

# La eficiencia en precios y costes, como elementos clave para mantener la competitividad en el seguro del automóvil

RAMÓN NADAL

Director Técnico de Seguros Generales.  
CASER Seguros

Desde finales de 2007, con la crisis, los conductores han dejado más el coche en el garaje en sus desplazamientos cotidianos y también han viajado menos por carretera; de igual forma y coincidiendo con las medidas que se han venido implantando desde Tráfico, como el carnet por puntos, los controles de velocidad y de alcoholemia, y un mayor castigo a las infracciones en forma de multa e incluso con penas de cárcel, los españoles han adoptado hábitos de conducción más prudentes.

También se ha producido un cambio de la demanda hacia productos de seguro con coberturas básicas y por tanto más económicas, que junto con la competencia en precios ha provocado la reducción de prima media consecuencia de la defensa de carteras y una mayor agresividad en la nueva producción para captar clientes rentables de otras compañías al haberse reducido drásticamente la venta de vehículos nuevos e incluso reducido ligeramente el parque de vehículos.

Es lo que ha motivado la caída de primas del total del seguro del automóvil en España desde el máximo de 2007 (12.555 mill €) hasta llegar en 2013 (10.022 mill €) a igualar el registro de 2002, donde representaba la mitad de todos los seguros de No Vida, mientras que actualmente ya solo es un tercio.

En los últimos meses hemos leído y escuchado multitud de noticias referidas al final de años de guerra de precios en el seguro del automóvil, basándose en diver-



sos indicadores adelantados que, desde finales del pasado año, apuntan a un cambio de ciclo en el comportamiento de la siniestralidad esperada, básicamente:

- Incremento del consumo de combustible.
- Aumento de las matriculaciones.

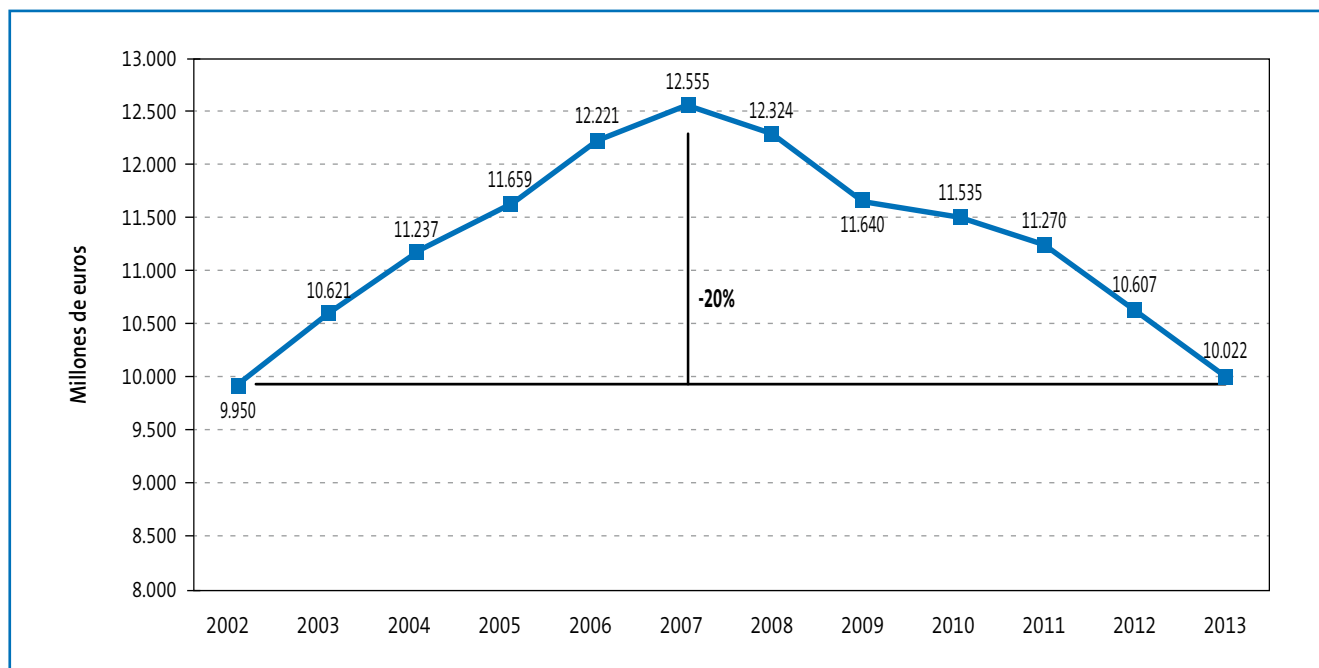
Que implican más kilómetros recorridos con una densidad en la circulación de vehículos superior, y por tanto un incremento de la exposición al riesgo, por lo que es de esperar que la frecuencia de accidente suba de nuevo.

De hecho, ya en este año se ha observado un ligero incremento de los siniestros de daños corporales y de las cifras de víctimas en carretera que publica la DGT que desafortunadamente han dejado de caer.

Todo apunta a que en años sucesivos registraremos un incremento del “burning cost” o carga de siniestralidad en el seguro del automóvil

El último dato de fallecidos a la fecha de marzo 2014, se ha incrementado en más de un 30% respecto el mismo mes del año anterior. Esta tendencia que esperamos no se consolide, sobre todo pensando que la Semana Santa el año pasado se celebró en marzo y que los primeros datos de abril tampoco son buenos.

FIGURA 1. Evolución Primas. Seguro del Automóvil



Fuente: ICEA - Series históricas.

Desde el punto de vista de los costes de siniestralidad, su impacto se ha podido aquilatar por diversas y exitosas medidas de gestión tanto a nivel de cada entidad aseguradora en gestión de proveedores, por ejemplo, como a nivel sectorial con la generalización y gestión automatizada de convenios de daños materiales y corporales. El efecto de la crisis ha permitido contener e incluso reducir los costes medios de daños materiales e incluso absorber incrementos de impuestos, como el del IVA.

Mención aparte merece el Sistema de Valoración de Daños Personales, conocido como Baremo, y que desde su introducción hace casi 20 años, se ha consolidado como elemento clave de estabilización y certidumbre, pero hace ya un tiempo que se evidenció la necesidad de una actualización, en la que el Sector junto con la Administración y las asociaciones de víctimas lleva trabajando desde 2009, y en la que también ha participado activamente el Instituto de Actuarios, representado por su Presidente con el soporte de un grupo de trabajo creado entre sus colegiados.

Resultado del trabajo, la reforma del Baremo aportará sin duda algunos avances significativos:

- Mejora su interpretación acorde con la jurisprudencia.
- Mantiene el mecanismo y la objetivación del Baremo actual y que tantas ventajas ha reportado.
- Aporta certidumbre a los casos de latigazo cervical.

Aunque quedan por despejar cuestiones igualmente relevantes como:

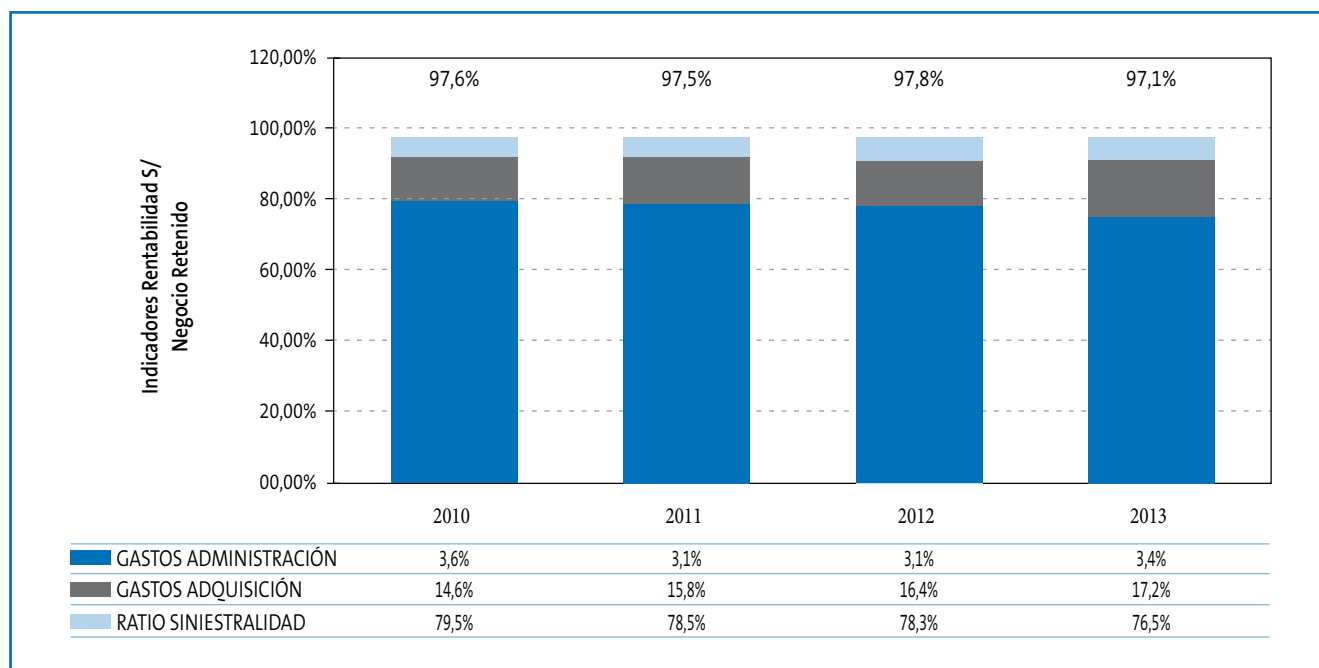
- Mayor complejidad y desglose de conceptos, que podría complicar la negociación de transacciones, con mayor margen de actuación.
- Riesgo inicial de “efecto espera” que retrase y/o encarezca acuerdos transaccionales.
- Mayor coste, especialmente en los casos graves.
- Efecto colateral de aplicación retroactiva en algún caso.

Así es que, tanto desde la vertiente de la frecuencia como del coste, todo apunta a que en años sucesivos registraremos un incremento del “burning cost” o carga de siniestralidad en el seguro del automóvil.

Esta situación que se atisba de más que posible cambio de ciclo no es para nada novedosa, más bien al contrario, por cuanto ya se ha visto en anteriores momentos tanto en nuestro país como en los de nuestro entorno más cercano. Lo que sí va a ser radicalmente distinto es la respuesta que las aseguradoras van a ofrecer al mercado, por cuanto la realidad económica y social de los consumidores ha cambiado radicalmente desde la última crisis del subsector de autos a finales de los 90.

La receta clásica consecuencia de un deterioro de primas y registro de pérdidas, consistente en un saneamiento de cartera y actualización de precios, no es válida o al menos no con carácter general ni como única forma

FIGURA 2. Evolución Ratio Combinado –Negocio Retenido–



Fuente: ICEA - Cuenta Resultados..

de garantizar la rentabilidad del seguro del automóvil, que se ha podido sostener en los últimos cuatro años, aunque la rentabilidad técnica del ramo se encuentra en 2013 ya en el límite, en un 2,9%, sin expectativas de que el rendimiento financiero pueda compensar una mayor reducción.

## La receta clásica consecuencia de un deterioro de primas y registro de pérdidas, consistente en un saneamiento de cartera y actualización de precios ya no es válida

Las nuevas pautas de comportamiento del consumidor, que en los últimos años ha aprendido como acceder al mejor precio de forma recurrente, han afectado a las renovaciones de cartera, el cambio en la estructura de la distribución y el impacto de las nuevas tecnologías en el acceso a la información, las herramientas de movilidad y también la capacidad de almacenar, cruzar y analizar cantidad ingente de datos, nos hace pensar que la solución clásica (precio y selección) no será suficiente.

La prima media de autos lleva diez años en caída, desde los 457 € de 2004 hasta los 340 € en que podríamos terminar este año, lo que representa un 25% menos.

A todo esto, los costes de transformación se han incrementado progresivamente en valor absoluto en el periodo, lo que solo se ha podido sostener por la reducción de

la siniestralidad y una mejor gestión operativa, palancas que se evidencian probablemente ya como agotadas en su recorrido futuro.

Si convenimos que aplicar la receta clásica no será suficiente para equilibrar nivel de competitividad y margen de rentabilidad adecuado para retribuir al capital en riesgo asignado, en un entorno ya más próximo de la nueva regulación sobre Solvencia II, tendremos que desarrollar otras líneas de acción para conseguir optimizar la eficiencia tanto en el proceso de asignación de precios como en el de gestión de costes.

Las líneas de actuación que las aseguradoras de automóviles están considerando son diversas y entre las que merece la pena destacar las siguientes:

- Consideración de la visión cliente en la toma de decisiones, servicios prestados y promoción de la venta cruzada.
- Diferenciación del nivel de servicio prestado y segmentación según el valor esperado del cliente.
- Análisis e identificación de patrones de comportamiento aplicando el “Big Data” a objetivos específicos como la predictibilidad eficiente para mejorar la gestión del fraude.
- Focalización en la retención de los clientes.
- Aplicación práctica de las innovaciones conocidas como Telemática y evolución del seguro del automóvil a un modelo de servicio más que de indemnización.

De entre las anteriores medidas, son especialmente relevantes por su elevado impacto potencial las dos últimas.

Para **mejorar la retención de los clientes**, se planifican y ejecutan medidas que contribuyen a incrementar el margen por cliente, como:

- Incorporar la visión de cliente en la renovación.
- Mejorar los modelos predictivos de prevención de anulaciones.
- Valorar la reacción del asegurado al cambio en la variación de primas mediante modelos de elasticidad de precios.
- Aumentar las iniciativas de venta cruzada a la cartera.
- Aplicar sistemas de retribución variable al mediador en función de la antigüedad de póliza.

Con la intención de conseguir una mayor interacción con los clientes, se están iniciando diversas iniciativas derivadas de las múltiples soluciones que ofrece la **Telemática** tanto para diferenciar la oferta en el momento de la venta, como para promover un uso más responsable del vehículo, como ofrecer unos servicios adicionales de valor añadido, al tiempo que se fortalece la vinculación, y permite una experiencia de cliente más cercana con la aseguradora, y que tiene su impacto en diversos factores clave:

- En la frecuencia de siniestralidad, al reducir la posibilidad del fraude, el número de siniestros corporales leves, y tiende a repeler a los perfiles de mayor exposición al riesgo, además de mejora de los hábitos de conducción.
- Reduce el coste medio de los siniestros al mejorar la gestión y las posibilidades de direccionamiento contribuyen a reducir los costes de reparación.
- Facilita el incremento del número de pólizas en vigor al promover la nueva producción y reducir las anulaciones no deseadas.
- Incrementa el ingreso medio por póliza a cambio de servicios adicionales de alto valor percibido por los clientes.
  - Llamada de emergencia, ante la detección de impactos fuertes que apunten a lesiones graves.
  - Localización del vehículo en caso de robo o hurto.
  - Envío de información sobre utilización y ritmos de conducción.
  - Conexión con los servicios del fabricante ante determinados indicadores de averías.
  - Aplicación para solicitar servicios de asistencia en carretera con geolocalización del vehículo,



interacción con la central de asistencia y rastreo de la grúa en ruta.

- Gestión de flotas, y control de utilización en determinadas franjas horarias.
- Alertas por SMS en caso de conducción agresiva, exceso de límites de velocidad, cambios bruscos de dirección, aceleración o frenado.
- Mantenimiento y diagnóstico de averías y reporte periódico del estado del vehículo, a modo de libro de mantenimiento, incluso de forma enlazada con el fabricante del vehículo.
- Servicios en carretera, como reserva de restaurantes, hoteles, áreas de descanso o localización de todo tipo de necesidades en el transcurso de un viaje.

De conseguir una ejecución eficaz de las anteriores iniciativas, de forma particular a la situación y necesidad de cada aseguradora en concreto, depende que se pueda seguir manteniendo el nivel de competitividad necesario, en un mercado que día a día se va concentrando cada vez más, con dificultades de diferenciación de la oferta y con la necesidad de ofrecer siempre el mejor precio con un producto de calidad, que no puede fallar en el momento nuclear de su razón de ser que es el de la prestación.