



PABLO MORENO

“Invertimos en deuda española todos los días”

E. G. ERCORECA Madrid

ANDREA MONETA
Presidente ejecutivo de Aviva Europa

Este directivo milanés, de 44 años, encabeza la división europea de Aviva. Su trayectoria profesional se ha desarrollado en Dubai Financial Group, Unicredit, el BCE y Accenture

Andrea Moneta (Milán, 1965) dirige la división europea de Aviva desde 2008. Esta unidad genera el 44% de las ganancias de la aseguradora británica. Licenciado en Ciencias Políticas y Económicas, y con posgrados en Dirección de Riesgos y Mercados Financieros en Wharton y la Universidad de Nueva York, ha desarrollado su carrera profesional en Accenture, el Banco Central Europeo, Unicredit y Dubai Financial Group.

PREGUNTA. ¿Cómo ve Aviva la recuperación económica de Europa?

RESPUESTA. Considero que hemos dejado atrás lo peor. Europa ha intervenido de forma efectiva para prevenir que la crisis se haya vuelto más grande de lo que ha sido. Percibimos una situación de cierta volatilidad en los mercados financieros y una recuperación lenta del PIB. La situación puede variar de un mercado a otro, pero en conjunto vemos un crecimiento lento de Europa. Aunque un crecimiento, a pesar de todo.

P. ¿Cuáles son las diferencias que perciben de un país a otro?

R. Algunos mercados tienen unas tasas de deuda y unos déficits elevados. Como estamos en una unión monetaria, los Gobiernos ya no pueden recurrir a generar inflación para salir de la crisis. Por eso, los mercados en situaciones de mayor endeudamiento necesitan reformas estructurales para recuperarse. Lo que es muy saludable, desde mi punto de vista, pero lleva más tiempo. Alemania y Francia se encuentran en una buena situación. Irlanda, España, en cierta medida Italia,

por no mencionar a Grecia, necesitan reformas internas serias para recuperar la senda del crecimiento.

P. ¿Qué opinión le merece la situación de España?

R. España ha disfrutado de un periodo de crecimiento muy amplio y ahora necesita potenciar sectores distintos de la construcción. El compromiso del Gobierno y las demás autoridades, como el Banco de España, es claro. Veo que hay bastante cohesión en las estrategias a aplicar y esto es importante.

P. ¿Está justificado que se extiendan las dudas surgidas en torno a la deuda griega a las emisiones públicas españolas?

R. Creo que se ha exagerado este tema. Nos ha llevado 60 años construir Europa y el resultado es demasiado importante para dejarlo caer. Hay especulación y la volatilidad está ahí, pero no creo que haya ninguna posibilidad de que Grecia, Italia, España, Portugal o Irlanda abandonen la eurozona. Esto no puede ocurrir y hay herramientas que podemos usar para evitarlo. Ahí están las reformas estructurales en el mercado laboral, las pensiones públicas o el gasto gubernamental. Sabemos que la receta es amarga, pero hay una receta.

P. ¿Compran ustedes deuda pública española?



“Dudo de que Grecia, Italia, España, Portugal o Irlanda se vean obligadas a abandonar la eurozona”

“Las autoridades españolas muestran cohesión sobre la vía para salir de la crisis”

R. Nuestra filial española invierte en bonos denominados en euros, la mayoría de los cuales son españoles. Compramos deuda española todos los días. La actividad aseguradora es un negocio donde uno reúne dinero de un cliente y lo invierte en su nombre. Por eso me parecería inadecuado que los ahorros de un español fueran destinados a divisas extranjeras en lugar de comprar euros y emisiones del Tesoro español.

P. El paro es uno de los grandes problemas nacionales. ¿Cómo afecta a la propensión a ahorrar?

R. A nivel macroeconómico, el desempleo favorece la tendencia al ahorro porque la gente consume menos y pide menos dinero prestado. Pero es cierto que la situación de un hogar individual puede ser bien distinta.

P. El Gobierno español ha propuesto una reforma del sistema público de pensiones. ¿Qué opinión le merece?

R. La reforma de las pensiones es uno de los cambios estructurales necesarios. Las inversiones de los particulares a largo plazo deben ser incentivadas fiscalmente. Es bueno promover el ahorro a largo plazo tanto para el interesado, como para la ciudadanía y la economía nacional.

P. ¿Qué actitud tiene Aviva ante las desinversiones que realicen grupos que han recibido ayudas públicas como AIG, ING, Royal Bank of Scotland o Lloyds Banking Group?

R. Somos un jugador demasiado grande como para no mirar con cuidado qué hay en el mercado. Pero al mismo tiempo estamos en una situación privilegiada porque no necesitamos recurrir a adquisiciones para progresar en nuestra estrategia de mejorar nuestra rentabilidad.

BANCA

“Resulta saludable que haya cajas”

Decir Aviva España es decir cajas de ahorros. La entidad es socia de Bancaja, Caixa Galicia, Unicaja, Cajamurcia y Caja Granada. La aseguradora mira con optimismo el proceso de reorganización del sector de ahorro.

¿Qué impresión le merece el proceso de consolidación bancario español?

R. El Banco de España está promoviendo de forma activa el proceso porque no ha ido tan rápido como debiera. Las cajas de ahorro son saludables para la economía española. En lo que respecta a Aviva, estamos encantados con nuestros socios actuales. Creemos que resultarán ganadores en este proceso. Evidentemente, nos ajustaremos a los cambios como socios aseguradores.

Aviva apenas efectuó compras en 2009. ¿Qué papel juega España en su agenda de fusiones y adquisiciones?

R. Podemos incrementar nuestra rentabilidad sin realizar adquisiciones. Aunque por supuesto si surge alguna oportunidad y puesto que somos líderes en bancaseguros en Europa, analizaremos con cuidado las oportunidades y valoraremos si tiene sentido para nuestros accionistas.

Aviva llegó a considerar poner en marcha un negocio de no vida en España, pero al final desechó la idea. ¿Se podría retomar?

R. Desde una perspectiva europea, los seguros generales son una parte muy importante de nuestra estrategia global, pero actualmente no es nuestra prioridad establecer una división de seguros generales en España.

¿Continuarán con su estrategia de distribución con marca blanca en España?

R. Estamos para servir a nuestros clientes y socios. Con un agente, la marca es importante. Pero cuando la imagen de nuestro socio bancario es más adecuada para cumplir las necesidades de nuestros clientes, ¿por qué usar la nuestra?