

Las tres reglas de oro para hacer negocios en el sector asegurador

Hace algunos meses, el magnate norteamericano Warren Buffet comentaba en una conferencia, acerca de los errores cometidos por una de sus empresas reaseguradoras, General Re, los cuales le causaron enormes pérdidas financieras con motivo de los eventos de terrorismo de las Torres Gemelas de Nueva York.

Parodiando una popular canción de música de Estados Unidos, Buffet manifestó que "quisiera no saber ahora lo que no sabía entonces" refiriéndose a que su falta de conocimiento de los principios básicos del mercado de seguros y reaseguros, lo llevaron a tener que soportar una parte sustancial de las pérdidas reaseguradas por su empresa. "permití que General Re tomara riesgos sin poseer las salvaguardas apropiadas. Este error nos tomó descubiertos el 11 de septiembre", dijo el magnate a sus accionistas.

Aprendiendo de sus errores, Buffet resume las lecciones aprendidas, en tres principios que en su opinión deben regir la actividad aseguradora.

1. Los aseguradores y reaseguradores solo

deben tomar riesgos que puedan ser adecuadamente

evaluados. Ello implica que aceptar riesgos cuya naturaleza no sea suficientemente conocida y medida, implica dejar buena parte del éxito o fracaso del negocio en manos de la suerte. No se trata solo de realizar inspecciones físicas o revisiones a los procedimientos administrativos de los riesgos a asegurar. Se trata además de comprender la naturaleza misma del ciclo de dichos negocios, para poder proyectar sus curvas de crecimiento y descenso. En nuestro medio, las aseguradoras a veces aceptan asumir riesgos de negocios o empresas que no son muy bien conocidos, en perjuicio de su capacidad de evaluar correctamente el nivel de riesgo, que permita fijar una tasa verdaderamente remunerativa y acorde a los peligros asumidos.

2. Deben controlarse cuidadosamente los cúmulos aceptados, para evitar múltiples pérdidas provenientes de un solo evento. Además, tener certeza

que eventos relacionados no amenacen la solvencia de la empresa. Desde hace algún tiempo, las aseguradoras en nuestro país han vuelto a prestar atención a dichos cúmulos, solicitando a sus inspectores la ubicación geográfica y las coordenadas de los riesgos que se proponen asegurar. Esta práctica, utilizada anteriormente de manera manual, antes de la existencia de dispositivos de posicionamiento global por satélite, (conocidos por sus siglas en inglés GPS), permitirá a las aseguradoras calcular con exactitud los montos asegurados por cada uno de los riesgos cubiertos. Además, el cruce de esta información georreferenciada, con las bases de datos sobre fallas geológicas, corredores aéreos, rutas de huracanes y de ocurrencia de otros fenómenos de la naturaleza, permitirá evaluar qué tan expuesta se halla la compañía de seguros ante cada uno de los eventos que cubren sus contratos de seguro.

3. **Los aseguradores y reaseguradores se**

deberán abstener de entrar en negocios que involucren alto riesgo moral. Nuestro país en general, y la industria aseguradora en particular, siguen pagando las consecuencias de haber admitido como socios comerciales a personas cuya fundamentación ética y moral dista de ser la adecuada. Deslumbrados por la facilidad de hacer los primeros negocios con delincuentes de todos los estilos, muchos asesores de seguros llegaron a las gerencias de las compañías proponiendo clientes de cuya conducta, o del origen de sus enormes fortunas, poco o nada se conocía. Sin importarles este aspecto tan determinante, muchos aceptaron sin problema amparar sus propiedades, su salud o sus vidas, en la esperanza infundada de estar tratando con personas un poco extrañas, pero totalmente inofensivas. Costoso error, que no solamente ha significado el sacrificio inútil de vidas humanas, sino el descrédito de algunas de las empresas vinculadas al sector,

tanto de asesores e intermediarios, como de aseguradoras. Los esfuerzos actuales por conocer mejor a los clientes potenciales, no serán suficientes mientras no se convenza a todas las partes involucradas que no es lícito, ni ético, ni comercialmente conveniente en el mediano plazo, negociar con delincuentes.

**LA PERFECCIÓN ÉTICA SE
ALCANZA CUANDO NOS SENTIMOS
INCAPACES DE HACER AQUELLO
QUE SABEMOS QUE NO DEBEMOS
HACER**