

Intermediarios de seguros y su contribución

a la expansión del mercado de seguros

Los intermediarios de seguros juegan un papel relevante en el desarrollo y desempeño de los mercados de seguros.

Por:

Jimmy Martínez

Asesor externo
FASECOLDA

Dado su conocimiento sobre el cliente, los intermediarios reducen los problemas de información que tiene el asegurador frente al asegurado. También, minimizan los costos de transacción en que incurrirían el asegurador y el asegurado si negociaran directamente¹, por ejemplo, los costos de búsqueda en que realizan los individuos al cotizar seguros en diferentes compañías aseguradoras.

Sin embargo, existe otra dimensión en la que los intermediarios generan valor agregado a los consumidores. Doherty y Muermann (2005) desarrollaron un modelo teórico para explicar cómo los intermediarios ayudan a mejorar la cobertura de los contratos de seguros.

Intuitivamente, estos autores sugieren que los intermediarios actúan como **guardianes de la reputación** de aseguradores y asegurados. Esto permite una ampliación implícita de la cobertura de los contratos de seguros.

Por un lado, los intermediarios monitorean que los asegurados no realicen reclamos fraudulentos, pues esto afectaría su relación con el asegurador y los beneficios que percibe de ésta.

Por el otro, los intermediarios también intervienen para que el asegurador ofrezca un contrato favorable al cliente, se realicen los pagos oportunos en caso de siniestro y se permita una cierta flexibilidad en el contrato. Este último aspecto se refiere a coberturas implícitas de siniestros, difíciles de plasmar en un contrato, pero que cumplen con ciertas condiciones razonables y de aseguramiento² y que permiten generar valor agregado al cliente.

Según los autores del estudio, se pueden encontrar ejemplos de estos esfuerzos extras en el mercado de reaseguro, donde los intermediarios son de gran importancia. Un ejemplo extremo son los eventos del



» Los intermediarios intervienen para que el asegurador ofrezca un contrato favorable al cliente, se realicen los pagos oportunos en caso de siniestro y se permita una cierta flexibilidad en el contrato.

El 11 de septiembre, los reaseguradores respondieron unánimemente a las pérdidas presentadas por los aseguradores sin evocar la cláusula de exclusión en caso de guerra. Esto sugiere que la reputación juega un papel fundamental en el mercado de seguros.

Sin embargo, para poder cumplir satisfactoriamente su papel de cara a los asegurados, los intermediarios necesitan de un importante poder de negociación frente a las compañías de seguros. Dicho poder de negociación lo derivan de su cercanía a los clientes, que les permite influir en su decisión sobre la aseguradora que deben escoger. Esto se constituye en una amenaza creíble que les confiere poder de negociación, ya que implica que el intermediario puede lograr que una parte importante de los clientes de un asegurador, que no se comporte adecuadamente, se vaya a la competencia.

Los autores reconocen que la presencia de intermediarios no es una condición necesaria para lograr la expansión implícita de los contratos de seguros, sin embargo su existencia facilita la coordinación de los asegurados, que resulta necesaria para este fin. Para lograr el poder de negociación requerido por parte de los asegurados se necesitan dos cosas: i) una disposición coordinada de estos para cambiar de compañía de seguros en caso de que ésta no se comporte adecuadamente y ii) de un intercambio de información constante entre los asegurados, que les permita actuar coordinadamente. Ciertamente, los intermediarios facilitan esta tarea.

Dentro de este contexto, Doherty y Muermann (2005) enfatizan la relevancia de las comisiones basadas en las ganancias del asegurador¹ como mecanismo para

lograr que todas las partes del mercado de seguros sean favorecidas. Según los autores, este esquema de comisiones genera incentivos a los intermediarios para defender y favorecer a los clientes. Esto se debe a que se pueden derivar beneficios importantes a futuro, tanto para el intermediario como para el asegurador, de una relación de largo plazo con el cliente.

Por tanto, este tipo de comisiones contingentes permite que los intermediarios utilicen su importante conocimiento del cliente para satisfacer adecuadamente sus necesidades, evitando fraudes y favoreciendo compensaciones razonables y justas, de tal forma que tanto ellos como el asegurador puedan derivar conjuntamente beneficios a futuro.

Finalmente, esta conclusión del estudio contradice los ataques que el antiguo procurador general de Nueva York, Eliot Spitzer, hizo en contra del esquema de comisiones contingentes, sobre la base de que este tipo de compensación fomentaría una colusión desfavorable para el consumidor, entre el asegurador y el intermediario. Dichos ataques provocaron que se abandonara en la práctica este tipo de comisiones. Sin embargo, como lo sugiere el estudio de Doherty y Muermann, estas comisiones son un mecanismo que permite que se amplíe implícitamente la cobertura en favor de los asegurados y que tanto intermediarios como aseguradores se beneficien.

Bibliografía

Doherty, N. y Muermann, A. (2005), *Insuring the Uninsurable: Brokers and Incomplete Insurance Contracts*, "Brokers and the Insurance of Non-Verifiable Losses," Working Paper, The Wharton School.

Martínez, J. y Restrepo, J. F., *El rol de los intermediarios de seguros*, Revista Fasecolda No. 115 (2006), Bogotá, Pág. 34-41.

¹ Ver Martínez y Restrepo (2005) para una explicación en mayor detalle de estos aspectos.

² Doherty y Muermann (2005) sugieren que existen siniestros que no son verificables ex ante, es decir, que no se pueden incluir en un contrato, pero que son asegurables ex post (una vez ocurre el siniestro). Estas deben ser medibles, con una baja correlación entre el siniestro de uno y otro individuo asegurados, el riesgo moral debe ser bajo y el asegurador puede observar la información del asegurado relevante para el proceso de aseguramiento.

³ El esquema de comisiones más común en el mercado de seguros es el que especifica un porcentaje de las primas emitidas como remuneración a los intermediarios. Por el contrario, las comisiones basadas en las ganancias de los aseguradores especifican una remuneración contingente en el desempeño estos (poner tilde a "estos"). Esto genera incentivos para que los intermediarios hagan esfuerzos importantes para lograr un portafolio de clientes estable y que represente una relación lucrativa en el futuro.