagan un tiempo después de sucedidos, entonces si uno tiene mucha inflación es sumamente difícil proyectar cuánto va a tener que pagar. Esto es algo que experimentamos en Europa en la década del setenta, pero que ya por suerte allí se superó hace mucho. Reitero: esa variante introduce una enorme incertidumbre respecto de cuánto uno tendrá que pagar finalmente. La inflación es la enemiga del seguro, porque impide su crecimiento.

—¿Cómo ve la economía de la Ar-

Entrevista a Frédéric de Courtois: "Gli investitori internazionali stanno tornando ed hanno un enorme interesse sull'Argentina"

### gentina a poco más de un año de un nuevo gobierno?

–Tenemos confianza en la dirección que ha tomado el nuevo gobierno. Creemos que sigue habiendo muchísimos desafíos, de orden político y económico. Pero vemos, y éste es un buen parámetro, que los inversores internacionales están volviendo y tienen un enorme interés en la Argentina. Éste es nuestro caso también, ya que tenemos muchas expectativas puestas en nuestra operación en este país.

### –¿Van a hacer inversiones en el país?

–Sí, somos líderes en el país y nuestro plan es invertir para aumentar todavía más ese liderazgo. Actualmente, tenemos 10% del mercado de automóviles. Para poder crecer, vamos a invertir, porque ésa es la única manera que conocemos de desarrollar el negocio.

### –¿Cuánto van a invertir?

–Es difícil hablar de una suma en concreto, lo que sí le puedo asegurar es que en nuestro plan estratégico de estos años prevemos la reinversión de la totalidad de nuestras utilidades, lo cual no es poco decir.

### –¿A cuánto ascienden esas utilidades?

–Preferiría no decirlo.

### –¿Tienen planes de adquirir alguna empresa en la Argentina?

–Planes concretos, no. Pero en todo el mundo nuestro punto de vista es que tenemos que reforzar nuestra presencia en los mercados en los que estamos, y esto incluye fusiones y adquisiciones. Pero quisiera volver a una pregunta anterior. Justo antes del verano decidimos dónde queremos permanecer e invertir. Grupo Generali tiene compañías de seguros en 40 países y para cada uno de estos países estudiamos las perspectivas de mercado y nuestro posicionamiento. Allí decidimos salirnos de 15 mercados, porque nos parece que debemos permanecer sólo donde podemos tener una posición de liderazgo.

–Y la Argentina fue uno de los

### elegidos para quedarse...

–A eso quería llegar, precisamente. Entre los mercados en los que decidimos quedarnos está la Argentina. Es decir que hemos tomado una decisión clara para el largo plazo porque creemos que este país es estratégico y creemos que el mercado se va a desarrollar a medida que la economía se vaya estabilizando aún más.

### –¿Qué vieron particularmente en la Argentina para tomar esa decisión?

–Estudiamos dos ejes en particular: nuestra compañía y el mercado. Por el lado de nuestra compañía, lo que comprobamos es que tenemos un muy buen equipo, una posición de liderazgo y una marca superlativa en La Caja. Es decir que podemos seguir construyendo a partir de esa base. Y si se abriera un nuevo mercado como el de seguros de vida, pensamos que podríamos ser ganadores en él. Por el lado del mercado, necesitamos una economía estable y creemos que aquí será más estable. La Argentina, con el producto bruto interno (PBI) de US\$ 14.000 por habitante, es un mercado donde las necesidades de protección deberían crecer muchísimo en un futuro, sólo es una cuestión de tiempo.

### –¿Cree que, pese a todos los obstáculos, es posible desarrollar el seguro de vida en el país?

–Sí, por supuesto que sí. Necesitamos una inflación menor y un buen entorno regulatorio. Pero si miramos otros mercados, esto es muy factible. Además, como dije, sería muy importante para la Argentina, porque para desarrollar una economía se necesitan ahorros estables a largo plazo invertidos en el mercado local.

### –Además de la inflación, ¿qué otros problemas que pueden entorpecer su negocio ve en la Argentina?

–La verdad es que no tenemos otros problemas significativos. Encontramos la forma de desarro-

llar la compañía aquí a lo largo del tiempo, con los distintos vaivenes económicos que se han producido. Sí, debo reconocer, hay un componente mayor de litigiosidad, si uno se compara con otros mercados, lo que deriva en la mayor dificultad en la fijación de tarifas.

### –¿Ve un buen ambiente para las fusiones y adquisiciones?

–Mi respuesta global sería que sí. El primer tema importante cuando uno analiza un mercado es la confianza que uno tiene sobre la economía a largo plazo. Nosotros hemos visto que aquí ha mejorado la confianza, entonces el ambiente se torna más favorable para las fusiones y adquisiciones. Por supuesto que sigue habiendo incertidumbre, pero vemos un ambiente que va mejorando poco a poco.

### –¿Qué cambios ve en la demanda de los clientes respecto de lo que le pedían antes y lo que le exigen hoy?

–Globalmente, los clientes tienen más opciones, porque hay más competencia y pueden elegir interactuar con la compañía de seguros de diversas maneras, a través de Internet, de un productor o por teléfono. Entonces, lo que hace la diferencia hoy es la experiencia del cliente. Exigen cada vez más servicios de excelencia. Entonces nuestra primera prioridad es la experiencia de los clientes. Pero la gran tendencia es que tenemos que convertirnos en empresas tecnológicas. Tenemos que tener una muy buena experiencia de los clientes en la Web.

### –¿Qué vinculación tiene Generali con el empresario Cristóbal López?

–El Grupo [Generali](#) le vendió al Grupo Indalo, de Cristóbal López, una compañía llamada Generali Argentina (que hoy se llama Providencia) y a partir de ahí no tiene ninguna vinculación con ese empresario. Esa operación es lo único que nos relaciona con López. Es más: Providencia hoy es competidora de [Generali](#). ●

