

INFORME



Abriendo el mercado de seguros en el Perú

<<<
 La evolución de la historia de los seguros en el Perú hoy registra un nuevo capítulo: cubrir a bajos costos las diversas necesidades que tiene la población y estar más cerca de la gente
 >>>

El 1 de enero de 1863 la compañía "La Providencia" puso la primera piedra de lo que es hoy una actividad en crecimiento: los seguros. Las aseguradoras, luego de superar la inestabilidad económica de décadas pasadas, han modernizado sus canales de distribución y diseñado pólizas innovadoras y económicas que cubren desde riesgos personales hasta daños patrimoniales.

Desde el inicio de sus operaciones, las aseguradoras orientaron sus productos a las grandes empresas, en el caso de los ramos generales; y a las personas de mayores ingresos, respecto a las pólizas personales o de vida, hecho que explica la tímida penetración del sector seguros en la economía nacional.

Sin embargo, a inicios de la década pasada esa regla empezó a cambiar. La aparición del Sistema Privado de Pensiones (SPP) significó un importante impulso para las aseguradoras porque generó el mercado de primas más importante de la actualidad, el de las rentas de jubilación.

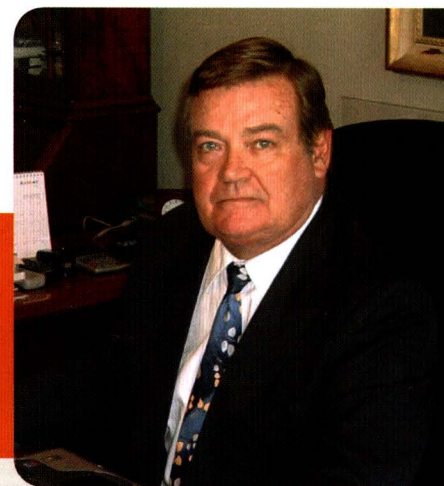
Las rentas de jubilación o vitalicias –la pensión adquirida a las AFP's por las compañías de seguros y en la que el jubilado recibe un estipendio mensual fijo hasta su fallecimiento - produjeron el 2006 unos ingresos por más de 176 millones de dólares, cifra menor a la obtenida el 2005 de 196 millones de dólares y el 2004 de 205 millones.

Este descenso en las colocaciones de rentas vitalicias se debió en gran medida a la terminación del régimen de jubilación anticipada a fines de 2006. Este régimen permitía la jubilación a partir de los 55 años a las personas cuya pensión de jubilación calculada era igual o mayor al 50% del promedio de las remuneraciones percibidas y rentas declaradas de los últimos 10 años. No obstante esta caída, se prevé que las rentas de jubilación y los seguros previsionales crecerán de manera sostenida en los próximos años.

Para Orlando Cerrutti, gerente general de Pacífico Vida, el desarrollo de los seguros personales se basaría, principalmente, en la creciente demanda de pólizas de vida por gente que prefiere estar prevenida ante una fatalidad. "Hay casos de familias que han tenido un evento no deseado: la muerte, la invalidez, la

HAY MUCHO CAMINO POR RECORRER

Raúl de Andrea, Gerente general de la Asociación Peruana de Empresas de Seguros, APESEG.



incapacidad del padre, generador de los ingresos, y cómo de manera automática entran en un espiral de deterioro familiar porque no hay medios para pagar. La gente ya está más consciente de esto y valora el beneficio del producto que lo protege y por ende lo compra".

Otros seguros con alta demanda son las pólizas por incendio y líneas aliadas –que incluyen cobertura contra incendio, terremoto, conmoción civil y daño a la propiedad– que significan unos 130 millones de dólares, es decir, la tercera parte del total de ingresos en ramos generales; y los seguros de vehículos, que representan más de 87 millones de dólares.

De otro lado, el seguro de asistencia médica, con primas superiores a 87 millones de dólares; seguros previsionales, con un monto de 76 millones de dólares; el de vida individual, con 67 millones de dólares; y el SOAT, que pese a generar ingresos por 61 millones de dólares, sus resultados se ven afectados por una siniestralidad creciente y un alto índice de fraudes registrados –como por ejemplo los cobros por supuestos accidentes de tránsito que nunca sucedieron.

En los últimos años, un producto especialmente interesante dentro de los seguros empresariales ha sido el de las pólizas de ramos técnicos que cubren los montajes de las instalaciones industriales, el que ha crecido progresivamente gracias al aumento de inversiones en Perú. Este seguro representó el 2006 un ingreso de más de 40 millones de dólares.

Según cifras de la APESEG al cierre del 2006, los seguros generales o empresariales representan el 55% del total de ingresos de las compañías aseguradoras, en tanto que los seguros de vida conforman el 45%. La rapidez con la

que ha crecido la demanda de estos últimos hace prever que dentro de pocos años los seguros de vida y previsionales excederán a los seguros generales.

Para Raúl De Andrea, gerente general de la APESEG, hay mucho camino por recorrer, más aún, en una economía estable. “Tenemos que desarrollarnos por encima del crecimiento de la economía para poder exhibir una penetración mayor y enfocarnos más en empresas medianas y pequeñas, microempresas y personas de niveles socioeconómicos B, C y D. Las aseguradoras están conscientes de que este es el camino a seguir”.



Cambios positivos

Luego de la liberalización el sector asegurador se benefició de externalidades positivas como una inflación controlada, el crecimiento económico del país, la exoneración del Impuesto General a las Ventas (IGV) a los seguros de vida indivi-

que los seguros de vida y pensiones crecieron 136%. El 2007 se espera un crecimiento de 12% al 15% en los ingresos totales de las aseguradoras.

No obstante estas auspiciosas cifras, lo cierto es que el mercado asegurador peruano es pequeño. La participación de sus primas en el Producto Bruto Interno es de tan sólo el 1.5% del total, a diferencia de otros países como Chile, cuyas primas suman el 4.5% de su PBI; Brasil, con una aportación superior al 3.5%; y Colombia cerca del 3.8%. De la misma manera, la prima promedio por habitante en el Perú de US\$ 35 es baja en comparación con otros países latinoamericanos. En Chile es de US\$ 230, en México y Brasil es superior a los US\$ 100, en tanto que en Argentina está cerca a US\$ 100.



LAS FAMILIAS SON MAS CONCIENTES DE LOS RIESGOS

Orlando Cerruti,
Gerente general de Pacífico Vida.

dual, que permitió a las compañías orientarse hacia la oferta de estas pólizas, y finalmente, la creación del Sistema Privado de Pensiones (SPP) el cual, al ofrecer las pensiones de jubilación, invalidez, sobrevivencia y los gastos de sepelio, afianzó la idea de la previsión de largo plazo.

Otros factores claves fueron las normas dadas por la Superintendencia de Bancas y Seguros (SBS), que fomentaron el demanda de las pólizas de vida y de seguros orientados a las pymes. Por su parte, el MTC dio paso a la creación del Seguro Obligatorio contra Accidentes de Tránsito (SOAT) el 2002 y la aparición de nuevas empresas que modernizaron los canales de distribución.

Estos hechos produjeron un importante aumento de la penetración del sector de seguros. Entre el 2000 y el 2006 las pólizas de ramos generales y accidentes –dentro de los cuales está incluido el SOAT– crecieron 68% en tanto

Potencial de crecimiento

Pese al notable desarrollo de sus operaciones en los últimos años, la penetración del sector asegurador peruano aún es discreta. Dentro del nivel socioeconómico A, poco más del 65% de personas tiene un seguro de asistencia médica, cerca del 50% ha adquirido un seguro de vida y el 60% un seguro de vehículos, cifras que disminuyen en el nivel socioeconómico B, donde sólo un 20% cuenta con asistencia médica, menos del 15% ha comprado un seguro de vida y cerca del 20% posee un seguro de vehículos; y más aún en el nivel C, en el que menos del 10% han adquirido estas pólizas.

Las aseguradoras, con el objetivo de aumentar su participación en todos los niveles socioeconómicos, han iniciado estrategias agresivas para difundir los beneficios del seguro y adecuar sus productos a las necesidades e ingresos de sus potenciales compradores de los niveles socioeconómicos C y D. Para Alvaro Tapia, gerente de división, unidad de riesgos generales, vehículos y SOAT de Rímac Seguros, es cuestión de tiempo, "No podemos cambiar el mercado de la noche a la mañana; es evidente que eso toma tiempo y por ello estamos abocados en llegar a la gente a través de productos que respondan a cada necesidad y que sean accesibles por los diversos públicos".

Para los especialistas en seguros, el primer paso para posicionarse en el mercado es lograr un mayor acercamiento con el público. Por ello, las aseguradoras han ampliado sus canales de distribución. En la actualidad, no sólo venden a través de corredores de seguro, sino también por medio de bancos,

tiendas de departamentos, grifos, distribuidoras de luz, agua y telefonía, y, por supuesto, con su propia fuerza de ventas.

Un segundo paso ha sido adaptar sus productos a las necesidades de los usuarios. Un ejemplo es el Seguro de Red Cerrada para vehículos, el que tiene un costo más bajo y cubre los mismos riesgos de una póliza normal pero la atención de los reclamos se realiza en una red de talleres afiliados, con lo que se tiene un

EL PRIMER PASO PARA POSICIONARSE EN EL MERCADO ES LOGRAR UN MAYOR ACERCAMIENTO CON EL PÚBLICO.

Alvaro Tapia, Gerente de división, Unidad de riesgos generales, vehículos y Soat de Rímac Seguros.



mejor control del costo de las reparaciones. Ese ahorro se traslada al cliente a través de una prima más económica.

Otro caso emblemático es el de los microseguros, seguros masivos de bajo costo y de cobertura reducida que brindan protección a personas y microempresarios frente a riesgos humanos -fallecimiento, sepelio, invalidez permanente- o patrimoniales. Su prima mensual no excede los 10 nuevos soles y ofrecen una indemnización de hasta 10 mil nuevos soles.

Según proyecciones de la SBS existe un mercado potencial de 2 millones de familias, vale decir, 9 millones de personas, que podrían adquirir este tipo de pólizas.

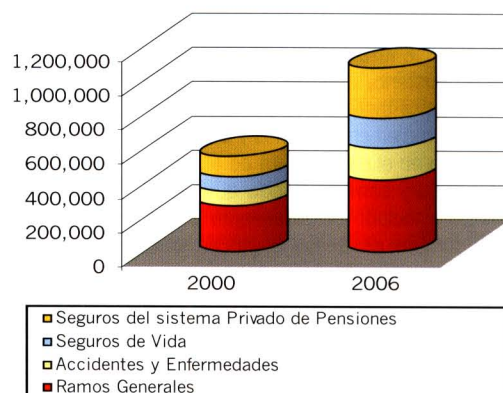
Otro seguro muy demandado es el de sepelio, que cubre los gastos de entierro del contratante. Es una póliza de bajo costo, que se puede adquirir en compañías de electricidad y pagar con la factura de luz.

A la fecha las aseguradoras ofrecen una gama diversa de nuevos productos a precios más accesibles y competitivos, que está haciendo que las personas y empresas se planteen la viabilidad de contar con seguros que respondan a sus necesidades. Sin duda la competencia entre las empresas de seguros permitirá que el mercado siga creciendo y que el público consumidor resulte más beneficiado. 🗨️

GRAFICO: Gráfico de barras con 3 temas: Ramos generales, accidentes y enfermedades y seguros de vida representado 2000 y 2006

Producción por riesgos en miles de dólares

Riesgos	2000	2006
Ramos Generales	265,895	405,649
Accidentes y Enfermedades	86,269	188,413
Seguros de Vida	85,456	176,443
Seguros del sistema Privado de Pensiones	118,944	307,182
TOTAL	558,565	1,079,693



Fuente APESEG

Fuente APESEG