

## Análisis del sector asegurador y las diez más grandes

# IMPORTANTE EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE SEGUROS

< POR FÁTIMA SALTOS >

En los últimos años el país ha mantenido un sistema de seguros sólido y en constante crecimiento. Mientras que en 2010 el sistema de seguros registró activos por \$ 849 millones (M) y primas netas emitidas por \$ 1.108 M, en 2014 los activos de las empresas ascendieron a \$ 1.853 M y las primas netas a \$ 1.703 M.

Según información de la Superintendencia de Bancos (SB), en el país existen 35 compañías de seguros, de las cuales siete se especializan en la venta exclusiva de seguros de vida, 13 en ramos generales y las 15 restantes operan tanto en ramos de vida como generales. Tal como se evidencia en el *Gráfico 1*, desde el año 2011 se registran nueve aseguradoras menos, fenómeno que se debe a la fusión y liquidación de ciertas compañías.

En los últimos cinco años, la actividad de seguros en el Ecuador ha mostrado un importante crecimiento en el aumento de productos y servicios a través de la apertura de nuevos ramos de seguros, y en el incremento del volumen de sus operaciones e ingresos.

El crecimiento y la penetración que ha alcanzado esta actividad en pocos años se puede observar comparándola con el producto interno bruto (PIB); en 2010 la participación de las primas netas emitidas con respecto al PIB fue de 1,6%, mientras que en 2014 fue de 1,7%, registrándose el nivel más alto de participación en 2013. Así mismo, respecto a la población del Ecuador, el incremento de la prima neta per cápita ha sido positivo, ya que en 2010, en

promedio se ubicó en \$ 74 por habitante y para 2014 fue de \$ 106, lo cual muestra el grado de profundización que ha alcanzado esta actividad impulsada por la tecnificación de sus servicios, así como por el crecimiento de sus productos y servicios (*Gráfico 2*).

A partir del 14 de septiembre de 2015 y según dispone el Código Monetario y Financiero, la Superintendencia de Compañías y Seguros (SCS) asumirá la competencia del área de seguros, control y supervisión que hasta la presente fecha estaba a cargo de la SB.

Desde 2010 hasta el primer semestre de 2015, los activos de las compañías aseguradoras pasaron de \$ 849 M a \$ 1.887 M, con una tasa de crecimiento promedio anual de 15%. La cuenta más importante del activo son las inversiones, que representan aproximadamente 46% del activo, le siguen en importancia deudores por primas con 23%, deudores por reaseguros y coaseguros con 22% y otros activos con 9% (*Gráfico 3*).

Seis empresas mantienen 52% de los activos, siendo Sucre la más grande con una participación de 15%; le siguen Equinoccial (11%), QBE Colonial (10%), ACE (6%), Pichincha (5%) y AIG Metropolitana (5%).

### RESERVAS TÉCNICAS

Las reservas técnicas son constituidas con carácter obligatorio para hacer frente a los riesgos totales asumidos por las compañías, es decir, la totalidad de



las obligaciones de las entidades con los asegurados originadas por primas emitidas de contratos de seguros; así como por las desviaciones en los resultados y la siniestralidad esperada y se constituyen según la normativa emitida por la Junta Monetaria (JM). La totalidad de las reservas técnicas deben mantenerse invertidas en títulos del mercado de valores, fondos de inversión, instrumentos financieros y bienes raíces, en los segmentos y los porcentajes definidos por la JM.

Mediante Resolución JB-2010-1802 de 22 de septiembre de 2010, la SB determinó el primer cálculo y registro del régimen de reservas a partir del 1 de enero de 2012, razón por la cual, el nivel de reservas técnicas registra un importante crecimiento desde 2012

(Gráfico 4). Mientras que en 2012 se registraban reservas por \$ 384 M, a junio de 2015 el saldo de las reservas es de \$ 653 M, lo cual implica que, en los últimos dos años y medio, las reservas se han incrementado en 1,7 veces.

50% de las reservas técnicas del sistema se encuentra concentrado en cinco compañías: Sucre (16%), QBE Colonial (13%), Equinoccial (10%), ACE (6%) y Pichincha (6%).

VAIVÉN  
EN CRECIMIENTO  
EN PRIMAS NETAS  
EMITIDAS

El importante crecimiento del sector asegurador ecuatoriano se puede evidenciar en el comportamiento de

las primas netas emitidas. En el período analizado las tasas de crecimiento de las primas emitidas por el sector asegurador han sido superiores a las del crecimiento de la economía medida en función del PIB. Como se aprecia en el Gráfico 5, el año 2011 fue el de mayor crecimiento del sector; sin embargo, en 2014 y en el primer semestre de 2015, a pesar del crecimiento de las primas netas emitidas en valores nominales, se evidencia desaceleración en el crecimiento anual, lo cual se puede adjudicar, por un lado, a que el sector ha alcanzado un adecuado nivel de cobertura de las necesidades del mercado y, por otro, a la desaceleración de la economía. De mantenerse la tendencia de emisión de primas netas registradas en la primera mitad de 2015, se podría estimar que el sector se contraería en 7% hasta fin de año.

Es de gran importancia para el sector el mercado de pólizas para la cobertura de vehículos y de comercio exterior, que han sufrido un proceso de desaceleración en los últimos años, por la restricción de importaciones, establecimiento de salvaguardas y aplicación de cupos de importación.

Al primer semestre de 2015, 52% de las primas netas fueron emitidas por seis compañías. La aseguradora con la mayor participación medida en función de las primas netas emitidas es Equinoccial con 11%, le siguen QBE Colonial (11%), Sucre (9%), ACE (9%), Pichincha (6%) y AIG Metropolitana (5%).

A pesar del importante crecimiento registrado en la emisión de primas en el período 2010-2013, el costo de los siniestros creció a tasas superiores, lo cual tuvo como consecuencia que mientras en 2010 el costo de los siniestros representó 18% de las primas netas, en 2013, 21% de los recursos recibidos por emisión de primas se destinó a cubrir el costo de los siniestros. De continuar la tendencia de crecimiento registrada en el primer semestre de 2015, se esperaría que el costo de siniestros a fin de año registre un incremento anual de 17% (Gráfico 6).

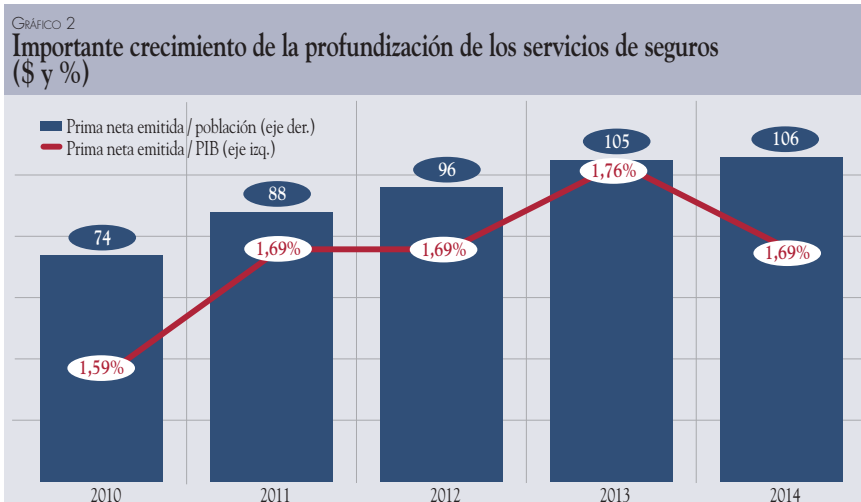
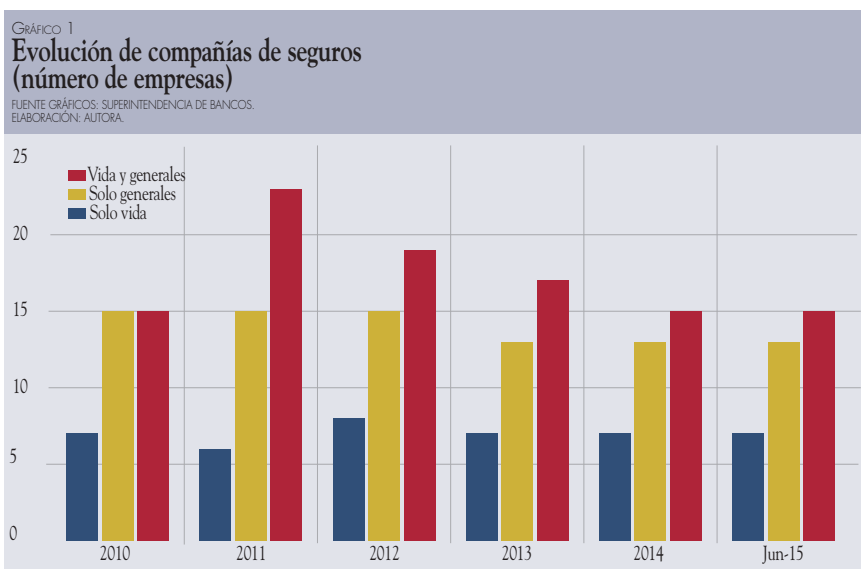


GRÁFICO 3

Importante evolución del activo (millones de \$)

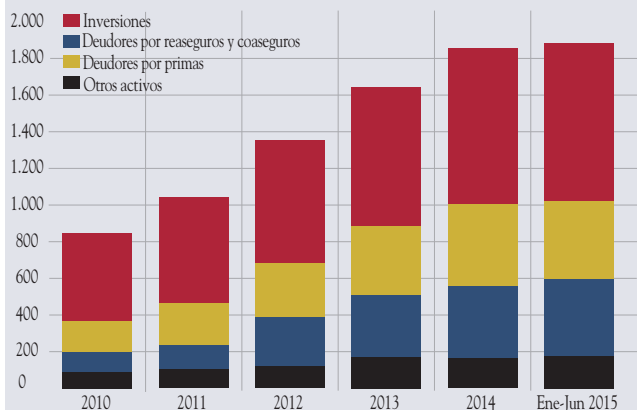


GRÁFICO 4

Crecimiento significativo de las reservas técnicas (millones de \$ y %)

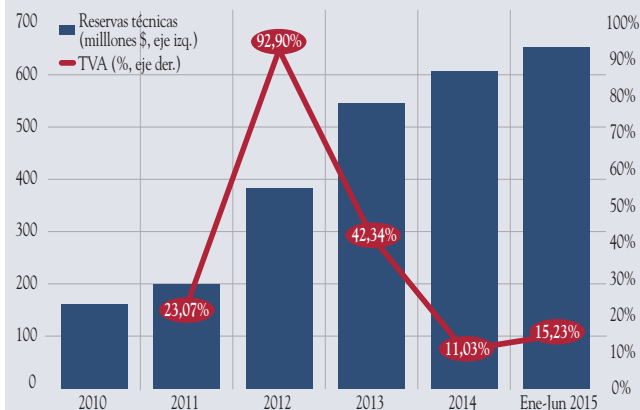


GRÁFICO 5

Desaceleración del crecimiento de las primas netas emitidas (millones de \$ y %)

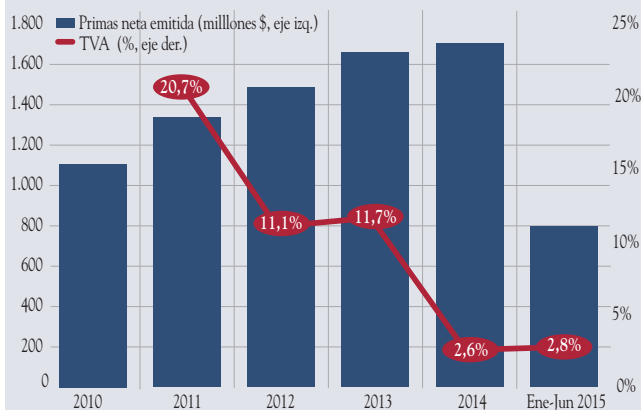


GRÁFICO 6

Crecimiento del costo de siniestros (millones de \$ y %)

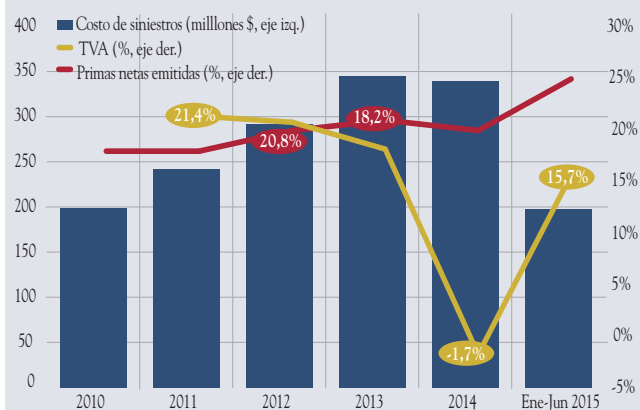


GRÁFICO 7

Comportamiento variable del costo de intermediación (millones de \$ y %)

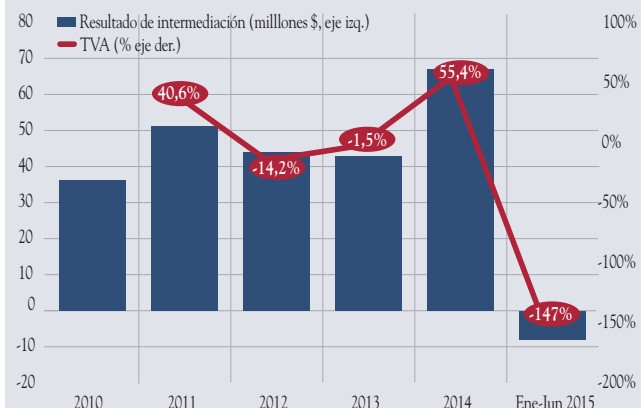


GRÁFICO 8

Crecimiento de la tasa de gastos de operación (millones de \$ y %)



## 2014 EL MEJOR AÑO EN RESULTADOS DE INTERMEDIACIÓN

En 2014 la tasa de gastos de operación medida en función de los gastos de administración más las comisiones netas pagadas con relación a las primas netas fue de 24%; es decir que por cada dólar de prima recibido se destinaron 24 centavos para gastos de operación. En el primer semestre de 2015, el índice se ubicó en 27%, siendo el índice más alto obtenido en el período analizado (Gráfico 8).

## 2014 TAMBIÉN EL MEJOR AÑO POR UTILIDADES

En 2014 el sector de aseguradoras registró utilidades por \$ 70 M, con una tasa de variación anual de 80%, siendo el mejor año para el sector en función de utilidades generadas (Gráfico 9). En el primer semestre de 2015, el sector registra utilidades netas acumuladas por \$ 28 M, con una tasa de variación de -25% con relación al mismo período del año anterior. De mantenerse la tendencia registrada en lo que va del año, el sector registraría utilidades inferiores a las de 2014 pero superiores a las de 2013.

Las aseguradoras que registraron las mayores utilidades en 2014 son Sucre, Pichincha y Equinoccial; mientras que, en lo que va de 2015, Sucre y Pichincha ocupan las primeras posiciones y QBE Colonial se ubica en la tercera posición.

Las utilidades generadas han permitido que la rentabilidad sobre el patrimonio promedio en el período analizado sea de 14% (Gráfico 10).

## NUEVA REGULACIÓN AL SECTOR CON EL CÓDIGO MONETARIO

El Código Monetario y Financiero, publicado en el segundo suplemento del Registro Oficial N° 332 de 12 de septiembre de 2014, establece la nueva normativa aplicable al mercado asegurador ecuatoriano. Entre las principales reformas se anotan las siguientes:

- Se sustituye a la ex Superintendencia de Bancos y Seguros por la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros como el ente de control del sector.
- Los fondos para atender los gastos del órgano de control y los aportes al Fondo de Seguros Privados se obtendrán de la contri-

bución de 3,5% sobre el monto de las primas netas, que podrá incrementarse hasta 5% según lo determine la JM. Las compañías de seguros actúan como agentes de retención.

- El capital mínimo legal para la constitución de las compañías de seguros será de \$ 8 M y para las compañías de reaseguros o que actúen en seguros y reaseguros será de \$ 13 M. El capital pagado deberá ser aportado en dinero y no podrá ser inferior al mínimo legal. El aumento del capital podrá provenir de aportes en dinero (no préstamos o financiamiento concedido por la propia compañía), excedente de la reserva legal, utilidades acumuladas y capitalización de reservas para futura capitalización.
- Las compañías de seguros deberán invertir sus reservas técnicas, sus reservas legales y al menos 60% del capital pagado en títulos de mercado de valores, fondos de inversión, instrumentos financieros y bienes raíces. La JM establecerá los segmentos y porcentajes mínimos de inversión por segmento.

GRÁFICO 9

### Utilidad neta (millones de \$ y %)

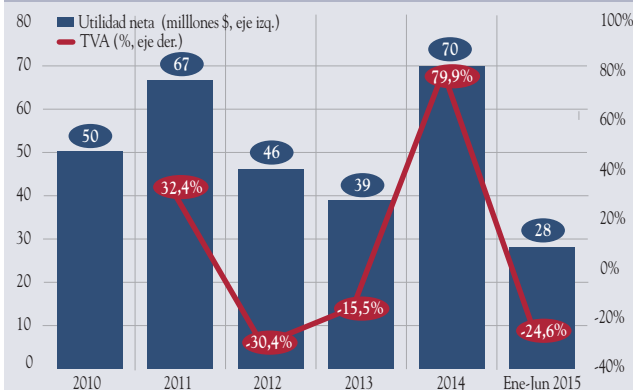


GRÁFICO 10

### Importante rentabilidad sobre el patrimonio (%)



- Se norma el contenido de las cláusulas que contendrán las pólizas y se determina que las tarifas de las primas y notas técnicas de las pólizas tendrán que ser previamente aprobadas por la superintendencia.
- La superintendencia regulará la contratación del reaseguro, definiendo los porcentajes máximos de cesión de seguros y reaseguros por ramo. Mediante Resolución N° 051-2015-F de 5 de marzo de 2015, la JM resolvió que las empresas de seguros y reaseguros que operen en los ramos de vida, accidentes personales, asistencia médica y vehículos deberán retener 95% de la prima neta emitida.
- Se crea el Fondo de Seguros Privados que deberá operar a partir del 1 de enero de 2016.
- Las compañías de seguros deberán aplicar las reformas dispuestas en el Código Monetario en el plazo de 18 meses; es decir, hasta el 12 de marzo de 2016.

En cuanto al nuevo requerimiento de capital establecido en el Código Monetario, 14 de las 35 compañías tienen ya el nuevo capital mínimo requerido (*Cuadro 1*), registrándose un incremento en 2015 de \$ 38 M; sin embargo, las 21 empresas restantes deben realizar aportes adicionales por \$ 77 M para mantenerse operativas en el mercado.

La nueva normativa aplicable obliga a las compañías de seguro a incrementar el capital mínimo requerido, lo cual obligará a que aquellas empresas de tamaño pequeño se fusionen o liquiden en el corto plazo; esto podría reducir el número de empresas entre 30% y 40%. Así mismo, los nuevos requerimientos de reaseguros junto con el impacto de la desaceleración económica podrían tener efectos adversos en el nivel de crecimiento y

CUADRO 1

## CAPITAL MÍNIMO REQUERIDO (\$)

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS.

Capital + reservas especiales (Aportes de accionistas + utilidades retenidas para futura capitalización)

	Entidad	Dic-14	Jun-15	Variación	Déficit de capital mínimo
1	Sucre	32'848.640	43'084.784	10'236.144	0
2	QBE Colonial	23'253.942	24'653.942	1'400.000	0
3	ACE	24'000.698	24'000.698	0	0
4	AIG Metropolitana	20'306.351	20'306.351	0	0
5	Unidos	13'575.296	17'734.179	4'158.883	0
6	Liberty Seguros	17'431.756	17'431.756	0	0
7	Pichincha	15'420.071	15'420.071	0	0
8	Cóndor	12'420.876	13'045.876	625	0
9	Aseguradora del Sur	9'784.495	10'234.356	449.861	0
10	Equivida	8'101.586	9'743.856	1'642.270	0
11	Ecuatoriano Suiza	6'578.544	8'999.151	2'420.607	0
12	Equinoccial	8'529.101	8'529.101	0	0
13	Oriente	8'029.462	8'029.462	0	0
14	Mapfre Atlas	5'000.000	8'000.000	3'000.000	0
15	Confianza	4'327.753	6'942.350	2'614.598	1'057.650
16	Hispana	3'650.210	6'591.740	2'941.530	1'408.260
17	Pan American Life	6'589.786	6'294.475	-295.311	1'705.525
18	Interoceánica	5'523.104	6'035.967	512.863	1'964.033
19	Bupa	5'955.945	5'955.945	0	2'044.055
20	Generali	4'327.440	5'932.715	1'605.275	2'067.285
21	La Unión	3'408.973	5'522.368	2'113.395	2'477.632
22	Constitución	5'326.367	5'326.367	0	2'673.633
23	Rocafuerte	5'181.875	5'181.875	0	2'818.125
24	Sweaden	3'781.472	5'031.173	1'249.701	2'968.827
25	BMI	3'583.792	4'731.158	1'147.366	3'268.842
26	Vaz Seguros	3'750.346	4'624.475	874.129	3'375.525
27	Colvida	4'524.194	4'524.194	0	3'475.806
28	Latina Seguros	4'393.546	4'393.546	0	3'606.454
29	Alianza	3'250.478	3'907.627	657.149	4'092.373
30	Topseg	3'383.137	3'383.137	0	4'616.863
31	Long Life Seguros LLS	1'902.377	1'923.601	21.224	6'076.399
32	Colón	1'676.338	1'676.338	0	6'323.662
33	Balboa	1'300.525	1'570.529	270.005	6'429.471
34	Coface S. A.	1'059.168	1'059.168	0	6'940.833
35	Latina Vida	471.28	471.28	0	7'528.720
	<b>Total sistema</b>	<b>282'648.921</b>	<b>320'293.611</b>	<b>37'644.689</b>	<b>76'919.971</b>



rentabilidad del sector en el corto y mediano plazo.

Al no constar dentro del Código Monetario, quedó fuera del control y regulación de la Intendencia de Seguros y JM el monitoreo a las empresas de salud y medicina prepagada, razón por la cual en el presente análisis no se presenta información sobre ellas. A pesar de que estas empresas prestan servicios similares a los de las empresas de seguros y que se estima existen más de 700.000 afiliados, el sistema de me-

dicina prepagada se realiza a través de sociedades anónimas constituidas bajo las leyes ecuatorianas que, por prestar servicios médicos asistenciales a través del sistema de medicina prepagada, comercializan planes de servicios de salud sin que estos se rijan por los criterios establecidos en el Código Monetario, tales como los requerimientos del contenido de los contratos, reaseguros, reservas técnicas requeridas, requerimiento de capital mínimo, solvencia, liquidez, etc. Estas sociedades son reguladas por

el Ministerio de Salud Pública, la Ley de Compañías y la Ley que regula las empresas privadas de salud y medicina prepagada.

## RANKING DE LAS DIEZ MÁS GRANDES

El ranking de las diez empresas de seguros más grandes en función de las principales cuentas se presenta en el Cuadro 2.

CUADRO 2

### RANKING DE LAS DIEZ EMPRESAS DE SEGUROS MÁS GRANDES

FUENTE: SUPERINTENDENCIA DE BANCOS.

Rk	ACTIVO				
	Entidad	Diciembre 2014		Junio 2015	
1	Sucre	283'426.388	15,3%	283'939.303	15,0%
2	Equinoccial	203'660.828	11,0%	200'267.732	10,6%
3	QBE Colonial	171'868.734	9,3%	184'193.112	9,8%
4	ACE	101'316.780	5,5%	120'758.834	6,4%
5	Pichincha	97'792.966	5,3%	99'902.013	5,3%
6	AIG Metropolitana	82'579.274	4,5%	89'817.542	4,8%
7	Liberty Seguros	87'250.845	4,7%	84'295.548	4,5%
8	Unidos	78'244.708	4,2%	64'018.406	3,4%
9	Mapfre Atlas	58'204.102	3,1%	62'046.414	3,3%
10	Equivida	53'969.604	2,9%	57'594.320	3,1%
	Otros	634'967.927	34,3%	640'128.333	33,9%
	<b>Total sistema</b>	<b>1.853'282.157</b>	<b>100%</b>	<b>1.886'961.558</b>	<b>100%</b>

Rk	PASIVO				
	Entidad	Diciembre 2014		Junio 2015	
1	Sucre	229'214.183	16,7%	227'076.856	16,6%
2	Equinoccial	170'081.787	12,4%	165'346.785	12,1%
3	QBE Colonial	140'355.748	10,2%	149'112.962	10,9%
4	ACE	56'795.600	4,1%	73'315.337	5,3%
5	Pichincha	70'188.373	5,1%	67'082.936	4,9%
6	Liberty Seguros	67'727.482	4,9%	64'092.509	4,7%
7	AIG Metropolitana	55'541.666	4,0%	59'533.736	4,3%
8	Mapfre Atlas	44'433.206	3,2%	47'568.287	3,5%
9	Unidos	57'841.293	4,2%	47'441.014	3,5%
10	Equivida	42'107.187	3,1%	45'009.436	3,3%
	Otros	437'465.007	31,9%	426'212.386	31,1%
	<b>Total sistema</b>	<b>1.371'751.532</b>	<b>100%</b>	<b>1.371'792.244</b>	<b>100%</b>

Rk	PATRIMONIO				
	Entidad	Diciembre 2014		Junio 2015	
1	Sucre	54'212.206	11,3%	50'800.158	10,4%
2	ACE	44'521.180	9,2%	44'522.748	9,1%
3	Equinoccial	33'579.041	7,0%	33'940.289	7,0%
4	QBE Colonial	31'512.987	6,5%	31'512.987	6,5%
5	Pichincha	27'604.593	5,7%	27'604.593	5,7%
6	AIG Metropolitana	27'037.608	5,6%	26'958.350	5,5%
7	Cóndor	20'186.843	4,2%	24'724.579	5,1%
8	Unidos	20'403.415	4,2%	20'403.415	4,2%
9	Liberty Seguros	19'523.363	4,1%	19'411.945	4,0%
10	Aseguradora del Sur	18'803.302	3,9%	18'803.718	3,9%
	Otros	184'146.088	38,2%	188'044.102	38,6%
	<b>Total sistema</b>	<b>481'530.625</b>	<b>100%</b>	<b>486'726.883</b>	<b>100%</b>

Rk	UTILIDAD NETA				
	Entidad	Diciembre 2014		Junio 2015	
1	Sucre	15'164.657	1	6'062.290	1
2	Pichincha	7'349.789	2	5'214.483	2
3	QBE Colonial	2'809.877	10	3'567.164	3
4	AIG Metropolitana	4'188.674	6	3'325.457	4
5	ACE	4'803.101	4	2'920.748	5
6	Generali	1'611.017	14	2'288.860	6
7	Pan American Life	-295.311	33	1'964.326	7
8	Sweaden	1'261.006	15	1'708.506	8
9	Confianza	2'897.882	9	1'583.679	9
10	Latina Seguros	2'204.071	12	1'381.662	10
	Otros	28'427.532		-1'574.744	
	<b>Total sistema</b>	<b>70'422.296</b>		<b>28'442.432</b>	





Rk	PRIMA NETA EMITIDA				
	Entidad	Diciembre 2014		Junio 2015	
1	Equinoccial	175'096.599	10,3%	89'916.257	11,3%
2	QBE Colonial	154'699.695	9,1%	84'166.486	10,6%
3	Sucre	193'540.993	11,4%	75'552.889	9,5%
4	ACE	134'381.591	7,9%	68'971.763	8,7%
5	Pichincha	93'788.291	5,5%	51'306.099	6,4%
6	AIG Metropolitana	81'376.561	4,8%	42'574.348	5,4%
7	Aseguradora del Sur	68'294.790	4,0%	38'073.157	4,8%
8	Equivida	61'488.255	3,6%	34'102.883	4,3%
9	Liberty Seguros	78'281.510	4,6%	30'209.602	3,8%
10	Mapfre Atlas	61'890.631	3,6%	27'814.275	3,5%
	Otros	600'083.672	35,2%	252'905.828	31,8%
	<b>Total sistema</b>	<b>1.702'922.588</b>		<b>795'593.586</b>	

SEIS EMPRESAS  
MANTIENEN **52%**  
DE LOS ACTIVOS, SIENDO  
**SUCRE** LA MÁS GRANDE  
CON UNA PARTICIPACIÓN  
DE **15%**; LE SIGUEN  
**EQUINOCCIAL (11%)**,  
**QBE COLONIAL (10%)**,  
**ACE (6%)**, **PICHINCHA (5%)**,  
**AIG METROPOLITANA (5%)**.

Rk	RESERVAS TÉCNICAS				
	Entidad	Diciembre 2014		Junio 2015	
1	Sucre	87'708.157	14,5%	101'885.880	15,6%
2	QBE Colonial	70'191.397	11,6%	82'483.387	12,6%
3	Equinoccial	56'589.137	9,3%	68'266.666	10,5%
4	ACE	33'291.757	5,5%	37'692.363	5,8%
5	Pichincha	38'549.589	6,4%	36'985.519	5,7%
6	Liberty Seguros	42'489.224	7,0%	35'585.810	5,4%
7	Equivida	26'903.899	4,4%	27'840.067	4,3%
8	Mapfre Atlas	24'216.594	4,0%	24'832.218	3,8%
9	Unidos	16'315.083	2,7%	22'074.289	3,4%
10	Latina Seguros	23'704.975	3,9%	20'824.950	3,2%
	Otros	186'813.420	30,8%	194'644.253	29,8%
	<b>Total sistema</b>	<b>606'773.231</b>		<b>653'115.403</b>	

Rk	RESULTADOS TÉCNICOS				
	Entidad	Diciembre 2014		Junio 2015	
1	ACE	33'118.929	1	16'315.546	1
2	Pichincha	26'556.876	2	15'780.427	2
3	QBE Colonial	15'542.810	6	13'052.097	3
4	AIG Metropolitana	18'427.727	4	9'915.578	4
5	Sucre	21'523.889	3	9'178.833	5
6	Equivida	12'622.194	7	7'134.082	6
7	Equinoccial	17'575.292	5	6'195.837	7
8	Liberty Seguros	7'582.834	9	4'089.175	8
9	Ecuatoriano Suiza	6'417.101	11	3'288.957	9
10	Pan American Life	434.229	31	2'284.896	10
	Otros	53'514.323		6'665.251	
	<b>Total sistema</b>	<b>213'316.203</b>		<b>93'900.679</b>	

Rk	INVERSIONES FINANCIERAS BRUTAS				
	Entidad	Diciembre 2014		Junio 2015	
1	QBE Colonial	64'200.928	9,6%	65'890.577	9,7%
2	Equinoccial	51'360.484	7,7%	61'023.942	9,0%
3	ACE	52'242.823	7,8%	56'577.512	8,3%
4	Pichincha	53'507.941	8,0%	54'904.879	8,1%
5	Liberty Seguros	44'681.747	6,7%	44'281.037	6,5%
6	AIG Metropolitana	42'802.962	6,4%	39'540.512	5,8%
7	Unidos	40'035.446	6,0%	39'462.274	5,8%
8	Equivida	36'320.233	5,5%	38'097.359	5,6%
9	Sucre	45'727.662	6,9%	37'297.296	5,5%
10	Rocafuerte	15'040.974	2,3%	22'139.626	3,3%
	Otros	220'137.456	33,1%	221'933.298	32,6%
	<b>Total sistema</b>	<b>666'058.656</b>		<b>681'148.311</b>	

Rk	SINIESTROS PAGADOS				
	Entidad	Diciembre 2014		Junio 2015	
1	Sucre	58'689.845	8,3%	61'812.338	13,9%
2	Confianza	8'037.954	1,1%	51'256.004	11,5%
3	Equinoccial	76'251.076	10,8%	42'307.909	9,5%
4	QBE Colonial	74'651.046	10,6%	41'790.368	9,4%
5	ACE	42'780.257	6,1%	20'118.810	4,5%
6	Pichincha	30'774.453	4,4%	18'448.208	4,1%
7	Oriente	17'232.942	2,4%	17'843.072	4,0%
8	Liberty Seguros	41'030.124	5,8%	16'857.435	3,8%
9	Aseguradora del Sur	42'363.597	6,0%	15'190.454	3,4%
10	AIG Metropolitana	27'469.102	3,9%	14'573.914	3,3%
	Otros	286'723.317	40,6%	145'523.788	32,6%
	<b>Total sistema</b>	<b>706'003.714</b>		<b>445'722.298</b>	



# Los seguros se apoyan en la tecnología para innovar

POR PAMELA PARRA

Las empresas de seguros se encuentran en un mercado cambiante y lleno de desafíos desde 2013. Sin embargo, pese a las nuevas normativas innovan y crean nuevos modelos de negocio y líneas de trabajo. El desarrollo tecnológico ha venido en su ayuda. Por medio de aplicaciones y canales electrónicos, se promocionan servicios, pólizas y tipos de cobertura. La apuesta ahora son los servicios personalizados y el posicionamiento de marca y producto *online*. La cercanía, la inmediatez y la facilidad de tramitación son hoy los puntos fuertes del negocio para un sector que tiene un índice de asegurabilidad de \$ 117 per cápita en el Ecuador y considera al país como un espacio en expansión.

A medida que avanza la tecnología, también las líneas de negocio se modernizan de acuerdo con las necesidades del mercado. El sector de seguros no es la excepción. De hecho, su medio se desenvuelve precisamente junto con el desarrollo tecnológico y la demanda de los clientes. Hoy en día, un clic no solo sirve para encontrar la mejor oferta en vuelos y hoteles sino que, de la misma manera, se puede cotizar y contratar un plan de cobertura para auto, casa, vida y salud en menos de tres minutos *online*.

Basta con ingresar pocos datos en la web y una gama de posibilidades aparece en la pantalla. El cliente simplemente tiene la potestad de analizar cuál se apega a sus requerimientos y a su bolsillo. Pero esto no nació de la noche a la mañana. El mercado asegurador ha venido innovándose en los últimos cinco años alrededor del mundo; en América del Sur han sido importantes los últimos tres y, en el Ecuador, desde 2013 se han presentado cambios para enfrentar los desafíos del mercado.

Sin embargo, no todo es color de rosa. Los nuevos modelos de gestión están acompañados de nuevas normativas y regulaciones que el sector debe cumplir. Esto no ha impedido que se creen productos innovadores para que el cliente se sienta atraído por asegurar su patrimonio, su vida o su salud.

En el Ecuador, la cultura de seguros aún no pisa tierra firme. Los aseguradores consideran que es un mercado en expansión, aunque con grandes diferencias en comparación con otros países para los cuales los riesgos son entendidos como algo importante y por lo cual el aseguramiento es primordial. El sector, entonces, busca afianzarse, crear conciencia de su importancia en el mercado, ajustándose a nuevas formas de comunicación y apoyándose en la tecnología. La venta de seguros ahora se enfoca en la personalización, la oferta a través de canales virtuales y las cotizaciones inmediatas.

## Una propuesta de valor: la personalización

La individualización de las pólizas de seguros se consolida. Si bien este tipo de iniciativas recorren el mundo desde hace algunos años, comienzan a tener un impacto reciente en el país. Las aseguradoras se preocupan por investigar de una manera más profunda a los clientes o potenciales clientes. Ahora esos sondeos están ligados a herramientas tecnológicas y a canales virtuales que arrojan resultados con mayor precisión. Para ofrecer cierto seguro a un cliente hay detrás una consultoría previa en determinados bienes y servicios.

## Productos nuevos

- **Cotización *online*:** en las páginas web de cada aseguradora hay la opción de cotizar en línea cada servicio. El cliente debe colocar datos básicos dependiendo del tipo de seguro que requiere. La oferta se enfoca principalmente en autos (nuevos y usados), bienes y salud. Incluso hay páginas especializadas como seguros123.com y seguros.com que anuncian en línea las cotizaciones. Se basan en tres pasos, independientemente del tipo de póliza:

1. Recolectan información del titular (edad, género, correo electrónico).
2. Presentan las ofertas arrojadas por el sistema (desde la más económica hasta la de mayor cobertura).
3. Dan la opción de pago (puede ser por transferencia bancaria o con tarjetas de crédito).

Las páginas especializadas están avaladas por la Superintendencia de Compañías y no dependen de las aseguradoras, son más bien un vínculo entre ellas para adherir clientes. El sector asegurador apostó por este método. Para el gremio es importante afianzar la marca, por lo que este producto se apega a un parámetro fundamental: la inmediatez. El cliente puede cotizar en su celular o en su computador personal, analizar el de mayor conveniencia y pagar de igual forma por medios electrónicos en ese instante.



seguros.es  
el comparador de seguros

**Seguros de coche baratos**



Usa nuestro comparador de seguros y ahorra hasta 500€

Calcular precios

- **Seguro por \$ 1 diario:** los productos nuevos son variados. Por \$ 1 diario, las empresas del ramo aseguran viviendas y autos. Esto, según el gremio, es para facilitar el financiamiento del cliente para el seguro y a la vez para hacerle notar que, por ese valor que puede gastarse en golosinas durante el día, evita perder sus bienes. En caso de robo, incendio, terremoto o inundación, la vivienda está cubierta si el cliente contrata este servicio. Es preciso analizar la póliza en la aseguradora, pues por el costo, la cobertura es limitada en este caso. Justamente, en este sentido, el impacto de las coyunturas es importante. Por ejemplo, una posible erupción de volcán es una oportunidad para que el cliente sienta la necesidad de proteger su espacio; la aseguradora lo intuye y lanza publicidad para captar potenciales compradores.
- **Chat en línea:** es un campo explorado por algunas empresas. Sin embargo, en las compañías aseguradoras, el chat está enfocado en atender rápidamente las necesidades y los requerimientos. En el caso de un siniestro, la asesoría de la empresa es trascendental, pues generalmente el usuario desconoce los pasos a seguir si ocurriera un accidente, un incendio, un robo y demás. De igual forma, la línea 1800 recibió un fuerte empujón en los últimos dos años, se la potenció precisamente para ayudar al consumidor de una manera inmediata. A través de estos dos canales, el usuario recibe ayuda paso a paso en su cotización o en el reclamo de una cobertura.
- **Reporte de siniestros en línea:** los portales de las empresas de seguros eliminan paulatinamente papeleos y trámites largos para el reclamo de un seguro. Algunas ofrecen el servicio de reportar siniestros *online*. En este caso puede hacerlo el mismo cliente o el corredor de su seguro. El portal de servicios da varias opciones de reclamo y se deben llenar algunos datos, entre ellos: nombre, teléfono, correo, fecha del siniestro, número de póliza, descripción del incidente e

incluso se pueden añadir fotografías. El propósito es ahorrar tiempo y dar trámite a través de la web. Ya una vez reportado el incidente, el cliente puede acercarse a las agencias.

- **Seguimiento de siniestros en *app*:** antes el cliente debía llamar, acercarse a la aseguradora o contactarse con el *broker* (persona que vincula a la aseguradora con el cliente) para saber qué ocurriría con los trámites de reembolso o reclamo de seguro. Las aseguradoras ahora brindan ese servicio a través de aplicaciones para el celular. Se han creado *apps* para que el usuario se conecte por medio de una contraseña y haga el seguimiento y las consultas que requiera sobre determinado siniestro o seguro. Estas pueden instalarse en teléfonos Android y Apple sin costo.
- **Seguros a través de otras empresas:** compañías de telefonía celular, prendas de vestir y otros artículos se contactan con los clientes para ofrecer seguros por robo o seguros de salud, específicos por personas. Estos nuevos productos se realizan con el aval de aseguradoras. De acuerdo con los estudios de mercado de las empresas, este tipo de pólizas

se puede ofrecer a determinados grupos de clientes, dependiendo de la edad y otros parámetros.

- **Para robos, asaltos y “secuestros exprés”:** las aseguradoras han analizado durante los últimos años la necesidad de proteger a los ciudadanos en caso de robos, asaltos y ahora “secuestros exprés”. Una suma mensual le cubre al cliente si se presenta alguno de estos casos. De hecho, en el seguro de auto se pueden encontrar cláusulas que protegen, en el caso de robo del vehículo, montos que haya tenido en la billetera por valores adicionales.
- **Las novedades:** en cuestión de seguros personalizados, la tecnología marca una pauta importante. En este sentido, alrededor del mundo, empieza a notarse un efecto en la conexión de la información. Internet de las cosas es un paso agigantado y es la novedad dentro de la rama de seguros a futuro. Las aseguradoras internacionales ya no ven a la póliza personalizada como el último avance. Conocer en detalle y por medio de varios artículos la preferencia, los horarios de uso, los accidentes que sufre una persona puede ayudar a crear seguros más específicos.

Muchos de los servicios se pueden realizar, hoy en día, vía *online*.

The screenshot shows the website for Seguros del Pichincha. At the top, there is a navigation bar with the company logo, contact information (1800 400 400), and search options. Below this is a secondary navigation bar with links to 'Seguros del Pichincha', 'Prestadores de Servicios', 'Personas que se Preocupan de Personas', 'Servicio al Cliente', and 'Noticias'. The main content area is titled 'Servicios On line' and is divided into three columns: 'Personas', 'Corporativos', and 'Brokers'. Each column lists various services such as 'Productos', 'Consulta tu Póliza', 'Aviso de Siniestro', 'Formularios', and 'Módulo Educación Financiera'. To the right of these columns is a 'Servicio al Cliente' section with options like 'Buzón de Sugerencias', 'Documentos Electrónicos', 'Información Cliente', and 'Chat en Línea'. At the bottom, there is a 'Blog de Prevención' section with two featured articles: 'Beneficios de la Manzana' and 'Beneficios del Ejercicio Físico'. The footer includes social media icons for Facebook and Twitter, and the text 'SIGUENOS'.

Adiós al papeleo tras un accidente: nace la app para hacer el parte amistoso.

**Descarga gratis LibertyAsist tu App de Asistencia Vehicular.**  
Servicio exclusivo para clientes de Liberty Auto.

Available on the App Store

¿Cómo puede lograrse? A través de chips y dispositivos en aparatos electrónicos, en prendas de vestir, en indumentaria para el hogar. Internet de las cosas puede ofrecer al cliente, por medio de correos, prendas de vestir específicas tras instalar un chip en la lavadora y en una camisa. Tras un número tal de lavadas, la lavadora indica a una empresa de ropa que el usuario requiere nuevas ofertas. Esta tendencia será incluso valorada en el Congreso Anual de Seguros que se realizará en Brasil este octubre. La meta es que, por medio de estas nuevas plataformas, el sector asegurador se mantenga a la vanguardia.

### La cultura del seguro

Pese a que en el Ecuador todavía no existe una afianzada conciencia por proteger bienes y salud, se registra una asegurabilidad de \$ 117 por persona. De acuerdo con el último censo, 80% de la población se mantenía sin ningún tipo de seguro. El gremio calcula que el porcentaje ha aumentado, pero que no llegaría a 60% de la población, en cuyo caso la mayoría sería de seguros de vida y asistencia médica. Eso, pese a que unos de los seguros más solicitados en el país es el de autos nuevos y usados. A este le sigue el de vivienda y el de salud (para las aseguradoras que los ofertan).

En el Ecuador hay un fuerte gasto en salud. Los estudios del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos reflejan que en dos años las familias ecuatorianas gastan aproximadamente \$ 179

Posibles clientes pueden acceder con libertad a los servicios sin la insistencia de vendedores.

BIENVENIDO A ASEGURADORA DEL SUR

Durante tu visita te guiaré a través de la página para atender tus necesidades.

COMENZAR

es más fácil presionar

millones en estos servicios. Destinan más de 50% a productos farmacéuticos, 15% a servicios médicos, 13% a hospitalarios y el resto a servicios dentales, paramédicos y terapéuticos.

En 2014, 35 aseguradoras presentaron sus cifras. De ellas, 27 prestan servicios generales y ocho brindan seguros de vida. En este sentido, el experto en seguros **Marcelo Saá** considera que poco a poco se ha generado una conciencia en el país, pero no es comparable a la asegurabilidad en otras naciones como Chile, México y países europeos.

Por eso, a través de marcas, se intenta dar más valor al hecho de contar con una protección. Hoy incluso se ofrece servicio para deportistas y estos “microseguros”, como los llaman los expertos, causan gran expectativa.

### Cuatro grandes retos

Grandes cambios se han registrado desde 2013 en el mercado asegurador del país. Sus principales actores afirman que, incluso desde 2010, hubo un giro en el sector. Paulatinamente desapare-

cieron compañías y otras se fusionaron para consolidarse. De 42 hoy quedan 38, aunque 35 presentaron sus balances a finales de 2014. El crecimiento en el mercado disminuyó de 12% a 7,5% a partir de 2013. La restricción a la importación de vehículos también puso un freno al incremento. Todavía están pendientes transformaciones que el sector deberá afrontar, normativas a las cuales apegarse y reservas de capital que tendrá que acumular para seguir funcionando.

La eliminación del seguro obligatorio de accidentes de tránsito (SOAT), el Código Monetario, las modificaciones en la Ley de Incentivos a la Producción y los cambios de la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera (JPRM) son los desafíos que atraviesan para operar. La supresión del SOAT, en vigencia desde febrero de este año, fue un duro golpe. Este había movido alrededor de \$ 1.702 millones en primas durante 2014. Su participación en el mercado asegurador era de 3,6% y registraba \$ 60 millones anuales para el sector. Con su desaparición,

las empresas privadas se ingenian para sustituir su representación dentro de sus ingresos.

El gremio consideró abrir otras líneas de negocio para cubrir los ingresos del SOAT. Hay mayor énfasis en pólizas para vehículos, seguros personalizados, seguros para familias, para negocios... Pero esta no es la única traba. Según lo estipulado en el Código Monetario, el capital que debe tener una empresa de seguros es de \$ 8 millones y \$ 13 para una empresa de reaseguros. La normativa establece que los fondos para atender los gastos del órgano de control del área de seguros privados se obtendrán de la contribución de 3,5% sobre el valor de las primas netas de seguros directos, las que podrán aumentarse hasta 5%, por resolución de la JPRM.

La medida posiblemente traerá iliquidez en algunas empresas. El gremio augura que, hasta marzo del próximo año (plazo para el cumplimiento de esta regulación), consecuentemente habrá la fusión e incluso el cierre de algunas compañías en el mercado ecuatoriano que no logren completar esta reserva obligatoria.

A esto se suma también la reserva de 80% de la prima del cliente para cubrir los riesgos en el caso de un siniestro. Es decir que las empresas aseguradoras deben suplir todos los gastos con 20%. A través de la Ley de Incentivos a la Producción, se impulsa a las empresas aseguradoras a ampliar su soporte de riesgos, alejando a las reaseguradoras internacionales. En estas, las empresas de seguros amparaban cierta parte de los riesgos. Lentamente, se prevé que con estas regulaciones vaya reduciéndose ese ejercicio.

El sector está pendiente de las resoluciones de la JPRM que aún están por definirse. Paralelamente, se analizan otras dinámicas que aviven el mercado. Por lo pronto, las aseguradoras confían en que se tomarán decisiones que no las perjudiquen y que fomenten una cultura de seguros que sea firme y comparable con mercados internacionales.

## ¿Cuáles son las innovaciones? ¿Cómo se afianzan en el mercado?

Algunas empresas cuentan sus experiencias

### SEGUROS ORIENTE

Nuestro éxito se basa en adaptar nuestra oferta a las necesidades puntuales de cada cliente; enfocamos nuestro negocio en el sector empresarial privado y buscamos acompañar a cada uno de nuestros clientes a alcanzar sus metas; para esto trabajamos con un profundo sentido de servicio, hasta el punto de llegar a concebir los negocios de cada cliente como propios.

Este 2015 ha sido un año de ajuste estratégico; decidimos realizar un cambio completo de imagen corporativa, que representa nuestra energía y nuestra actitud frente al futuro, y estamos trabajando en cambios profundos en nuestra estructura comercial y operativa que nos permita brindar un servicio personalizado e innovador a nuestros clientes y asesores de seguros.

Creemos que el principal reto en nuestra industria es el de crear cultura de seguros; de tal manera que podamos llegar a contar con consumidores cada vez más educados e informados que nos obliguen a innovar y ofrecer propuestas de valor, productos y servicios cada vez más atractivos.

### SEGUROS LA UNIÓN

**FEDERICO GOLDBAUM,**  
director apoderado de Ventas  
y Marketing

Para 2015 ofreceremos un aplicativo en nuestra página web que permite cotizar líneas personales; estas son vehículos, vida, vivienda y accidentes personales, así mismo como aplicaciones de pólizas de transporte. También tenemos una póliza de pérdida de licencia individual para pilotos en el ramo de aviación. Nos encontramos en un

constante proceso de modernización. Hemos desarrollado la posibilidad de emitir pólizas en cualquiera de nuestras oficinas a través de la firma electrónica. También hemos actualizado nuestros modelos de riesgo que nos permiten ser más competitivos en la tarificación de nuestros diferentes productos.

El sector de seguros ha visto varios cambios en los últimos años, estos son de legislación y tendencias de los consumidores. En la parte de la legislación, vemos un aumento del valor mínimo de capital requerido para operar, el cual ya ha sido cumplido por nuestra empresa, así como una serie de restricciones sobre la cantidad de reaseguro que una empresa puede contratar. Esto obliga a las empresas a ser mucho más profesionales en el análisis de los riesgos y en la administración de sus finanzas, dado que las lleva a asumir de su propio capital mayor cantidad de riesgo.



## SEGUROS EQUINOCCIAL MARCELO TORRES, gerente de Mercadeo



Foto: Rafael Perálta.

Seguros Equinoccial da valores agregados al cliente. Como punto de partida, hemos empezado a diferenciar e innovar de acuerdo con el campo y la realidad. Uno de nuestros cambios ha sido la forma en la que se determina el precio (de acuerdo a las probabilidades de un siniestro). Se diferencia por ciudades, por género, por edad. Las tarifas antes eran estándar, ahora están sujetas a los hábitos. No es lo mismo un seguro de auto para una persona adulta que para un joven y en eso nos enfocamos. Los dispositivos electrónicos son innovaciones en las que medimos los riesgos y son parte esencial para ofrecer servicios más cercanos a los usuarios. La forma en la que se compran los seguros también se ha modificado. Antes esto era elitista, ahora contamos con nuevos mecanismos de seguros y se construyen canales de venta al alcance del consumidor. Se arma su seguro como una suerte de rompecabezas y se realiza una transacción automática sin relación presencial.

Las maneras de uso del seguro son valores agregados y, a través de nuevas plataformas, se interrelaciona al cliente con la aseguradora *online*, en acompañamiento de los corredores de seguros y aplicativos. Estamos vinculados a una fuerte orientación a la inversión en el desarrollo tecnológico. Analizamos la necesidad y la tendencia.

## LIBERTY SEGUROS FERNANDO CARRILLO, gerente comercial

Las promociones y la publicidad han sido parte de la estrategia de Liberty. La tendencia marca un desarrollo tecnológico que se aplica a páginas web en las que se ofrecen herramientas y cotizaciones en línea. Liberty marcó un hito en el mercado en este sentido. Apuntamos al uso de esta herramienta y a la par creamos servicios nuevos. Los valores agregados son fundamentales en cualquier tipo de seguro, sea de auto, salud, vida o habitación. Dentro de los valores agregados, se pueden ofrecer conductores designados, autos sustitutos, que aunque ya existían en el mercado, desde hace dos años se pone énfasis en su promoción. Los “secuestros exprés”, los amparos de tarjetas de crédito y débito, los seguros de clonación o fraude también son los fuertes que antes no se veían en el sector. Todo esto ha marcado una pauta para desarrollar productos que vayan de la mano con las exigencias de los clientes. Sin duda, junto a las novedades *online* comienza a afianzarse la credibilidad y la confianza.



Foto: Rafael Perálta.

## ASEGURADORA DEL SUR DIEGO MONTENEGRO, director de Estrategia

Aseguradora del Sur realizó una innovación desde el punto de vista estratégico. Los cambios empezaron hace dos años con un nuevo modelo de negocio. La empresa trata de mantener categorías de productos en un mercado convencional en el que hay libre competencia de precios. Productos personales, del hogar, de la empresa, del auto y de las garantías son los principales frentes de la organización. A estas se incorporan elementos adicionales. Las soluciones están enfocadas a los clientes. Hay distintos tipos de coberturas, por ejemplo, en vivienda se puede asegurar un departamento, una casa o incluso una hacienda, y para ello se deben crear pólizas de acuerdo con las necesidades. En eso nos centramos. Hay una fuerte inteligencia de negocio y entendemos al cliente, tratamos de dar buenas tasas y valores agregados.

Para todo esto seguimos pasos: lanzamos el producto acercándonos al cliente con servicios, consejos, felicitaciones; cambiamos la infraestructura y apostamos a la conexión sin barreras; realizamos un cambio tecnológico con un *software* enfocado al servicio del cliente y reestructuramos la página web con canales electrónicos avanzados.

En un mundo cambiante y más vinculado a las redes sociales, el sector asegurador también ha apostado por marcar presencia dentro de estas plataformas. Twitter, Facebook y otras redes se han convertido en un aliado del posicionamiento de marcas y de sus servicios. **G**



Foto: Rafael Perálta.