

Presidente de Liberty Seguros

## "EL NEGOCIO DE SEGUROS REQUIERE DE UN AJUSTE EN LAS TARIFAS"

*La falta de políticas claras en cuanto al cobro de tarifas impidió estructurar un negocio rentable y seguro para los accionistas de las aseguradoras*

**L**a concentración de la actividad aseguradora en Colombia, a manos de menos jugadores en el mercado, ha sido la tendencia en los dos últimos años debido básicamente a la llegada al país de compañías extranjeras, activas en el negocio a nivel mundial.

Este fenómeno de concentración se ve reflejado en cambios realizados por grupos como Allianz-AGF, que compró el 93% de las acciones de la Aseguradora Colseguros, y Seguros Liberty, que adquirió portafolios de Skandia y Latinoamericana, y más recientemente de Seguros Generales Colmena. Todos ellos decidieron participar en el mercado nacional en momentos en que los indicadores de las compañías de seguros han venido descendiendo hasta acumular grandes pérdidas, según cifras consolidadas del año 2000.

Diferentes exigencias del mercado de seguros como los altos índices de siniestralidad, la normatividad en términos de patrimonio mínimo y márgenes de solvencia, entre otros, han sacado del escenario a diversos grupos financieros e industriales colombianos que optaron por concentrarse en sus negocios iniciales para poder ser competitivos. Tal es el caso de Seguros Colmena que se ha venido especializando cada día más en la Banca-seguros.

En diálogo con la Revista Fasescolda, Mauricio García Ortíz, presidente de Liberty Seguros y presidente de la Junta Directiva de Fasescolda, comentó su percepción actual sobre la industria aseguradora y sus expectativas.

*¿Cuál va a ser la reorientación del sector en un escenario de alta siniestralidad, a causa del desempleo y la violencia en el país?*

Indudablemente, el enfoque que se debe dar al negocio es el de reorientarlo en términos de políticas de suscripción y de precios. Tenemos que evaluar los riesgos, sus dimensiones y asegurarlos de acuerdo con el entorno, de tal manera que se eviten las pérdidas y se fijen unos precios justos, tanto para el cliente que tiene el riesgo como para el asegurador que lo asume.

El tema del reajuste del valor de las primas, teniendo en cuenta el riesgo del mercado, resulta ser la estrategia a usar en estos momentos para contrarrestar los resultados negativos de la actividad aseguradora.

Por ello hemos venido trabajando en el ajuste al sistema de tarificación, ya que la siniestralidad (retorno al cliente por cada peso que asegura), en nuestro país ha crecido en todo lo que tiene que ver con seguridad: automóviles, transporte y suscripción.

*¿Esta situación no era previsible?*

La siniestralidad es previsible, excepto en eventos de la naturaleza, pero la falta de políticas claras en cuanto al cobro de tarifas impidió estructurar un negocio rentable y seguro para los accionistas de las aseguradoras.

Esta situación fue motivada por la competencia maratónica que emprendieron las compañías para adquirir mercado, a partir de 1991, cuando llegó la apertura y tocó al sector asegurador. Algunas de ellas lo lograron bajando las primas.

**Para el presidente de Liberty, Mauricio García, el reajuste en las primas es la estrategia del momento.**



Adicionalmente, la infraestructura de la industria aseguradora colombiana no estaba preparada para atender a este crecimiento y, de otra parte, todas las variables jugaron en contra del negocio: altos gastos de funcionamiento, elevadas comisiones de intermediación y tasas de interés por el piso que disminuyeron los rendimientos de nuestras inversiones.

*¿Qué tanto incidieron las variables que usted menciona en los resultados negativos de la industria y en la necesidad de incrementar las primas?*

Las tasas de interés tienen gran impacto sobre la obtención de los resultados de las empresas. De tasas de interés de 45% anual en 1991 pasamos a otras de 13%, lo cual afecta el margen obtenido en el

al intermediario tradicional o a los bancos, a través de la figura de Banca-seguros, y el incremento de la cartera vencida de las compañías en el 2000 frente al año inmediatamente anterior, son causantes también del comportamiento antes mencionado.

*¿Y las catástrofes naturales?*

La ocurrencia de catástrofes naturales a nivel mundial incide en el alza de las primas. El costo de los insumos, es decir, de los reaseguros, está subiendo y esto se ve reflejado en el precio final de los seguros. El costo es función directa de la prima que se cobre.

En el caso de la catástrofe del Eje Cafetero, las compañías debieron asumir un alto costo. Los índices de siniestralidad

sionales para Fondos de Pensiones, riesgos profesionales y salud.

Según cifras de Fasecolda, mientras que en 1995 la Seguridad Social ocupaba 2.5% del total de la industria aseguradora, en el 2005 ese porcentaje puede llegar a 24% y en el 2010 a 38%. En cifras, esta participación significa pasar de 3.9 billones de pesos constantes, en primas emitidas en el año 2000, a 11.1 billones de pesos en el 2010.

Al respecto, el presidente de Liberty Seguros, compañía orientada a los ramos de seguros generales y de vida, con una participación total de 6% en el mercado, ve en la reforma a la Seguridad Social una oportunidad interesante para el sector asegurador orientado al mercado de las pensiones.

*¿Son las pensiones el negocio del futuro para el sector asegurador?*

La apertura a otros sistemas en 1993 para participar en el mercado de las pensiones, además del Instituto de Seguros Sociales (ISS), abrió una importante oportunidad para el sector asegurador a través del manejo de las rentas vitalicias. Si una persona tiene un ahorro en un Fondo de Pensiones y quiere comprar rentas vitalicias, puede escoger la mejor oferta del mercado.

Adicionalmente, el ahorro individual es el sistema más seguro y, sin lugar a dudas, un negocio del futuro. El problema de las pensiones en el mundo es que hubo un cambio en la pirámide demográfica, en Colombia por ejemplo, mientras antes había alrededor de 10 cotizantes por cada pensionado, se espera que para el 2010 haya un pensionado por cada empleado.

Cabe destacar que la participación de las rentas vitalicias, dentro del sistema de pensiones, aún es muy pequeña porque el producto es muy joven. El negocio en el país empezará cuando las personas que, a partir de 1993 se hubieron cambiado al régimen de ahorro individual, tengan la edad de pensión.



**“Un tema que preocupa es el de los frecuentes cambios en las reglas de juego por parte del gobierno”, aseguró el presidente de Liberty.**

negocio, ya que los recaudos de las compañías deben ser colocados en el mercado a las tasas vigentes del momento.

Los gastos de funcionamiento, por su parte, son otro ingrediente que supone un incremento en las primas. De cada peso asegurado, 25% corresponde a gastos de funcionamiento, cuando en el ámbito internacional, la participación de dichos gastos es de 16%. En un mercado como el colombiano, donde hay tanta competencia, es difícil llegar a este indicador a través del crecimiento propio.

Los altos costos de intermediación que se le pagan a la fuerza de ventas, bien sea

se elevaron tanto que por cada 100 pesos de prima devengada, las aseguradoras debieron retornar 70 pesos al cliente, más todos los gastos de administración y funcionamiento. El resultado general de la industria aseguradora fue negativo, como era de esperarse.

## EL NEGOCIO DE LAS PENSIONES

El mayor interés de la industria aseguradora en los próximos años se concentrará en la Seguridad Social. Las grandes oportunidades para el sector están dadas en el desarrollo de negocios como rentas vitalicias, seguros previ-



## EL SECTOR Y LOS ENTES DE CONTROL

*Los nuevos requerimientos de capital han presionado la salida de algunas empresas del mercado, ¿cómo se está preparando el sector para ello?*

Al sector y a los entes de control les llegó la apertura el mismo día y no estaban preparados. Sin embargo, se han hecho esfuerzos conjuntos por cambiar las variables y las infraestructuras de las aseguradoras para hacer frente a la apertura.

Considero que cambios como los que se preveen en el margen de solvencia, en materia de tesorería o los que se estudian para los resultados técnicos, son positivos en la medida en que presionan a las compañías a producir utilidades y fortalecerse.

Un tema que preocupa es el de los frecuentes cambios en las reglas de juego, que se dan dos o tres veces dentro de un mismo gobierno, lo cual no permite que una compañía logre estabilidad ni proyección tanto en el mediano como en el largo plazo. Tal es el caso de la reciente norma que obliga a las compañías aseguradoras a controlar directamente a sus distribuidores y no a través de la Superintendencia Bancaria.

**“Como producto de la crisis y la liberalización del mercado, el número de participantes en el negocio se continuará reduciendo vía venta o fusiones”**

Esta medida tiene muchos inconvenientes porque en Colombia no hay exclusividad sobre los agentes o agencias de seguros, excepto para una o dos compañías; es decir que la misma agencia que le vende a Liberty lo hace también para otra aseguradora.

Hay que dividir el sector en dos: primero, el intermediario agencia jurídica, que es la agencia mediana o grande y el corredor de seguros, y segundo, el vendedor pequeño, persona natural. Ambos son distintos en toda su concepción y de alguna manera hoy en día las compañías son responsables de su labor frente al cliente.

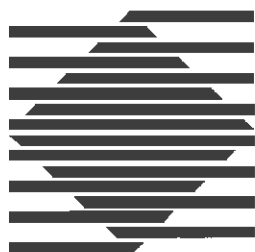
Una supervisión en ese sentido es prácticamente imposible ya que, a mi modo de ver, la vigilancia y el control deben estar en manos del Estado.

*¿Qué están haciendo las aseguradoras para ser competitivas en tiempos de crisis?*

Es precisamente en tiempo de crisis cuando resulta más importante estar asegurado. En Liberty, por ejemplo, estamos trabajando para diversificar y buscar los medios de pagos que faciliten la compra de seguros.

Además, la recientemente creada Banca-seguros está favoreciendo la comercialización de los seguros a través de las redes financieras, acercando el producto a estratos de la población donde antes las compañías de seguros no llegaban. Para el asegurado va a haber una competencia sana, liderada por el servicio al cliente.

Como producto de la crisis, la apertura, la globalización y la liberalización del mercado, el número de participantes en el negocio se continuará reduciendo vía venta o fusiones, lo cual convertirá al negocio en uno mucho más profesional y rentable para sus accionistas. **FB**



**Münchener Rück**  
**Munich Re**