

BancaSeguros: Nuevas Oportunidades de negocios en América Latina

Fernando Ulloa

Chile

Resumen

América Latina está presenciando una nueva forma de hacer negocios de seguros, todos ellos motivados por: los significativos cambios en los sistemas de seguridad social, los mayores índices de crecimiento económico de los países de la zona, las mayores oportunidades de bancarización de la población, los bajos índices de aseguramiento y la presencia global e internacional de grupos financieros, bancarios y aseguradores con experiencias probadas en nuevas estrategias de negocios. Todos estos aspectos contribuyen a la necesidad de los aseguradores de desarrollar nuevos canales de distribución. Todo esto ha traído como consecuencia que cada vez resulte más frecuente oír en nuestra región términos tales como Bancassurance, InsuranceBank, Allfinanz, BancaSeguros; términos comúnmente utilizados para definir las estrategias de aseguradores que tratan de identificar nuevos canales de distribución por agotamiento, o altos costos, de los medios tradicionales y por otra parte, banqueros que ven una fuente de ingresos adicionales a su reducido margen de intermediación.

En este artículo se analiza el desarrollo de esta actividad en Chile, donde se está viviendo una apretada disputa por alcanzar, a través de los seguros tradicionales, cifras de participación de mercado razonables y de acuerdo a la cantidad de Compañías Aseguradoras presentes en Chile. En el artículo se revisa la normativa que regula la actividad, además se hace una evaluación de las reales oportunidades de negocios sobre dicho mercado, se analizan las consideraciones actuariales de los productos que hoy se comercializan y se hace un breve diagnóstico de los hitos más importantes por realizar.

El artículo analizará la capacidad de innovación del mercado asegurador chileno, medirá la capacidad de adaptación de los tradicionales esquemas de comercialización de las aseguradoras sobre los siempre activos esquemas bancarios, revisará también la capacidad de entendimiento de los diferentes actores ante un mismo cliente que busca servicios y productos globales. En resumen, se analizará el comportamiento de una nueva estrategia de ventas para los seguros.

Bancassurance: New business opportunities in Latin America

Fernando Ulloa
Chile

Summary

Latin America is witnessing a revolution in insurance distribution, motivated by many reasons: changes in social security systems, increasing economic growth, and overall low levels of insurance coverage, combined with the presence of international financial groups, banks and insurance companies with proven experience in new insurance strategies. These are all contributing to the pressure for insurance companies to develop new distribution channels. As a consequence, it is much more frequent to hear in Latin America terms such as Bancassurance, InsuranceBank, Alfinanz, BancaSeguros - terms commonly used to define the strategies of insurance companies that try to identify new distribution channels to supplement traditional methods, and bankers that seek an additional source of income to supplement reduced margins.

This article will analyze the development of bancassurance activity in Chile, where bancassurers have gained reasonable market-share at the expense of traditional insurance distribution. The article will review the regulatory activity, the actuarial considerations of the products being sold today, as well as an evaluation of the opportunities for business in the market.

The article will analyze the capacity of the Chilean insurance market to innovate, measure the capacity of the traditional insurers to adapt in the face of the ever active banking sector and, finally, review the ability of the different players to respond to the needs of the client looking for products and services in a global market.

**BANCASEGUROS, UNA NUEVA OPORTUNIDAD DE NEGOCIOS EN
LATINOAMERICA.
UNA VISIÓN DESDE EL MERCADO CHILENO**

Documento preparado por **Fernando Ulloa**
Representante de Milliman Latin America para Chile

En la prensa chilena puede leerse que los Bancos venden el 18% de los seguros que se pueden intermediar por filiales bancarias, terreno que han ganado en solo 4 años, contados desde la promulgación de la modificación de la Ley de Bancos e Instituciones Financieras en noviembre de 1997(1).

Desde entonces se inició una carrera por generar diversas estrategias de bancaseguros, las que en el año 2000, produjeron más de US\$200 millones en primas de seguro intermediadas por entidades Corredoras de Seguros, al amparo de sociedades filiales bancarias de 13 instituciones crediticias, cuya relación de propiedad se muestra en el siguiente cuadro de este documento.

Cuadro N° 1: Sociedades corredoras de seguros filiales de Bancos en Chile.

<u>Filial Corredoras de Seguros</u>	<u>Banco asociado</u>	<u>Aseguradora Asociada</u>
BCI Corredores de Seguro	Banco BCI	AXA Seguros
Santiago Corredores de Seguros	Banco Santiago	Cía. Seguros de Vida Santiago
Citibank Corredores de Seguros	Citibank	No tiene
BBVA Corredora de Seguros	BBVA	BBVA Seguros de Vida
Genera Corredora de Seguros	Financiera CONOSUR	No tiene
Banestado Corredores de Seguros	BANESTADO	No tiene
Banedwards Corredores de Seguros	Banco de A. Edwards	Banedwards Seguros de Vida
Banchile Corredores de Seguros	Banco de Chile	No tiene
Corredora de Seguros Santander	Banco Santander	Santander Seguros de Vida
Corp Corredores de Seguros	Corp Banca	Vida Corp
Scotia SudAmericano Corredores de Seguros	Scotiabank Sudamericano	No tiene
Bice Corredores de Seguros	Banco BICE	BICE Seguros de Vida
BankBoston Corredores de Seguros	BankBoston	No tiene

Fuente: Asociación de Corredores de Bancaseguros

Adicionalmente a las anteriores, existen unas 5 Corredoras de Seguros de propiedad de casas comerciales que también comercializan seguros a sus clientes a través de sus locales de ventas, las que no se encuentran incorporadas a la Asociación de Corredores de Seguros Bancarios, por lo que sus cifras de ventas no se han incorporado en este estudio.

De este modo, tanto en Chile como en el resto de América Latina se está presenciando una nueva forma de hacer negocios de seguros, motivadas por las fuertes reformas económicas introducidas en la región desde principios de los años noventa, que han abierto posibilidades de negocios significativos para los aseguradores nacionales y extranjeros en el ámbito de los servicios financieros.

La estabilización de la situación macroeconómica en la región, la privatización de la mayoría de las empresas públicas, la privatización de los sistemas de previsión social para la vejez, salud accidentes profesionales y enfermedades asociadas al trabajo, han dado lugar a un aumento de la demanda de los seguros privados. No obstante, este proceso global de reformas no ha estado libre de contratiempos, como resultaron ser los impactos de la crisis de México a mediados de los años noventa, también llamada en la región como el “efecto tequila”, o la crisis Asiática a finales de los noventa. Más adelante nos vamos a referir a la actual crisis en el cono sur de América Latina, que tiene a los mercados financieros apostando por el US dólar y contrayendo las economías a tasas bajo el 4% de crecimiento. En suma, los ingresos por primas de seguros aumentaron en la región, entre los años 1990 y 1998, en un promedio superior al 4% real anual, para los negocios de seguros generales.

No obstante lo anterior, la penetración del seguro, tanto de vida como de generales, es significativamente inferior a la observada en los países industrializados. En efecto, mientras en economías más desarrolladas el sector asegurador representa entre el 8% y el 13% del PGB, en nuestra región las tasas no superan el 3%.

En el cuadro siguiente se muestra los niveles actuales de primas de los principales países de la región:

Cuadro N° 2: Volúmenes de primas de seguros en América latina.

País	Prima directa MMUS\$	Participación % en la región	Participación % sobre el PGB
Brasil	11.8	32.2%	2.54%
México	9.2	25.1%	1.54%
Argentina	6.5	17.7%	1.85%
Chile	2.9	7.9%	3.37%
Colombia	1.7	4.6%	1.97%
Otros países	4.6	12.5%	Menos de 1%

Fuente: Asociación de Aseguradores de Chile y FIDES.

Como se puede observar, la penetración del seguro en la región es relativamente bajo, a excepción de Chile, a pesar que el seguro de vida sigue estando poco desarrollado, gracias a las reformas de la seguridad social, tanto sobre las pensiones como en la salud, introducidas en los años ochenta, estos índices muestran que para los próximos diez años se deberá esperar un cambio radical y siga aumentando la demanda de servicios financieros integrales y de productos previsionales algo más complejos.

Pero, ¿qué dio origen en Chile a este cambio?. Básicamente la globalización de los negocios, y en especial en Chile, la necesidad de darle a la banca oportunidades de negocios que por tantos años se le habían negado. La promulgación de la modificación de la ley de bancos tardó mas de cuatro años, largos años que las entidades financieras esperaron por una oportunidad de desarrollar negocios para los cuales ya estaban preparados. En efecto, los bancos en Chile venían comercializando en forma casi exclusiva los llamados seguros de desgravamen (que corresponden a los seguros de vida asociados a los créditos, ya sea por la compra de una vivienda, por el crédito generado por el uso de una tarjeta de crédito, por los créditos de consumo o por las líneas de sobregiro en cuentas corrientes bancarias), y los seguros de incendio de casa

habitación sobre los créditos con hipoteca que ellos financiaban. Este mercado crecía cada año por sobre el ritmo de crecimiento del PGB, sin mucha competencia ya que se producían acuerdos de largo plazo entre los bancos y las compañías aseguradoras en contratos con importantes cláusulas de “participación de los beneficios de mortalidad” y con especiales contratos de recaudación de primas por parte de los bancos.

Revisemos brevemente ahora la parte conceptual de la bancaseguros. Bancaseguros es la definición que se le ha dado al canal financiero utilizado para la distribución de Seguros.

Esta práctica tiene su origen en Europa, en los años setenta, cuando algunas compañías de seguros decidieron empaquetar sus productos en alianzas con entidades financieras, ofreciendo así instrumentos de carácter mixto, como Cuentas de Ahorros con seguros, Cuentas Corrientes con Cheques o Colocaciones a Plazos con Pólizas de Seguros.

Esta forma de integrar servicios financieros ha venido desarrollándose en forma acelerada, principalmente en los países europeos, muy motivados por ventajas tributarias asociadas, siendo de menor medida en Estados Unidos de Norteamérica, Canadá y Latinoamérica, en gran medida por restricciones de carácter regulatorio, especialmente en nuestros países.

En su concepción más amplia, la bancaseguros permite al usuario acceder a todos los productos financieros y de protección de riesgo bajo un solo techo y una sola marca, la de su entidad financiera.

Para motivar y mantener una relación de fidelidad con sus clientes, los bancos y compañías de seguros han estado desarrollando alianzas estratégicas para proveer a sus clientes productos financieros competitivos acompañados de productos de seguros, masivos, simples, fáciles de entender, sencillos y de muy bajo costo, logrando así otorgar múltiples servicios y una alta fidelidad de sus clientes.

En la actualidad el mercado Financiero y de los Seguros en el mundo esta viviendo un cambio vertiginoso. La tendencia internacional, bastante acelerada por el fuerte proceso de concentración

de los servicios financieros, es hacia la cooperación y complementación entre banca y seguros. Sobre este particular punto de vista existen diversas visiones, ambas contrapuestas, en principio por la experiencia vivida en Europa, donde la fortaleza de la bancaseguros ha sido el desarrollo de los productos que se han podido comercializar a través de las redes bancarias, que poco o nada tienen de seguros, en especial por haber utilizado las ventajas de impuestos que brindan los seguros en beneficio de inversiones financieras. Quienes no creen en la bancaseguros para nuestra región aducen el bajo dinamismo de las autoridades gubernamentales para buscar estrategias impositivas que beneficien a los inversores, sin que estas ventajas sean “compensadas” por otro impuesto, que al final terminan pagando los que tienen menos posibilidades de ejercer su opinión o están más lejos de la posibilidad de comprar seguros. Bajo esta perspectiva, los bancaseguradores de hoy en América latina, luchan y se desenvuelven en mercados estrechos y aún sin ventajas impositivas, o al menos como pasa en Chile, donde las ventajas no llegan a quienes compran seguros masivos y de bajo costo.

Entonces, ¿cuáles son los productos que en Chile se comercializan a través de redes bancarias?; la respuesta es simple, tan simple como los productos que se comercializan, aunque en honor a la transparencia, se hace necesario precisar que la bancaseguros en Chile existía desde mucho tiempo a través de los seguros de incendio y de desgravamen, situación ya revisada más arriba en esta ponencia, lo que pasa es que ahora a dichas primas se les llamó de bancaseguros y las corredoras de seguros bancarias pasaron a administrar sus comisiones. Así ya conocemos dos de los productos más importantes para el mercado, el seguro de desgravamen que ante el fallecimiento de un deudor, persona natural, la compañía aseguradora paga el saldo insoluto vigente de una deuda, ya sea hipotecaria, comercial, por sobregiro en su cuenta corriente, o de consumo; el segundo, es el seguro de incendio asociado a los créditos hipotecarios para el financiamiento de viviendas, donde dicho seguro opera como una especie de garantía de pago de la obligación en caso que la propiedad bajo hipoteca bancaria sufra un siniestro de incendio. En ambos seguros el cliente tenía poco que opinar, puesto que era el banco que negociaba tarifas y condiciones directamente con las compañías aseguradoras, muy favorables para ambos, ya que el cliente poca opción recibía para optar por otras condiciones, otra compañía de seguros u otra fuente de financiamiento para la compra de su vivienda, esto es, los costos del seguro eran asumidos por los clientes como parte de las condiciones del crédito que recibían de las

instituciones financieras. Si bien la normativa de la Superintendencia ha buscado la transparencia en este tipo de seguros, los cambios efectivos han sido pocos (4).

A los seguros derivados de los créditos hipotecarios y muy especialmente a los seguros de desgravamen, le siguen en orden de importancia los seguros de vida, luego, los seguros de accidentes, seguidos por los seguros de salud, y finalmente los seguros de hogar y los de autos.

En los seguros de vida se encuentran los seguros temporales o a término de plazo fijo, usualmente anuales renovables en forma automática, previo ajuste en la prima por la edad alcanzada por el asegurado, sus montos son pequeños, y van de los US\$ 12,125 a los US\$ 72,750, generalmente sin suscripción de ningún tipo o con cláusulas de exclusión por pre-existencia. A este tipo de productos se les ha “empaquetado” de diversas formas a objeto de hacerlos atractivos para los clientes, apelando a la responsabilidad familiar, a las obligaciones escolares, a la tranquilidad familiar e incluso se habla de protección integral de la persona y su familia. Las primas se recaudan vía débito en cuenta corriente bancaria, a través de cargo en tarjeta de crédito o vía descuento por nómina, aunque esta última opción es más utilizada por planes colectivos vendidos hacia el interior de las empresas. La cuantía de primas es baja y empiezan en los US\$ 6 mensuales

Mención especial merece la comercialización que un banco realiza de productos con ahorro, en efecto el Banco de Créditos e Inversiones BCI, vende con singular éxito un producto del tipo Universal Life desarrollado en conjunto con AXA Seguros Vida, el seguro fue simplificado al máximo de tal forma que los clientes pudiesen entenderlo y comprarlo, situación que les ha reportado unas 500 pólizas por mes, desde su lanzamiento en el año 1999. En su llamado de atención el seguro del BCI apela a tres conceptos, la flexibilidad, puesto que el cliente decide cuanto aportar cada mes, le permite rescates totales sin cargo alguno en caso de urgencias como cesantía y gasto médico mayor, genera ahorro positivo desde el primer año. El segundo concepto utilizado por BCI es lo práctico que resulta ahorrar, tanto por la seguridad de sus ahorros como por la forma sistemática de dichos pagos. El tercer concepto citado es la conveniencia, ya que el producto BCI entrega cada año una tasa de rentabilidad de oferta, que se encuentra por encima de las opciones de mercado, al utilizar la tasa de rentabilidad del portfolio de la compañía aseguradora, que es superior a la tasa de mercado. El producto es apoyado por un servicio de

postventa donde el asegurado encuentra respuesta a todas sus dudas y requerimientos de información. El sistema funciona con personas entrenadas en el manejo del producto, que acceden a la base de datos de la compañía y así entregar información útil y oportuna. La prima mensual de este producto empieza en los US\$ 25 mensuales, con coberturas empaquetadas que van entre los US\$ 24,250 y los US\$ 48,500.

Después de los seguros de vida, vienen los seguros de Accidentes Personales, una opción muy económica para obtener altas prestaciones por muy poco dinero. En efecto, un plan de accidentes personales vendido a través de la bancaseguros cuesta aproximadamente US\$3 mensuales, en circunstancias que a través de las líneas tradicionales no se obtiene en forma individual por menos de US\$ 5, un sesenta y siete por ciento más que por este medio masivo. Con este nivel de precios, miles han sido los clientes que han comprado seguros de accidentes personales, incluso resulta una buena compra cuando el cliente es presionado por algún ejecutivo comercial del banco. Los planes son de una simplicidad absoluta, solo incluyen coberturas básicas, como el fallecimiento accidental, la invalidez por accidente y excepcionalmente alguna renta por accidente. Aquí los montos pueden ser mayores que los observados en los seguros de vida, llegando a coberturas por sobre los US\$ 100,000 de beneficio.

Luego vienen los seguros de salud que están conformados por coberturas del tipo catastrófico o bien de coberturas de gastos médicos mayores. Para entender la venta de estos productos se debe explicar brevemente el sistema de seguridad social chileno, en particular, las prestaciones de salud. En Chile, conjuntamente con el advenimiento de la Reforma previsional del sistema de pensiones se modificó el sistema de salud al crear las ISAPRE (Institución de Salud Previsional) entidades privadas de giro único orientadas a la entrega de prestaciones de salud mediante el reembolso de gastos o la entrega de bonos de atención. Bajo este esquema se ha venido desarrollando los planes de salud de las compañías aseguradoras, en un principio orientadas al financiamiento de porcentajes de los copagos que se producían entre el valor real de la prestación y el monto pagado por la ISAPRE o por el sistema público de salud. Pero estos planes de venta grupal no han mostrado resultados razonables, es más, sus márgenes son insuficientes y las aseguradoras se han transformado en sociedades de beneficencia, soportando pérdidas en los planes de salud por obtener cuentas de seguros grupales de vida. Luego de vivir esta realidad, se

han volcado hacia los planes de salud del tipo catastrófico, donde se cubre las prestaciones de alto valor o de escasa ocurrencia, en incluso como una “segunda capa” del sistema previsional. Este tipo de producto ha tenido singular éxito a través de la bancaseguros, en especial porque se percibe como un adecuado complemento de la seguridad social, que además llega a todos los estamentos sociales a través de los bancos. En general se venden planes estándar, con coberturas máximas definidas y la aplicación de deducibles por sobre los US\$ 1,200 por evento.

Con los seguros de hogar poco se ha realizado, principalmente por la fuerte competencia que les presenta la propia cobertura de incendio que los bancos “obligan” contratar a todos sus deudores por préstamos habitacionales, ya que el cliente ve en su cuenta mensual el pago de un seguro de incendio, sin saber que solo se le cubre el continente y además que por las características sísmicas de Chile le aumenta cada año, no obstante su deuda decrece con los pagos. El seguro que los bancos instan a contratar a sus clientes es por incendio y en algunos casos con la cobertura adicional de terremoto, aplicados sobre el saldo insoluto de la deuda del inmueble, excluido el valor del terreno. En este tipo de productos los adicionales hacen atractiva la cobertura, pero en bancaseguros el otorgar beneficios adicionales como “asistencia al hogar” demandan la existencia de una amplia y eficiente red de prestadores, que en nuestros países no se puede garantizar. Con estas perspectivas de desarrollo, el seguro de hogar no ha tenido aún su oportunidad.

Finalmente, revisemos los seguros de autos, una cobertura que en términos teóricos debería ser de gran potencial para la bancaseguros, en especial por tres factores, el primero, por los financiamientos que los bancos e instituciones financieras realizan para la compra de vehículos nuevos, el segundo, por la mensualización de las cuotas de seguro de autos que la bancaseguros podía introducir, y el tercero, por la poca penetración que sobre el mercado total había en seguros de autos. En efecto, en Chile la mayoría de las compras de vehículos nuevos se realiza por medio de financiamiento bancario o de los propios distribuidores de autos, por ello era de esperar que se produjera un buen mix comercial entre los distribuidores, los financistas y las compañías aseguradoras, al llegar al cliente como un todo, con mejores condiciones que cada uno de ellos por separado, pero al parecer la estrategia no ha funcionado o al menos los intereses personales han primado por sobre el interés grupal. Por otra parte, el segundo efecto que la bancaseguros tenía por resolver en la venta de seguros de autos era el efecto de cuota contado y de las 10 cuotas

máximo para pagar la prima anual del seguro de autos y lo resolvió, hoy el mercado acepta el pago mensual de las primas de seguros, sin pago de una cuota al principio, sino que aceptando las reglas del juego del pago automático a través del débito en cuenta corriente bancaria o a través de cargo en tarjeta de crédito. Pero lo que era una adelanto para la venta de seguros de autos a través de bancaseguros se hizo una práctica de mercado, hoy todas las pólizas de auto tienen esquemas similares de pago de primas. El tercer efecto tiene relación con el potencial de crecimiento de la industria, debido a las bajas tasas de penetración que sobre el total de vehículos motorizados tenía Chile en el año 1998, el que bordeaba el 40% del total del parque automotor.

Cuadro N° 3. Tasas de penetración del seguro de autos en Chile (en base anual)

Año	Parque automotor	Vehículos asegurados	Penetración
1998	1,926,037	796,107	41%
1999	2,024,510	796,308	39%
2000	2,145,437	825,217	38%
2001, junio	2,250,700	428,423	38%

Fuente: Asociación de Aseguradores de Chile; INE Compendio Estadístico 2000

Lamentablemente las cifras del cuadro N° 3 nos muestran que la acción aseguradora, tanto tradicional como de bancaseguros no ha tenido efectos positivos sobre el parque automotor chileno, observándose un estancamiento en el porcentaje de vehículos asegurados, mientras el parque automotriz ha seguido aumentando a pesar de la fuerte contracción económica que Chile ha estado viviendo por algún tiempo.

A mi entender, la evaluación del potencial de crecimiento de la cartera de autos ha sido errada, debido a que no se consideran los efectos socio-culturales del riesgo. El primer efecto es el costo del seguro, puesto que el cliente lo relaciona con el costo de reposición de su vehículo, esto es, considera el valor de la prima anual y el número de años que tendría que conducir sin siniestros para recuperar dicho monto. El segundo efecto dice relación con la posibilidad de asumir un autoseguro sobre los daños propios, de modo que los costos menores de reparación los asume de su propio costo, ya que le asigna una baja probabilidad de un daño mayor. El tercer efecto tiene relación con la autoconfianza de su capacidad de conducción, puesto que el individuo piensa que

los accidentes no lo pueden afectar, puesto que el conduce a la defensiva y cuidando las reglas de seguridad y conducción.

Adicionalmente a este análisis cultural se debe agregar la situación económica de nuestros países, donde la adquisición de un vehículo es una aspiración que tiene una connotación sociocultural de estatus y por ende el seguro de auto no necesariamente está dentro de las necesidades a satisfacer, por lo menos no lo está antes que otras necesidades de carácter básico.

Esperar entonces tasas de penetración en seguros de autos por sobre las actuales no resultan factibles, ni por su forma de comercializar, ni por la fuerte competencia de los esquemas tradicionales de venta de seguros de autos, ni por los problemas de costos y servicios que las redes bancarias deben asumir.

Pero no todo es negativo en la bancaseguros. Este es un excelente método de comercialización de productos fáciles de entender, sencillos, simples y muy masivos.

Pasemos ahora a revisar las ventajas que observamos en la bancaseguros, según su participación en el acto de asegurar:

PARA EL CLIENTE

- Accede a amplia gama de productos de seguros
- Obtiene productos sencillos.
- Encuentra productos de fácil adquisición
- Compra productos de bajo costo.
- Obtiene facilidad en medios de pago.
- Accede a información consolidada de sus operaciones financieras

PARA LA ENTIDAD FINANCIERA

- Mejora el portfolio de servicio.
- Potencia su negocio bancario.
- Rentabiliza las operaciones bancarias a través de los seguros.
- Da un uso más eficiente a su red.

- Integra servicios financieros.
- Diversifica el riesgo financiero.
- Fideliza a sus clientes.
- Mejora el uso de los activos.

PARA LA ASEGURADORA

- Amplía la gama de productos.
- Aumenta sus ingresos.
- Fortalece la imagen aseguradora.
- Mejora la rentabilidad del mix de productos.
- Accede a mercados no explotados.
- Genera oportunidades de “cross-selling”.
- Genera eficiencias en sus procesos.

La comercialización de la bancaseguros en Chile se realiza principalmente a través de la motivación de las fuerzas comerciales de los bancos que sus filiales Corredoras de Seguros realizan. La motivación va desde la capacitación hasta realizar la venta misma sobre clientes referidos. Si bien la normativa chilena contempla que la venta debe ser realizada por la filial (2), en la práctica, la venta la realiza el ejecutivo comercial del banco, quien es el único componente de esta cadena de ventas que está “cara a cara” con el cliente. Bajo este esquema, la calidad de la venta está sujeta a los incentivos que las redes comerciales de los bancos perciban por su gestión, situación bastante singular, puesto que las comisiones que los productos de bancaseguros generan no tienen puntos de comparación con los incentivos por los productos bancarios, esta situación resulta crítica a la hora de negociar las comisiones de los productos entre la compañía aseguradora y el banco, sobretodo si los planes comerciales no son compartidos o la compañía aseguradora es solo un proveedor del producto, sin participación en el resultado de la gestión comercial del banco.

Otros esquemas de comercialización que los bancos utilizan para comercializar productos de bancaseguros son los procesos de telemarketing, sin que aún tengan significativo éxito, quizás por las estrictas normas sobre la firma de las propuestas por parte de los asegurados y/o contratantes. Este elemento ha sido quizás uno de los frenos más importantes para el desarrollo

del naciente mercado de bancaseguros en Chile. Para salvar esta situación, algunas compañías han optado por grabar en cinta magnetofónica las conversaciones que durante el proceso de venta telefónica tienen con el cliente, es su “firma tecnológica” de la propuesta, aunque no conocemos si este argumento tendrá valor en los tribunales de justicia en caso de litigio (3). El resto de las compañías aseguradoras han optado por contar con ejecutivos comerciales de cierre de negocios o activadores de pólizas, a un costo mucho más elevado, pero a la larga más seguro. Aquí el problema es el tiempo, la activación debe ser realizada en las 24 horas siguientes al acuerdo telefónico de la venta, así la memoria del comprador aún está fresca y esa necesidad que la venta pudo despertar y motivar la acción de contratar un seguro aún está latente.

Ahora revisemos las cifras de ventas que en estos últimos años han logrado las corredoras de seguros bancarias, en especial por el aporte de los seguros semi-cohercitivos, como resultan ser los de desgravamen y los de incendio casa habitación, asociados a los créditos para la compra de vivienda.

Cuadro N° 4: Ventas anuales de las corredoras de seguros filiales de Bancos en Chile.

Filial Corredoras de Seguros	Prima directa al	Prima directa al
	31/12/1999 en M\$	31/12/2000 en M\$
BCI Corredores de Seguro	10,866,858	16,500,225
Santiago Corredores de Seguros	14,599,803	16,061,674
Citibank Corredores de Seguros	10,550,929	12,277,816
BBVA Corredora de Seguros	7,775,152	10,491,811
Genera Corredora de Seguros	15,115,791	10,319,836
Banestado Corredores de Seguros	913,144	9,801,697
Banedwards Corredores de Seguros	6,113,449	9,113,752
Banchile Corredores de Seguros	5,205,715	9,035,369
Corredora de Seguros Santander	1,316,525	8,649,596
Corp Corredores de Seguros	2,918,598	5,685,403
Scotia SudAmericano Corredores de Seguros	3,470,860	3,482,030
Bice Corredores de Seguros	1,477,988	1,773,586

BankBoston Corredores de Seguros	3,250	1,591,353
TOTAL	80,328,062	114,802,147

Fuente: Asociación de Corredores de Bancaseguros

Estas cifras de ventas para el año 2000 representan aproximadamente US\$ 200 millones.

Para concluir esta revisión a la actividad de bancaseguros en Chile, se hace necesario revisar lo que falta por hacer, o al menos revisar las opciones que sobre este mercado se pueden suceder.

En primera instancia es importante ver las operaciones de bancaseguros en régimen normal, sin estar viviendo periodos económicos estrechos como el de hoy, con tasas de crecimiento de la economía chilena por sobre el 6%, como resultó ser en la década pasada, a lo mejor entonces las tasas de caducidad de las pólizas serían menores, las tasas de penetración en autos serían superiores, las ventas de seguros de vida superarían con creces a las obtenidas por los agentes tradicionales, los seguros de hogar serían una oportunidad económica de protección de los bienes y los planes de seguros de vida con ahorro abundarían en el mercado.

También se esperaría nuevos incentivos al ahorro, de modo que tanto los bancos como las compañías aseguradoras puedan ayudar al desarrollo de nuestros países mediante el impulso al ahorro interno, o tal vez, ampliar las opciones de ahorro que los sistemas de seguridad social hoy ofrecen, y que la herramienta de bancaseguros sea el vínculo entre los clientes, los bancos y las aseguradoras.

Gente vinculada al corretaje de seguros bancario, esperan que la autoridad autorice a las corredoras de seguros bancarias para acceder al negocio de las rentas vitalicias, negocio en primas que hoy representan el 70% del total del mercado de seguros de vida, Esta opción es tal vez optimista, debido a la ya fuerte concentración de servicios que han recaído en los bancos, situación que justamente la autoridad está buscando disminuir, al promocionar cambios en el mercado de capitales en el sentido de abrir a diversos actores opciones de ahorro y de financiamiento antes privativos de los bancos.

En fin, el negocio de la bancaseguros en Chile está dando sus primeros pasos, en un ambiente económico difícil, con cambios en diversas normativas, por ello los análisis complejos resultan prematuros, por ello y a mi entender, habría que darle tiempo de consolidación y de adecuación a las nuevas normas sobre el mercado de capitales que se espera se promulguen dentro del año 2001.

Hechos recientes han introducido cambios significativos a la industria de los seguros de carácter masivo, en especial por la liberalización que hizo la Superintendencia de Valores y Seguros a través de la Norma de Carácter General N° 121 del 24 de octubre de 2001, donde autoriza la venta masiva directa de seguros a cualquier entidad que posea base de clientes, siempre y cuando cumplan cuatro condiciones, a saber:

- a) Que sean seguros individuales;
- b) Que, el asegurador los oferte en términos que sólo baste la aceptación pura y simple del asegurado para la formación del consentimiento;
- c) Que, no contenga condiciones de aseguramiento que deban verificarse al momento de contratar; y
- d) Que, las condiciones de la cobertura no difieran de las que se publiciten por el asegurador.

Estos cambios están insertos en la decisión de la autoridad por ampliar los espectros de ahorro interno, al modificar las leyes del mercado de capitales, afectando a la ley de fondos mutuos, la ley de seguros y la ley de previsión.

Para tener una visión del impacto de esta reforma sobre el mercado de los seguros, a continuación vamos a detallar los ajustes normativos que aún están pendientes de realizar, en especial, respecto de la legislación y normativa de seguros:

1. Sistema de evaluación de riesgo de la cartera de inversiones que estime la “máxima pérdida probable” de estas (bajo un criterio de Value at Risk).
2. Exigencia de un patrimonio de riesgo adicional asociado a la “máxima pérdida probable”.
3. Normas mínimas que deben contener las pólizas que se depositen en la SVS.
4. Administración de fondos de terceros, como actividad complementaria al giro de asegurar.
5. Forma, plazos y periodicidad para acreditar requisitos establecidos para el reaseguro en Chile.

6. Forma y periodicidad para cumplir con la obligación de información de los Directorios.
7. Principios, procedimientos, tablas de mortalidad, tasas de interés y otros parámetros técnicos y actuariales para la constitución de reservas técnicas.
8. Reserva adicional por aquellos riesgos cuya siniestralidad es poco conocida, altamente fluctuante, cíclica o catastrófica.
9. Disposiciones y requisitos mínimos para cesiones de reaseguros, para que puedan ser deducidas de las reservas técnicas.
10. Seguros asociados al D. L. N° 3500 (ley de previsión), tratándose de cesiones de reaseguros a reaseguradores extranjeros.
11. Establecer límites porcentuales por sobre el 40% de las reservas técnicas a deducir por las cesiones a reaseguradores extranjeros.
12. Participación en convenios de créditos como título de inversión.
13. Características, reglas y procedimientos a que deben sujetarse las inversiones de renta fija, renta variable e inversiones en el exterior, para ser representativas de reservas técnicas y patrimonio de riesgo.
14. Disposiciones mínimas que deben contener los contratos de arrendamiento con opción de compra sobre un bien raíz no habitacional para que sea considerado inversión representativa de reservas técnicas y patrimonio de riesgo.
15. Límites y condiciones para productos financieros como instrumentos de inversión.
16. Forma en que las compañías aseguradoras podrán efectuar operaciones para la cobertura de riesgo financiero.
17. Forma en que las compañías aseguradoras podrán participar en operaciones de venta corta.
18. Establecer límite entre 3% y 5% para las cuotas de fondos mutuos o de inversión constituidos fuera de Chile.
19. Establecer el límite conjunto entre un 10% y un 20% para la suma de ciertas inversiones que participen en convenios de 2 o más instituciones.
20. Límites de diversificación por emisión, a las inversiones que respaldan reservas técnicas y el patrimonio de riesgo.
21. Normas para que las compañías aseguradoras puedan utilizar los mecanismos de subasta pública de las entidades que se autoricen para ello, para ofrecer, cotizar y convenir contratos de seguros.

22. Requisitos y condiciones para los agentes administradores de mutuos hipotecarios endosables.

Mención aparte merecen las modificaciones que con ocasión de la apertura e incentivo del ahorro previsional voluntario se deben realizar:

1. Autorizar los planes de ahorro previsional voluntario.
2. Establecer los requisitos que deberán cumplir los planes de ahorro previsional voluntario y los procedimientos necesarios para su correcto funcionamiento.
3. Determinar la forma en que las instituciones autorizadas para ofrecer planes de ahorro previsional voluntario, deberán registrar las cotizaciones voluntarias, depósitos de ahorro previsional voluntario y depósitos convenidos, entre otras labores de índole administrativo.

Como se ha citado anteriormente, el mercado de seguros masivos de Chile está enfrentando una profunda reestructuración, habiendo recién empezado, por ello necesitará tiempo para mostrar logros efectivos, que no están en entredicho o que no provengan de negocios vigentes, como ha resultado ser el seguro de créditos.

Además, la bancaseguros necesita de tiempo, sin crisis ni modificaciones legales, necesita de una oportunidad para desarrollar sus potenciales, entonces dar paso a la crítica y a las revisiones exhaustivas de su operación. Esperamos encontrar ahí, las ventajas de una venta masiva, coordinada por entidades de prestigio como los Bancos, amplificada por entidades de servicios, como los distribuidores de energía, de gas, de servicios sanitarios y de empresas de comunicaciones, también estarán presentes las grandes tiendas con su masiva presencia y la cuotización de las compras.

Notas

(1): El texto legal que introdujo oficialmente las operaciones de bancaseguros en Chile indica: “Título IX, Párrafo 1. Sociedades Filiales en el país. Artículo 70.- Los bancos y sociedades financieras pueden constituir en el país sociedades filiales destinadas a efectuar las siguientes operaciones o funciones: a) Agentes de valores, corredores de bolsa, administradoras de fondos mutuos, de fondos de inversión o de fondos de capital extranjero, securitización de títulos y corredores de seguros regidos por el Decreto con Fuerza de Ley N° 251, de 1931, con exclusión de seguros previsionales, todo ello en las condiciones que establezca la Superintendencia mediante norma de carácter general. Las sociedades que realicen las operaciones a que se refiere esta letra serán las regidas por las leyes aplicables a tales materias y fiscalizadas por la Superintendencia de Valores y Seguros. La superintendencia de Valores y Seguros, mediante norma de carácter general, impartirá a las sociedades corredoras de seguros, que sean filiales de bancos o personas relacionadas al banco que actúen como corredores de seguros, instrucciones destinadas a garantizar la independencia de su actuación y el resguardo del derecho del asegurado para decidir sobre la contratación de seguros y la elección del intermediario, estándoles especialmente vedado a los bancos condicionar el otorgamiento de créditos a la contratación de seguros a través de un corredor de seguros relacionado al banco.”

(2): La Superintendencia de Valores y Seguros, mediante Circular N° 1390 el día 20 de mayo de 1998 impartió instrucciones relativas a la intermediación de seguros, las que se interpretaron como una clara referencia a la actividad de los corredores de bancaseguros, cuyas indicaciones fueron: “Esta Superintendencia, en uso de sus facultades legales, en especial lo dispuesto en el artículo 3° letra m9 del D.F.L. N° 251, de 1931, ha resuelto impartir las siguientes instrucciones: 1. Reglas sobre intermediación de seguros en dependencias de terceros. Los corredores de seguros que intermedien seguros en dependencias de otra entidad, deberán celebrar con ella un contrato o convenio, que permita la utilización de las dependencias, dejando constancia que las actuaciones o gestiones relativas a la intermediación, se realizan bajo la exclusiva responsabilidad del corredor. En todo caso, los corredores deberán mantener la independencia de su actividad, evitando confusión con el negocio o servicio que preste la entidad en cuyas dependencias se realiza la intermediación. La promoción, publicidad y oferta de seguros que intermedie el corredor, no podrá estar condicionada a la de productos o servicios ofrecidos por la entidad que proporciona las dependencias. 2. Propuesta de seguros. Los corredores deberán hacer constar por escrito las propuestas de seguros que reciban para su intermediación. La propuesta deberá contener la identificación del asegurado, contratante y beneficiario, si corresponde, del riesgo y materia asegurada, y de todas las condiciones básicas en que se propone la cobertura. También deberá indicarse el nombre y RUT del corredor y de quien intervino por cuenta de él. Adicionalmente, se deberá incorporar, en forma destacada, la siguiente leyenda: <Con la emisión de la presente propuesta, no se obtiene cobertura alguna al riesgo que se procura asegurar. La cobertura comienza a regir únicamente a partir del momento en que esta propuesta sea aceptada por el asegurador y se inicie la vigencia de la póliza>. El corredor deberá mantener copia de la propuesta y proporcionar otra copia al proponente, firmada por el corredor. Será responsabilidad del corredor acreditar el cumplimiento de esta obligación.”

(3): En el poder Legislativo chileno se encuentra en estudio una Ley que permita la firma digital de una serie de documentos.

(4): Efectivamente, la Superintendencia de Valores y Seguros, organismo dependiente del Ministerio de Hacienda dictó el 9 de noviembre del año 1999 la Circular N° 1457 donde imparte instrucciones sobre la información a incluir en las pólizas de seguros; reglas mínimas para seguros contratados en forma colectiva; normas generales de publicidad y; normas sobre promoción, publicidad y ofertas de seguros y de beneficios asociados. En el punto 4: del título II. Sobre reglas mínimas para seguros contratados en forma colectiva se indica: “Tratándose de seguros de desgravamen y de incendio asociados a créditos hipotecarios para el financiamiento de viviendas, otorgados a personas naturales por bancos, instituciones financieras o agentes administradores de mutuos hipotecarios endosables; si la institución que otorga el crédito hipotecario actúa como contratante del seguro, la compañía deberá solicitar a dicha entidad, un mandato expreso firmado por el asegurado deudor del crédito, que autorice a ésta a actuar en tal sentido. En este mandato se deberá señalar además, que el asegurado deudor está en conocimiento que puede contratar los seguros por su cuenta, directamente en cualquier entidad aseguradora o a través de cualquier corredor de seguros del país. Sin este mandato, en los términos señalados, la compañía no podrá incorporar a un asegurado deudor, por un crédito hipotecario determinado, a la póliza colectiva contratada por la entidad que otorga el crédito.”