

## POLITICA DE INVESTIȚII ȘI MANAGAMENTUL RISCULUI ÎN COMPANIILE DE ASIGURĂRI

*MAGLA Angela, doctorandă,  
Universitatea Tehnică a Moldovei*

*Abstract: În acest articol autorul scoate în evidență principiile care stau la baza politicii de investire a companiei de asigurări. Atenția autorului este focalizată asupra modului în care investiția ar asigura lichiditatea și profitabilitatea lor. Se menționează că în conformitate cu profilul de risc al Companiei, activele acestora vor fi investite exclusiv în anumite clase de active prevăzute de legislație. Investițiile Companiei sunt supuse la riscuri legate de piața de capital, riscuri specifice unui emitent, riscuri legate de ratele dobânzii, riscuri legate de ratele de schimb valutar și riscul de credit. Dar riscul poate fi gestionat prin diversificare.*

*Keywords: investiție, companie de asigurări, risc de piață, risc ale ratei dobânzii, risc de schimb valutar, risc de credit, valori mobiliare.*

Investiția este un plasament de capital care are ca scop generarea de venituri în viitor. Fiecare companie își construiește politica sa de investiții. Unii manageri pot opta pentru investirea, în temei, a capitalului propriu, alții se vor referi la împrumuturi fie pe termen scurt, fie pe termen lung.

Totodată politica de investiții trebuie să aibă la bază anumite principii care trebuie respectate, ele fiind:

a) investirea în interesul exclusiv al acționarilor, iar în cazul unui conflict potențial de interese, Administratorul va adopta măsuri ca investirea să se facă numai în interesul acestora;

b) investirea într-un mod care să asigure securitatea, calitatea, lichiditatea și profitabilitatea investițiilor;

c) investirea cu preponderență în instrumente tranzacționate pe o piață reglementată, menținând investițiile în instrumentele ce nu sunt tranzacționate pe o piață reglementată la un nivel corespunzător de prudențialitate;

d) investirea în instrumente financiare derivate numai în măsura în care aceasta contribuie la scăderea riscurilor investiției sau facilitează gestionarea eficientă a portofoliului;

e) diversificarea corespunzătoare a activelor, astfel încât să se evite dependența excesivă de un anumit activ, emitent sau grup de societăți comerciale și concentrări de riscuri pe ansamblul activelor.

Instrumentele în care se fac plasamentele din activele Companiei de către Administrator sunt cele prevăzute de Lege. În conformitate cu aceasta și consistent cu profilul de risc al Companiei, activele Companiei vor fi investite exclusiv în următoarele clase de active:

a) instrumente ale pieței monetare, inclusiv conturi și depozite în lei la o banca, licențiată din RM, sau la o sucursală a unei instituții de credit străine autorizate (licențiată) să funcționeze pe teritoriul RM și care nu se află în procedura de supraveghere specială ori de administrare specială sau a cărei autorizație nu este retrasă, fără să depășească un procent pentru conturi curente mai mare de 20% și pentru depozite mai mare de 70% din valoarea totală a rezervelor de asigurare, cu condiția că nu mai mult de 25% într-o bancă comercială;

b) valori mobiliare emise de stat sau de autoritățile publice locale, în procent de până la 40% din valoarea totală a rezervelor de asigurare, cu condiția că nu mai mult de 10% pot fi acoperite de valori mobiliare ale unei autorități publice locale;

c) valori mobiliare emise de rezidenți ai Republicii Moldova, în procent de până la 40% din valoarea totală a rezervelor de asigurare, cu condiția că nu mai mult de 10% pot fi acoperite de valori mobiliare ale unui emitent;

d) depozite la societăți cedente, în procent de până la 10% din totalul rezervelor de asigurare, cu condiția că nu mai mult de 5% din totalul rezervelor de asigurare sînt acoperite de asemenea active ale unui cedent;

e) terenuri și construcții - plasamentul într-un teren sau într-o construcție, sau într-un număr mai mare de construcții și de terenuri care formează un întreg și care pot fi considerate ca o singură investiție nu va putea depăși 10% din totalul rezervelor de asigurare, iar plasamentul efectuat în mai multe terenuri sau construcții nu va putea depăși 50% din totalul rezervelor de asigurare;

f) împrumuturi ale asiguraților, în procent de până la 15% din totalul rezervelor de asigurare pentru asigurările de viață ale unui asigurat. Pentru fiecare contract de împrumut în parte împrumuturile nu pot depăși 2% din rezervele de asigurare și nu pot constitui mai mult de 80% din suma de răscumpărare pe contractul de asigurare;

În cazul depășirii în mod pasiv a limitelor descrise anterior în cadrul acestei secțiuni, cum ar fi cazul în care aceasta s-ar datora fluctuațiilor pieței și mărimii rezervelor de asigurare, Administratorul va încerca să rebalanseze plasarea în mod pasiv, evitând pe cât posibil vânzarea instrumentelor financiare în cauză, dacă consideră că instrumentele financiare respective dețin în continuare un potențial semnificativ de creștere a valorii. În această situație, Administratorul va rebalansa structura activelor în vederea încadrării în limitele prevăzute în această secțiune prin direcționarea intrărilor de lichidități rezultate din contribuțiile asiguraților către celelalte clase de active, până la restaurarea încadrării structurii portofoliului Companiei în limitele asumate. Cu toate acestea, în cazul în care apare o abatere de la gradul mediu a riscului, inclusiv în situația în care în procesul de investire este depășită limita maximă de variație de o manieră care face să se modifice încadrarea în gradul de risc al Companiei indicat în Politica de investiții, rebalansarea structurii activelor se va face de către Administrator inclusiv prin măsuri active de vânzare /cumpărare de instrumente financiare, astfel încât aceasta să se realizeze în intervalul de maxim 90 zile de la data depășirii limitei (1).

Investițiile Companiei sunt supuse la riscuri legate de piața de capital, riscuri specifice unui emitent, riscuri legate de ratele dobânzii, riscuri legate de ratele de schimb valutar și riscul de credit.

Riscul de piață este un risc general, care afectează orice tip de investiție. Direcția prețurilor valorilor mobiliare este determinată în general de tendințele piețelor financiare și de situația economică a emitenților, care sunt ei înșiși afectați de situația generală a economiei globale și de condițiile economice și politice existente în țările în care operează. Acest risc nu poate fi redus prin diversificare. În țări emergente ca RM riscul de piață este relativ mare, în cazul RM anticipându-se scăderea acestuia pe măsura dezvoltării economiei și a consolidării pieței financiare autohtone.

Riscul specific reprezintă riscul legat de instrumentele unui anumit emitent. În

paralel cu tendințele generale de pe piețele financiare, evenimentele care afectează specific un emitent pot afecta valoarea investițiilor. Diversificarea poate reduce riscul specific, dar nici chiar o selecție foarte prudentială a investițiilor nu îl poate elimina în totalitate.

Riscul de dobândă este riscul potențial de declin al valorii de piață a titlurilor și obligațiunilor cu venit fix din cauza creșterii ratelor de dobândă. Rata dobânzii pe piața capitalului va fi influențată de masa monetară gestionată de Banca Centrală.

Riscul de credit reprezintă posibilitatea ca pentru un titlu sau o obligațiune să nu se plătească dobândă sau principalul la termen, conform condițiilor contractuale. Riscul de credit depinde de calitatea emitenților și a activelor deținute. Reflectând un risc de credit mai mare, activele de calitate mai scăzută oferă randamente superioare activelor cu o calitate mai ridicată. Astfel va predomina elementul speculativ pe piața valorilor mobiliare.

Riscul de schimb valutar este legat de faptul că valoarea în lei a investițiilor poate fi afectată de ratele de schimb valutar pentru activele deținute în alte monede. Chiar dacă valoarea activelor respective crește în moneda de bază, valoarea acestora exprimată în lei poate să scadă dacă moneda respectivă se depreciază în raport cu leul. Și de data aceasta riscul de schimb valutar va depinde de politica monetar-valutară a Băncii Centrale și de situația financiară internațională.

În astfel de condiții este necesar ca Administratorul companiei să implementeze o politică de investiții coerentă și compatibilă cu obiectivele și gradul de risc mediu, aplicând o diversificare prudentă a activelor admise să reprezinte rezervele de asigurare, în vederea evitării dependenței excesive de un activ sau emitent. În plus, diversificarea activelor Companiei conduce în general la scăderea volatilității valorii activului net total prin reducerea riscului specific.

În conformitate cu prevederile Legii cu privire la asigurări nr. 407 din 21.12.2006, CNPF verifică îndeplinirea obligației Administratorului de investire prudentială a activelor Companiei de asigurări. În acest scop toate tranzacțiile sunt verificate de cel puțin două persoane angajate ale Administratorului, conform principiului de segregare a inițierii tranzacției de aprobarea acesteia, de asemenea, procedurile și controalele interne ale sistemului intern de management al riscului

Pentru diagnosticarea situației curente și de perspectivă în scopul adoptării deciziilor corecte de dezvoltare este necesar ca compania să-și analizeze situația utilizând analiza SWOT – o metodă de analiză managerială, care îi dă posibilitate companiei să-și aprecieze punctele forte și cele slabe pentru a utiliza la maximum laturile forte în adoptarea deciziilor de dezvoltare în perspectivă.

Mai jos propunem analiza SWOT pentru compania de asigurări „MOLDOVA-ASTROVAZ”, dar care este posibilă a fi aplicată și în alte companii de asigurări.

Anume în zona „punctele forte” trebuie căutați factorii de performanță, adică în care dintre elementele menționate este avantajul competițional al companiei de asigurări. În baza elucidării punctelor forte se poate de mers mai departe spre oportunități, care asigură o dezvoltare sigură a companiei de asigurări pe viitor.

Dar analizând punctele slabe, compania trebuie să găsească soluții de îmbunătățire.

În scopul ameliorării situației, compania de asigurări ar putea să-și planifice anumite măsuri de îmbunătățire a managementului strategic, și anume:

- ✓ Atragerea unui număr mai mare de intermediari care ar soluționa mai rapid vânzarea serviciilor de asigurare și posibilitatea de gestionare directă a contractelor de asigurare CARTEA VERDE;
- ✓ Conlucrarea cu companiile de leasing și cu băncile comerciale în vederea atragerii noilor clienți ale acestor agenți economici;

**Tabelul 1. Analiza SWOT în companiile de asigurări**

Puncte forte	Puncte slabe
1. Rețea de vânzări dezvoltată	1. Portofoliul de asigurări neversificat
2. Dreptul emiterii poliței CARTA VERDE	2. Marketing inefectiv
3. Structura optimală a personalului	3. Calificarea medie a consultanților de asigurare din teritoriu
4. Sistemul informațional operațional și contabil unic	4. Dependența semnificativă de volumul serviciilor prestate transportatorilor internaționali
5. Posibilitatea implementării metodei de calcul a RPN – „pro rata temporis”	
<b>Oportunități</b>	<b>Pericole</b>
1. Dezvoltarea sistemului „bonus malus”	1. Apariția în 2010 a noilor emitenți ai poliței CARTEA VERDE
2. Dezvoltarea activității de intermediere în asigurări (brokeri și agenți de asigurări) și creșterea eficienței utilizării acestor canale de vânzări	2. Instabilitatea politică
3. Creșterea sectorului leasing-ului și ipotecar după criza financiară	3. Lipsa practicii naționale în aplicarea SIRF-lor
	4. Posibilitatea organizării evidenței fiscale separate, ce va necesita alocarea resurselor financiare suplimentare
	5. Riscul apariției litigiilor fiscale în perioada trecerii la SIRF
	6. Micșorarea semnificativă a activelor nete după trecerea la SIRF, și ca rezultat micșorarea solvabilității companiilor de asigurări
	7. Introducerea de către Ucraina a sistemului de vize pentru turiștii din Moldova.

Sursa: elaborată de autor

- ✓ Implementarea metodei „pro rata temporis” cu scopul reducerii mărimii RPN și micșorarea mărimii solvabilității normative, ce va servi drept măsură preventivă de reducere a volumului activelor nete ca rezultat de trecere la SIRF;
- ✓ Diversificarea portofoliului prin crearea noilor produse de asigurare în vederea satisfacerii cerințelor companiilor de leasing, ale băncilor comerciale și ale clienților noi atrași intermediari în asigurări;
- ✓ Desfășurarea activităților de reducere a nivelului de calificare a consultanților de asigurări din teritoriu;
- ✓ Lărgirea activității de publicitate în vederea promovării produselor de asigurare și prezentarea permanentă a sistemului „bonus-malus” în fiecare sursă informativă distribuită clienților.

Managementul unei companii de asigurări trebuie să se conducă de sintagma: „O afacere „slabă” condusă de o echipă managerială foarte bună este mai sigură decât o afacere promițătoare condusă de manageri de „mâna a doua”.

Managementul performanței în companiile de asigurări joacă un rol deosebit. Performanța este rezultatul efortului făcut de individul motivat și, indirect, este rezultatul procesului complex de motivare. Pentru Johns (1966,p.152), performanța este „măsura în care un membru al unei organizații contribuie la realizarea obiectivelor organizației” (5, p. 145). Performanța este direct legată cu atingerea scopurilor, dar se măsoară prin intermediul gradului de atingere a obiectivelor.

Conceptele asociate cu performanța sunt: eficacitatea, eficiența și costul.

Eficacitatea se măsoară prin gradul în care sistemele socio-umane reușesc să realizeze funcțiile lor finale. Eficacitatea unei companii de asigurări ar fi atragerea clienților prin diversificarea serviciilor de asigurare.

Estimarea eficacității pune problema costurilor. Pentru orice companie de asigurări nu este indiferent care au fost costurile îndeplinirii unor obiective. Dacă un rol important are costul, apoi performanța ar fi cel mai bine caracterizată prin eficiență, care la rândul ei este definită prin raportul dintre eficacitate și costuri.

În lucrarea „Comportament organizațional: Teorii, exerciții și studii de caz” Marian Preda indică cele trei abordări privind măsurarea eficienței organizațiilor (5, p. 148-149) e vom adapta la companiile de asigurări, căutând tangență cu obiectivele concrete ale acestor companii.

- ✓ Eficiență în obținerea, managementul și controlul resurselor externe. În această tratare scopul realizării eficienței este creșterea cotei de piață a companiei de asigurări, capacitatea de a influența grupurile de interes (beneficiarii, guvernul, opinia publică), atragerea investițiilor etc.;
- ✓ Eficiența în gestionarea resurselor interne. În această abordare companiile de asigurări trebuie să fie capabile să utilizeze aceste resurse, utilizând politici creative de investire a capitalului propriu. În special eficiența se referă la managementul, organizarea, gestionarea resurselor umane, motivarea lor etc.,
- ✓ Eficiență tehnologică se referă la capacitatea companiilor de asigurări de a utiliza eficient tehnica și tehnologia pentru a produce servicii de asigurare de înaltă calitate și la momentul oportun.

În practica companiilor de asigurări nu întotdeauna toate aceste tipuri sunt utilizate la cea mai mare înălțime, adică unele companii pot gestiona foarte bine relațiile cu mediu, cu clienții din afară, promovând o strategie de marketing de succes, având o imagine publică excelentă, altele au management și organizare internă eficientă, iar altele au pur și simplu tehnologii competitive, care le asigură un avantaj competițional decisiv.

O companie de asigurări care tinde să promoveze o strategie de eficientizare trebuie să abordeze toate tipurile de eficiență în interacțiunea lor.

În știința managerială se pune accentul pe necesitățile angajaților și strategiile de motivație ca factor de performanță. Strategiile de motivare a angajaților pentru a produce în mod performant sunt diverse și abordările sunt diferite în contexte diferite (culturale, economice etc.).

Astfel, pentru angajații dintr-o țară săracă, cum este Republica Moldova, motivația se valorifică în venituri, banii, creștere de salarii, această motivație fiind o motivație extrinsecă, care va influența în mare măsură productivitatea muncii.

În societățile dezvoltate, unde sau atins nevoile fiziologice, de siguranță și apartenență (după piramida lui Maslow), companiile se pot concentra pe motivatori intrinseci, ca comportamentul conducerii față de angajat, stima față de el, plăcerea angajatului de a se ocupa cu acest lucru sau serviciu, autorespectul și autorealizarea și a.

În știința managerială sunt diverse abordări cu privire la factorii de motivație. Cercetările noastre demonstrează că angajarea la companiile de asigurări din Republica Moldova nu este motivată numai prin salarii, compensații, dar și prin satisfacerea altor necesități ale angajaților; grija de sănătatea angajaților, odihna lor, perfecționarea cadrelor printr-un sistem bine planificat etc.

Mai este un concept foarte recunoscut în teoria economică care afirmă că polarizarea ocupațională, socială, a veniturilor, determină segmentele mari ale populației să nu depășească niciodată primele două sau trei trepte ale piramidei nevoilor (piramida lui Maslow), să fie mereu în căutarea mijloacelor de subzistență, să trăiască în insecuritate, să fie excluse social.

Dar este adevărat și faptul că multe companii de asigurare occidentale au scheme de recompense financiare pentru angajați, pe care le consideră un factor important de creștere a performanțelor.

Această practică se bazează pe conceptul om economic și pe principiul morcovul și bățul. Sunt însă specialiști de seamă care contestă eficiența unor motivatori extrinseci pozitivi, precum banii („morcovul”), sau negativi, de tipul sancțiunilor, pedepselor („bățul”).

Astfel, cercetătorul american A. Kohn în publicațiile sale aduce contraargumente, subliniind că planurile de stimulare, de motivare financiară (de genul: plata în acord pentru muncitori, opțiuni privind cumpărarea de acțiuni pentru directorii executivi, recompense speciale pentru angajatul lunii sori al anului sau comisioane pentru angajații de vânzări), nu produc efecte pozitive semnificative. Kohn în legătură cu aceasta scrie că cercetările arată că aceste recompense asigură doar supunerea, conformarea temporară a angajaților, aceasta încetând odată cu dispariția recompenselor. Totodată Kohn menționează că aceste stimulente financiare obișnuite sunt considerate drept forme de mită acordate angajaților (citad după 5, p.153, 155).

Realitatea practică a vieții din Republica Moldova ne face să concludem că pentru companiile de asigurări din Republica Moldova este binevenită practica companiilor occidentale care au scheme de recompense financiare. Astfel de motivație ale angajaților la companiile de asigurări în țara noastră există, fiind diferită după formă.

Ca motor al performanței este cercetarea. Cercetarea este un generator de informație. Dacă informația este relevantă, ea influențează deciziile companiei și concomitent performanța. Companiile performante folosesc atât cercetările în domeniul tehnologiilor pentru realizarea serviciilor de asigurare, cât și cercetarea de piață, referitoare la așteptările, nevoile, preferințele și nivelul de satisfacție al asiguraților.

Cercetarea de piață, de marketing contribuie la diminuarea riscului în fața concurenței. Cercetarea de marketing ar trebui să includă:

- ✓ O analiză a pieței de asigurări;
- ✓ O analiză de mediu concurențial;
- ✓ O analiză privind beneficiarii / clienții (asigurații);
- ✓ O analiză de competitori (privind concurența).
- ✓ Cercetarea de piață este o modalitate prin care compania de asigurări:
- ✓ adaptează serviciile de asigurare la nevoile și așteptările beneficiarilor;
- ✓ stabilește strategii de marketing și publicitate pentru servicii,
- ✓ stabilește tarifele (la asigurarea benevolă) și strategiile de vânzare ale serviciilor, produselor;
- ✓ își adaptează strategia și mișcările tactice în funcție de mediul: competitori, mediul economic, social, politic;
- ✓ prospectează piața pentru noi produse și servicii.

### **Concluzii:**

1. E de menționat că riscul poate fi gestionat. Pentru aceasta managerul companiei de asigurări trebuie să ducă o politică contabilă coerentă cu obiective și grad de risc mediu, în vederea evitării dependenței excesive de un activ sau emitent.
2. Pentru diminuarea riscului o mare importanță are principiul diversificării activelor deținute de compania de asigurări. Managerul companiei de asigurări poartă responsabilitate dubă, pe de o parte pentru capitalul investit, iar pe de altă parte față de Comisia Națională a Pieței Financiare (CNPF).
3. De asemenea controalele interne al sistemului de management duc la minimizarea riscului operațional și a altor riscuri nefinanciare.
4. În scopul menținerii pe piață a unei companii de asigurări este necesar să promoveze un management al performanței.

*“Economic growth in conditions of internationalization”*

---

**Bibliografie**

1. Legi cu privire la asigurări nr. 407 din 21.12.2006.
2. BUSINESS PLAN al Companiei de asigurări „MOLDOVA-ASTROVAZ” Societate cu Răspundere Limitată pentru anii financiari 2011-2013.
3. Comisia Națională a Pieței Financiare (CNPF).
4. Aubrey C. Daniels. Managementul performanței: strategii de obținere a rezultatelor maxime de la angajați. /traducere din l. engleză de Cristina Popa. – Iași: Polirom, 2007.
5. Citat după Marian Preda „Comportament organizațional: Teorii, exerciții și studii de caz” – Iași: Polirom, 2006, pag. 145.