

Estados Unidos, el motor de la economía mundial, paradigma de actor protagonista en los ciclos económicos y ejemplo de cómo se pueden afrontar y capear las crisis, es calificado también como la tierra de las oportunidades. Su economía, con el mercado asegurador más grande del mundo (1,27 billones de dólares / 980.000 millones de euros), ha sufrido, por su tamaño y características, profundas caídas en la actual situación económica global. Sin embargo, también ha demostrado una gran capacidad de recuperación.



EE.UU., tierra de oportunidades

Texto **Andrés Dulanto Scott**

El estadounidense, con cerca del 30 por ciento de las primas mundiales, es un mercado asegurador profundamente maduro, altamente regulado (con normas diferentes en cada Estado) y es escenario de numerosas catástrofes naturales. A pesar de estas circunstancias, crece año a año y en 2012 sus primas aumentaron cerca de un 2 por ciento, impulsadas por el incremento en las ventas de seguros de renta vitalicia colectiva y el crecimiento de los ramos de salud y accidentes. Además, se da la circunstancia de que la administración de Barack Obama está inmersa actualmente en la reforma del sistema sanitario y del mercado de los seguros médicos.

Según las previsiones que maneja el mercado, los seguros de daños se encarecerán en los próximos años en los Estados en los que suelen producirse más catástrofes. También se prevé que las primas de vida en EE.UU. aumenten ligeramente en sintonía con las posibles mejoras en los datos de empleo y los ingresos de las familias.



El Presidente de MAPFRE, Antonio Huertas, durante su reciente visita a MAPFRE USA.



Sede de MAPFRE
COMMERCE
en Massachusetts.

dores y más de 5.000 agentes que operan con productos del Grupo, que se comercializan a través de más de medio centenar de puntos de venta en centros comerciales, concesionarios y oficinas. A cierre de 2012, el volumen total de primas de las empresas de MAPFRE ya superaba los 2.500 millones de dólares (más de 1.900 millones de euros) en un mercado en el que la aseguradora quiere incrementar su protagonismo.

En este extenso mercado, MAPFRE USA gestiona siete compañías de seguros, mientras que MAPFRE RE, MAPFRE ASISTENCIA y MAPFRE GLOBAL RISKS trabajan para lograr más peso en un país en el que operan hace años.

Después de desembarcar en EE.UU. con MAPFRE ASISTENCIA en 1993 y tras operar durante décadas en Estados como Florida, MAPFRE dio, con la compra de The Commerce Group en 2008, «el gran salto cualitativo y estructural que necesitaba para iniciar su expansión en el país», según destaca el Consejero Delegado de MAPFRE USA, Jaime Tamayo.

también para las aseguradoras

El pasado año, el mercado asegurador estadounidense creció, si bien este incremento fue ligero debido al entorno macroeconómico y los temores que provocó el posible abismo fiscal (*fiscal cliff*), a pesar de la recuperación del sector inmobiliario en el segundo semestre de 2012.

Además, cuenta con un amplio desarrollo en coberturas por daños personales y en salud. Y con que gran parte de la sociedad estadounidense es consciente de que los seguros no sólo son parte de su economía, sino que también son un paracaídas que, aunque no sea necesario abrir, le permite caminar con seguridad hacia sus objetivos, sus proyectos y su desarrollo profesional y personal.

MAPFRE quiere ser una de las grandes en EE.UU.

MAPFRE cuenta actualmente con más de 3.300 trabajadores en Estados Unidos, a los que se unen los más de 1.000 distribui-

dores. Con la mayor inversión de su historia, MAPFRE intensificó su apuesta por competir con fuerza «contra grupos muy grandes tanto en dimensión en primas como en capitalización» en este extenso mercado. En él, sólo las primas de automóviles particulares sobrepasaron los 165.000 millones de dólares en 2012 (127.000 millones de euros), recalca Tamayo, que subraya que «para ser razonablemente competitivos en Estados Unidos hay que alcanzar una cierta dimensión».

MAPFRE figura ya entre las 20 primeras aseguradoras de Automóviles en Estados Unidos por volumen de primas y su filial The Commerce Insurance Company es la mayor aseguradora de Automóviles (con el 28 por ciento del mercado) y Hogar (con el 12) en Massachusetts. En este esfuerzo por aumentar su cuota de mercado, MAPFRE tiene a su favor la diversificación de productos y la experiencia en las operativas que ha aplicado con éxito en más de 45 países.

A cierre de 2012, el volumen total de primas de las empresas de MAPFRE ya superaba los 1.900 millones de euros en un mercado en el que la aseguradora trabaja para aumentar su protagonismo

El Presidente de MAPFRE, Antonio Huertas, el de MAPFRE INTERNACIONAL, Javier Fernández-Cid, y el Consejero Delegado de MAPFRE USA, Jaime Tamayo, en una rueda de prensa celebrada en Massachusetts.



La larga tradición de Commerce en el mundo de las cuatro ruedas estadounidense permitió que, desde 1985, estableciese varios acuerdos comerciales con la Asociación Automovilística Americana (AAA), un referente nacional para los automovilistas del país. MAPFRE tiene varios acuerdos estratégicos con la AAA. Desde principios del siglo XX, esta federación de asociaciones pone a disposición de los conductores diversos artículos útiles para sus viajes (como mapas, guías turísticas o recomendaciones de rutas), al tiempo que facilita a sus asociados el acceso a servicios aseguradores y financieros.

Los asegurados con MAPFRE miembros de la AAA, con más de 50 millones de asociados, tienen descuentos en el pago de sus primas y ampliaciones en sus coberturas sin costes adicionales.

Enmarcado en su peso en el sector asegurador automovilístico y en su fuerte compromiso para mejorar la seguridad de los conductores, MAPFRE ha puesto en marcha en los últimos meses el programa DriveAdvisor en Rhode Island y Oregón, una iniciativa que ofrece descuentos en los seguros de Automóviles a aquellos clientes que utilicen un dispositivo telemático en su vehículo para conocer su forma de conducir. Además, tiene previsto lanzar en Massachusetts antes de que acabe 2013 una versión de este programa adaptada a los conductores más jóvenes.

Estos programas, la apuesta por una estrategia multicanal y la «plena dedicación de sus 2.500 empleados» son algunas de las herramientas que tiene MAPFRE USA para lograr que el Grupo se convierta en «una de las grandes aseguradoras de Estados Unidos», subraya Tamayo.

En un mercado en el que cada Estado regula independientemente la actividad aseguradora (con grandes diferencias en algunos casos) y existen 50 Directores Generales de Seguros o Comisionados, MAPFRE USA tiene licencias para operar en los 50 Estados de la Unión, si bien suscribe negocio activamente en

16 de ellos. Según Tamayo, «todo esto da una idea de la complejidad para operar en este mercado y un buen ejemplo es pensar en las adaptaciones de programación que hay que hacer en los sistemas de gestión Estado por Estado» por parte de MAPFRE USA.

Conocer esa complejidad y las características del mercado estadounidense permite a MAPFRE tener en Massachusetts la «plataforma» para crecer e incrementar su peso en él, como ha manifestado el Presidente del Grupo, Antonio Huertas.

Dentro de esa voluntad por crecer aún más en el mayor mercado del mundo, MAPFRE USA tiene previsto entrar en los próximos meses en el ramo de Vida en Massachusetts. El objetivo de la compañía es alcanzar un volumen total de primas de 2.000 millones de dólares en 2013 (unos 1.550 millones de euros), cota a la que se acercó el pasado año, cuando su beneficio bruto llegó a 128,5 millones dólares (99,5 millones de euros).

Por otra parte, también contempla ampliar los canales de distribución e impulsar la venta *online*, una de las herramientas que utiliza MAPFRE con éxito en distintos países en los que opera.

Captar clientes estadounidenses, objetivo de MAPFRE GLOBAL RISKS

La operativa de MAPFRE GLOBAL RISKS (MGR) en Estados Unidos está actualmente enfocada a prestar servicio a clientes españoles y latinoamericanos con intereses en este mercado. Además, también opera con empresas europeas con presencia en el país norteamericano.

El conjunto de dichas operaciones supuso, al cierre de 2012, un volumen de primas de 8 millones de dólares (6,2 millones de euros), al tiempo que cubre a compañías de muy diversos sectores empresariales, como Acerinox, Telefónica, Riu Hoteles, Abengoa, Indra, Acciona o Iberdrola.

En la segunda fase del proyecto en la que MGR está inmerso se han intensificado los esfuerzos para potenciar la captación no sólo de clientes de MAPFRE en otros mercados, sino la de empresas del mercado local. Debido a su estructuración por Estados, con diferentes regulaciones y requerimientos de operación, su principal operativa se centra en los Estados en los que sus clientes tienen una fuerte presencia, así como en aquellos que presentan un mayor potencial futuro local.

MAPFRE RE, experta en un mercado muy complejo

MAPFRE RE realiza operaciones en Estados Unidos, Canadá y Puerto Rico desde su Centro de Gestión ubicado en Nueva Jersey. Desde allí atiende a 269 clientes y en toda Norteamérica supera los 430 millones de dólares en primas (330 millones de euros). Su política de suscripción se centra en Riesgos de Propiedad, Agrícolas y Automóviles. Además, está estudiando su entrada en el ramo de Vida. La reaseguradora está autorizada para operar en prácticamente todos los Estados y es una gran conocedora de un mercado muy complejo, en el que entró en el año 2000.

Las peculiaridades de éste no se circunscriben sólo al ámbito normativo, ya que también están relacionadas con las características geográficas del país y su tendencia a sufrir catás-

MAPFRE RE está autorizada para operar en prácticamente todos los Estados y es una gran conocedora de un mercado muy complejo, en el que entró en el año 2000

trofes naturales. En la última década ha sido escenario de siniestros como el huracán *Katrina* –la mayor catástrofe natural de la historia de Estados Unidos–, que se suma a los tornados e incluso terremotos que se han padecido en determinadas zonas de Estados Unidos. A estos riesgos naturales se añaden los económicos e industriales, como los grandes accidentes con explosiones acaecidos en plantas petroquímicas.

A pesar de esto, es prácticamente el único mercado del mundo con capacidad para devolver el coste de los siniestros en un tiempo aceptable debido a su gran tamaño y su elevado volumen de primas (1,6 billones de dólares/1,24 billones de euros entre Estados Unidos y Canadá en 2012).

El mercado estadounidense del reaseguro afrontó el pasado año el fuerte huracán *Sandy*, que afectó al suministro eléctrico de la ciudad más poblada del país, Nueva York, durante varios días. A pesar de que *Sandy* incrementó los gastos de las aseguradoras por catástrofes por encima de los de 2011, las pérdidas vinculadas con este huracán estuvieron muy repartidas entre aseguradoras y reaseguradoras estadounidenses y extranjeras.

MAPFRE ASISTENCIA, 20 años en EE.UU.

MAPFRE ASISTENCIA ya cuenta con 950 empleados y 40 millones de usuarios beneficiarios en EE.UU. y es una de las



MAPFRE tiene más de 3.300 empleados en EE.UU.



Trabajadores de MAPFRE USA en la sede central de Webster (Massachusetts).



Empleados de MAPFRE RE en Nueva Jersey.

primeras compañías de asistencia en carretera en el país, en el que opera desde 1993. Ese año se constituyó Federal Assist en Florida con el objetivo de ofrecer asistencia a los viajeros titulares de pólizas MAPFRE que se encontraran viajando por EE.UU.

Tras 20 años operando en el país y con tres líneas de negocio –Asistencia (desde 1993), Riesgos Especiales (desde 2012) y Seguros de Viaje *online* con InsureandGo (desde 2013)–, prestó el pasado año 1,7 millones de servicios de asistencia, gestionó más de 8.500 casos médicos y su volumen de primas alcanzó los 132,9 millones de dólares (102,9 millones de euros).

En asistencia en carretera tiene una especial importancia la adquisición de ROAD AMERICA en 2003. Con la compra de este club automovilístico, creado en 1978, MAPFRE ASISTENCIA extendió sus operaciones con el establecimiento de dos centros de atención de llamadas en las ciudades de Miami (Florida) y Columbus (Georgia). ROAD AMERICA ofrece asistencia a más de 40 millones de usuarios de 120 grandes clientes. Actualmente emplea a más de 900 trabajadores y este año coordinará más de 2 millones de servicios de asistencia en carretera.

El sistema de gestión de ROAD AMERICA permite trabajar desde múltiples Centros de Respuesta con independencia del centro al que se solicite el servicio, logrando así la mejor disponibilidad de agentes para la recepción de llamadas.

ROAD AMERICA se ha convertido en el tercer club automovilístico en EE.UU. y cuenta con una gran experiencia en incorporar nuevos productos al mercado. Entre ellos destacan el servicio de remolque hasta el concesionario de origen, el de

MAPFRE ASISTENCIA, con presencia en el país desde hace dos décadas, prestó el pasado año 1,7 millones de servicios de asistencia y alcanzó un volumen de primas de 102,9 millones de euros



Miembros del equipo directivo de MAPFRE ASISTENCIA en EE.UU. reunidos en Miami con el Director de la Regional Norteamericana, Daniel García Vega.

remolque por colisión o el *secondary towing* (segundo remolque), que garantiza el ahorro de costes para la aseguradora y el traslado rápido de los vehículos accidentados desde los centros de almacenamiento hasta los talleres de reparación.

La tecnología es un elemento clave en el negocio de MAPFRE ASISTENCIA en Estados Unidos. Entre las innovaciones desarrolladas por su Departamento de Tecnología de la Información destaca el sistema LocateMe™, que recibió el pasado año el premio «Silver Stevie» de los American Business Awards, y que fue lanzado en 2011 en colaboración con AT&T. LocateMe™ utiliza un servicio de localización de teléfonos para situar el emplazamiento desde donde se realiza una llamada.

Recientemente se ha puesto en marcha también la aplicación para dispositivos móviles «Drive On», que permite a los usuarios solicitar asistencia en carretera y recibir notificación



Call center de MAPFRE ASISTENCIA en Columbus (Georgia).



nes de texto con actualizaciones del estado de su solicitud en su teléfono móvil.

Además, como parte de su estrategia de diversificación, MAPFRE ASISTENCIA adquirió en 2012 Century Automotive Service Corporation Ltd. Con base en Albuquerque (Nuevo México), Century comercializa productos de garantía para vehículos, principalmente a través de distribuidores y televenta. Cuenta con 36 empleados, más de 1.000 distribuidores y más de 200.000 clientes con productos de protección

automovilística, principalmente en California y otros Estados del suroeste del país.

Para MAPFRE ASISTENCIA esta operación representó un importante paso adelante en su expansión territorial en el mercado estadounidense, donde espera alcanzar el 40 por ciento del volumen de facturación en el área de Riesgos Especiales. Además, actualmente se está desarrollando un programa piloto con MAPFRE COMMERCE para la distribución de seguros de automóviles a través de los concesionarios de Century.

En cuanto a la línea de seguros de viaje, el pasado abril se lanzó la plataforma web InsureandGoUSA.com, que pretende convertirse en un potente distribuidor de seguros de viaje *online* en Estados Unidos. InsureandGo es el líder del sector, y tiene presencia en Reino Unido, Irlanda y Australia.

InsureandGo USA distribuirá pólizas emitidas por MAPFRE COMMERCE, con quien está realizando un esfuerzo conjunto para poder disponer en breve de licencias en los 50 Estados del país para este ramo.

Antonio Huertas resalta la capacidad competitiva de MAPFRE en su visita a EE.UU.

Antonio Huertas visitó recientemente EE.UU., acompañado por el Presidente de MAPFRE INTERNACIONAL, Javier Fernández-Cid, y se reunió con el equipo directivo de MAPFRE USA, además de participar en el Consejo de Administración de la misma, celebrado en Boston. Los directivos expusieron el estatus de los proyectos estratégicos más relevantes, poniendo énfasis en el modelo de distribución multicanal región a región. El Presidente explicó a los medios de comunicación locales las características de MAPFRE y valoró la capacidad de la aseguradora para competir en este mercado con garantías y con el respaldo de su fuerte experiencia internacional. Además, participó en el acto en el que FUNDACIÓN MAPFRE donó 75.000 dólares a United Way, una organización de voluntariado y servicios y ayudas sociales con presencia en 45 países. En su intervención en este acto, Huertas

recordó que MAPFRE COMMERCE ha colaborado intensamente durante más de 25 años con United Way of Webster and Dudley (donde está ubicada su sede central). Además, subrayó que la compañía está orgullosa de seguir apoyando una organización que ayuda a las comunidades locales y aspira a conseguir su bienestar. MAPFRE COMMERCE es actualmente el principal benefactor de United Way of Webster and Dudley, al ayudar a 7.000 residentes locales cada año. Junto con los compromisos de sus empleados, está previsto que las donaciones que lleguen desde la compañía a esta organización este año superen los 140.000 dólares. Además de estas aportaciones, los trabajadores de la aseguradora y sus familias participan en acciones de voluntariado del Día Solidario desarrollado por United Way y MAPFRE. Brian Ravenelle, Presidente de United



Antonio Huertas con el presidente de United Way of Webster and Dudley, Brian Ravenelle.

Way of Webster and Dudley, enfatizó el férreo compromiso de la compañía con la comunidad y valoró que cuando las necesidades son más urgentes, MAPFRE y sus empleados han sabido responder y cambiar vidas. Por estos motivos subrayó estar «orgulloso» de la relación con la aseguradora.