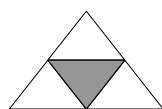


Evaluación del Modelo Chileno de Bancaseguros

Informe Final

9 de junio de 2005



GERENS S.A.

GERENS S.A. 2005

Trabajo elaborado por Patricio Arrau y Ricardo Pimentel, con la colaboración de Romina Rodríguez, a solicitud de Cardif Chile.

Evaluación del Modelo de Bancaseguros Aplicado en Chile

		Contenidos
Resumen Ejecutivo		(i)
1.	Motivación	1
2.	Experiencia internacional en bancaseguros	2
2.1	Antecedentes generales	2
2.2	Modelos de bancaseguros	4
2.2	Penetración y densidad de seguros y bancaseguros en el mundo	7
3.	El modelo de bancaseguros en Chile	11
3.1	Normativa de bancaseguros en Chile	11
3.2	El modelo de negocios de bancaseguros en Chile	14
3.3	Evolución del mercado asegurador chileno y de la bancaseguros	18
4.	Análisis del modelo de bancaseguros chileno	26
4.1	Antecedentes	26
4.2	Análisis de las preocupaciones respecto del modelo de bancaseguros chileno	29
Bibliografía		48
Anexo A: Ejecutivos entrevistados		49



Padre Mariano 272 of. 202
Fonos: (56-2) 235-9890
(56-2) 235-1739
Fax: (56-2) 235-6875
Web: www.gerens.cl
e-mail: parrau@gerens.cl
rpimentel@gerens.cl

Providencia-Santiago-Chile

Evaluación del Modelo de Bancaseguros Aplicado en Chile

Resumen Ejecutivo

(i) A fines de 1997 se modificó la Ley General de Bancos (LGB) en lo relacionado a la ampliación del giro hacia nuevos negocios internos. Entre estos se permitió a los bancos constituir filiales corredoras de seguros, iniciándose la bancaseguros en nuestro país. Desde la última reforma al mercado de capitales del año 2001, las autoridades regulatorias han avanzado en una mayor integración entre los negocios de los bancos y los negocios de los seguros de vida y generales, permitiendo una mayor sinergia e integración entre ambos negocios.

(ii) Actores del mercado no se muestran muy convencidos de las ventajas de este modelo. Se señala que, eventualmente, los bancos habrían adquirido un nuevo peso y poder de mercado a través de los canales de distribución integrados con las compañías de seguros. En este contexto, el objetivo de este documento es realizar una evaluación crítica del modelo chileno de bancaseguros, analizando la experiencia internacional, la evolución de indicadores de cobertura y penetración de seguros en Chile así como también la evolución de primas y beneficios para los asegurados.

(iii) Bancaseguros se puede definir como una estrategia conjunta adoptada por los bancos y compañías de seguros con el objeto de operar en el mercado de servicios financieros de una forma integrada. En su definición amplia, bancaseguros implica la integración de los diferentes servicios financieros y de seguros y la distribución de estos productos en una única red de distribución. En la mayoría de los casos, debido a restricciones regulatorias y culturales, se ha aplicado y definido como un canal de venta alternativo para complementar las redes tradicionales de agentes y corredores de seguros.

(iv) Los bancos y aseguradoras disponen de varias alternativas de cooperación y acción conjunta en el mercado financiero. Las más comunes son los acuerdos de distribución, los que pueden o no ser exclusivos, la formación de alianzas estratégicas en que existe cooperación en el desarrollo de productos y en el compartimiento de la información de los clientes, asociaciones comerciales o “joint ventures” en que ambas partes aportan capital y participan de la gestión, o bien que un banco forme una filial ya sea adquiriendo una aseguradora existente o formando una para el efecto. Lógicamente la elección de uno de estos modelos depende del entorno regulatorio y socio económico de cada situación particular.

(v) La bancaseguros es beneficiosa para los tres actores involucrados. Entre otros, los beneficios para los bancos son obtener ingresos adicionales y más estables aprovechando su red de distribución y su cartera de clientes. Los beneficios de las aseguradoras son acceder a la

amplia cartera de clientes bancarios y reducir los costos de distribución de los canales tradicionales. Los efectos positivos para los consumidores corresponden a una reducción de precios debido a los menores costos de distribución y el desarrollo de nuevos productos.

(vi) Debido a restricciones regulatorias y a factores económicos y culturales, el desarrollo de la bancaseguros y los modelos adoptados son disímiles en el mundo. Los bancoaseguradores de la mayoría de los países europeos han adoptado un modelo de negocios más integrado mientras que las formas de operación más dominantes en Asia son los acuerdos de distribución y algunas asociaciones comerciales. En Latinoamérica, por su parte, el aumento de la competencia ha dado lugar a distintas innovaciones en la distribución de seguros, entre las que destaca la bancaseguros e Internet, aunque en la mayoría de los países continúan dominando la comercialización los corredores y los agentes de venta independientes. Con todo, tanto en Asia como en Latinoamérica, la venta de seguros a través de bancos ha registrado las mayores tasas de crecimiento en los últimos años, con una participación creciente de los productos de vida.

(vii) Consistente con el punto anterior, el mayor desarrollo de la bancaseguros ha ocurrido en Europa con una participación en el canal de distribución superior al 60%. En Asia la participación es del orden de 1% para los productos de vida y de 2% para los generales. En Latinoamérica, por su lado, existen diversas experiencias destacando la importancia de la bancaseguros en México, Chile y Brasil con participaciones entre 20% y 40% para los seguros de vida y generales.

(viii) En Chile no está permitida la integración total de productos bancarios y de seguros. Los bancos solo pueden intermediar seguros a través de filiales corredoras constituidas para el efecto y no pueden tener una compañía de seguros como filial. No obstante, un grupo financiero o económico puede tener relaciones de propiedad y el control de un banco y una aseguradora a la vez. Así, los modelos más recurrentes en nuestro país corresponden a los acuerdos de distribución y a las alianzas estratégicas entre bancos y aseguradoras.

(ix) En Chile existe un enfoque de regulación funcional de los mercados financieros. Es decir, la función bancaria es supervisada por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF), la función de Valores y Seguros por la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS) y lo propio ocurre con otros mercados. La flexibilización de las restricciones regulatorias entre el banco y sus filiales implicaron que la regulación de las filiales de valores y seguros correspondan a la SBIF y la supervisión a la SVS.

(x) En la sección 3 se describe el modelo de bancaseguros chileno y se muestra que la experiencia chilena de bancaseguros ha implicado una fuerte expansión del mercado asegurador. Penetración de nuevos productos, fuerte incremento en la cobertura, todo en el contexto de precios agregados fuertemente decrecientes. Pese a ello, su funcionamiento ha

despertado aprehensiones y preocupaciones de algunos actores. Los organismos reguladores desean perfeccionar aspectos de transparencia al cliente, para mejorar la distribución de los beneficios. En otros existe preocupación respecto al poder de mercado de los bancos y las altas comisiones e ingresos que ellos estarían capturando a través de sus corredoras de seguros y el banco mismo por comisiones de recaudación. Aspectos como la no devolución de las primas no devengadas en los casos de prepago y renegociación de créditos, así como el uso que se estaría dando a la Devolución por Evento Favorable (DEF) también son aspectos que preocupan a la autoridad regulatoria. Otros elementos de preocupación tienen que ver con la independencia de los corredores en la oferta a los clientes. Lo anterior ha motivado la emisión de una propuesta de normativa y regulación nueva de parte de la SVS, que se encuentra en este momento en el debate de los distintos actores involucrados.

(xi) En nuestra opinión, en general, las propuestas de la autoridad de seguros relacionadas a mejorar la información para los consumidores al momento de publicitar, promover y ofrecer seguros asociados a crédito y que se contratan en forma colectiva, así como también una vez que éstos han sido contratados, es útil para la operación transparente del mercado e incrementa las condiciones de competencia. Lo mismo ocurre con las propuestas destinadas a una mayor información en la atención y liquidación de siniestros. En mercados complejos, es altamente conveniente un esfuerzo adicional de entrega de información al cliente sobre la naturaleza del producto que está comprando y los derechos y beneficios que tiene. Los abusos de la llamada “letra chica” dan espacio para extracción de rentas que perjudica a los usuarios finales y sustenta rentas extraordinarias, incentivando una conducta oportunista de los oferentes de los servicios. Asimismo, los esfuerzos de la autoridad por buscar modos de comparar precios del producto que se ofrece a través de los diversos oferentes, por ejemplo con portales de internet, son altamente valiosos. Compartimos los objetivos de la autoridad en este respecto.

(xii) Sin embargo, aquellas propuestas destinadas a forzar a las compañías de la bancaseguros a develar a los usuarios finales los distintos componentes de costos de su función de producción, exceden las funciones del sistema regulatorio y de fiscalización. Una cosa es generar portales que comparen el precio final de un crédito de consumo junto a varios seguros adjuntos, especialmente en productos estandarizados, y otra muy distinta es forzar a los productores a publicar en las pólizas toda la estructura de pagos y costos de la función de producción. Si bien es legítimo exigir una mayor desagregación en los estados financieros para que los fiscalizadores, autoridades de la libre competencia, o en general expertos y analistas puedan analizar el mercado con mejor información, parece como una exageración traspasar al cliente final una enorme cantidad de información que no puede procesar y que no es su interés hacerlo. Dos son los problemas generales que se observa con estas medidas.

(xiii) Por una parte, se expone al mercado a denuncias de tipo político-populista y al desprestigio. Es conveniente que los temas técnicos y complejos del mercado se discutan en el dominio de los expertos y de los organismos fiscalizadores. Estas medidas de apertura estimularán el debate público desinformado en los medios de comunicación, temas que dicho espacio público no puede procesar adecuadamente.

(xiv) Por otra, estas medidas van a concentrar el mercado y estimular a los bancos a operar con sus propias compañías. Puesto que el debate público del tipo populista, con fuerte sesgo “antibanco” tendrá un buen argumento para manipular a la opinión pública con los altos porcentajes del pago que van al canal bancario, los bancos reaccionarán eliminando las compañías independientes, reduciendo los pagos y comisiones al banco y sus corredoras y realizando las ganancias en la compañía de seguros relacionada. Ello es malo para el cliente final puesto que pone una lápida a las compañías independientes netamente de bancaseguros, como CARDIF Chile y otras compañías sin relaciones de propiedad con bancos. El mismo destino tendrán las asociaciones estratégicas como la reciente asociación entre BancoEstado y Metlife. Ello reducirá la rivalidad competitiva del mercado, lo que se traducirá en una menor penetración de mercado y productos, con mayores precios finales.

(xv) Uno de los principales argumentos de preocupación respecto del modelo de bancaseguros chileno dice relación con las comisiones percibidas por los bancos. Dicha preocupación viene principalmente por su apreciación de que un alto porcentaje del primaje de la bancaseguros termina en pago a los bancos por el canal de distribución. En primer lugar, es necesario destacar que el mercado se ha desarrollado en un corto período de tiempo en el contexto de un muy fuerte incremento de cobertura y penetración de nuevos productos a la población, en el contexto de precios agregados decrecientes para el cliente final, lo que ha resultado beneficioso para el consumidor. El tema también debe asociarse y analizarse en el contexto de la bancarización de nuevos segmentos de la población.

(xvi) Efectivamente, en el modelo de bancaseguros chileno los bancos perciben un importante porcentaje del primaje directo. Sin embargo, es natural que ello sea así. La pregunta relevante es si los bancos están extrayendo una renta asociada a un poder de mercado sobre los consumidores y sobre los proveedores (compañías de seguros) o bien si están percibiendo un pago adecuado al valor que aportan como nuevo canal de distribución integrado, incluidos los menores costos de siniestros por la mayor diversificación de riesgos. Lamentablemente, no existe información pública desagregada que nos permita testear una u otra hipótesis. Al analizar la evidencia de las comisiones del canal de distribución bancario, comparando indicadores de los estados de resultados y de rentabilidad operacional sobre patrimonio de una compañía independiente de los bancos en propiedad y que se dedica 100% a la bancaseguros, relativo al resto del sistema, a nuestro juicio no es posible concluir que

existiría un especial poder de mercado o que los bancos estarían obteniendo rentas sobrenormales.

(xvii) En el caso de la propuesta de la autoridad para devolver la prima no devengada, ésta medida podría originar una devolución de muy bajo monto para los créditos pequeños y de corto plazo, el que podría no compensar los costos que origina la operación de dicho sistema. Independiente del plazo, los seguros de prima única pueden ser contratados sin que el asegurado lo sepa ya que el beneficiario es una persona distinta, en este caso, la institución que otorga el crédito. En un mercado competitivo, las probabilidades de siniestro y de prepago están internalizadas en los precios competitivos, por lo que no es clara la conveniencia de incrementar los costos de operación para los casos de créditos de corto plazo o cobros anuales. Podría existir más mérito de esta preocupación en créditos de largo plazo, aunque no es evidente el efecto en el consumidor final por el “trade-off” entre simpleza operativa y costos de devolución. En efecto, cuando los bancos llaman a licitación de seguros, una de las condiciones de los oferentes es la no devolución de la prima no devengada. Así, de eliminarse esta práctica, el precio de los seguros sería mayor y no es claro el impacto para los consumidores. Esto debe analizarse con mayor profundidad desde el punto de vista práctico.

(xviii) La devolución por experiencia favorable (DEF) es el pago que realizan las compañías de seguro a las corredoras bancarias cuando el riesgo de la cartera es menor al esperado. En virtud de este menor riesgo, la compañía de seguros devuelve parte de la prima, y en el caso de la bancaseguros, lo hace al canal bancario. La autoridad desea que la devolución llegue al cliente final. Dado que la bancaseguros aglomera demanda y realiza “pooling” de riesgos, el cliente de la compañía es el banco y por tanto sería extremadamente costoso hacer una DEF para muchos seguros de monto pequeño. Bajo condiciones de competencia en el mercado de seguros y bancario, la DEF debiera reflejarse en mejores condiciones para los consumidores y no es obvio que convenga recargar, al igual que la prima no devengada, los costos operativos.

(xix) Todo lo anterior es correcto si el monto de la DEF es la adecuada apreciación de una reducción de riesgo de la cartera o “pool” del banco, en cuyo caso es correcto que el banco perciba la DEF y la competencia lleve a que el costo final para los consumidores se reduzca si hay un menor riesgo. Sin embargo, un tema diferente es su uso para la evasión de IVA obteniendo una comisión encubierta. Ello sería el caso si la DEF está “abultada”. En términos de eficiencia económica, es nuestra opinión que el IVA no debiera grabar las operaciones financieras ya que no son actos de consumo sino que sólo una asignación intertemporal del mismo. Sin embargo, dado que nuestra legislación grava las comisiones de intermediación con IVA, se debe fiscalizar y normar que la DEF se realice bajo criterios técnicos que la justifiquen y no como mecanismo de evasión de IVA.

(xx) Finalmente, en materia del rol de las corredoras bancarias, preocupa a la autoridad que ellas no cumplirían la misión de informar adecuadamente a los clientes respecto de las distintas alternativas de productos y precios que existen en el mercado, que es su labor legal, sino que estarían actuando como asesores de las compañías aseguradoras y/o bancos particulares. Aquí hay un tema jurídico que no nos corresponde opinar y que se origina en la definición de los corredores de seguros en el Código de Comercio. Sin embargo, desde el punto de vista meramente económico, una de las características de la bancaseguros es que las sinergías entre el productor del seguro y el canal de distribución permiten desarrollar productos estandarizados y de bajo costo, en donde no se justifica la asesoría de un corredor al cliente final. En bancaseguros, el cliente se beneficia por la competencia entre servicios integrados y no por la asesoría independiente de un corredor. Así, es evidente que la corredora bancaria actúa más como un agente de ventas y por tanto como asesores de las compañías aseguradoras y/o bancos particulares. El problema aquí no es económico sino jurídico.

1. Motivación

A fines de 1997 se aprobó la Ley 19.528, conocida como de modernización de la banca, que entre otros aspectos, modificó la Ley General de Bancos (LGB) en lo relacionado a la ampliación del giro hacia nuevos negocios internos. Entre estos se permitió a los bancos constituir filiales corredoras de seguros, iniciándose la bancaseguros en nuestro país.

Desde la última reforma al mercado de capitales del año 2001, las autoridades regulatorias del sistema financiero y del mercado de capitales han avanzado en una mayor integración entre los negocios de los bancos y los negocios de los seguros de vida y generales, permitiendo mayores sinergías e integración entre ambos negocios. Por ejemplo, se permitió a las compañías de seguros incursionar en negocios de créditos de consumo y medios de pagos electrónicos; se ha permitido mayor flexibilidad para las transacciones entre partes relacionadas en ambos mercados; los bancos pueden contratar directamente paquetes mayoristas con compañías de seguros, etc. A todo ello le podemos llamar el “modelo chileno” de la “bancaseguros”, de mucho mayor expansión y profundidad en Europa.

Actualmente, algunos actores del mercado no se muestran muy convencidos de las ventajas de este modelo.¹ En particular, los bancos habrían adquirido un nuevo peso y poder de mercado a través de los canales de distribución integrados con las compañías de seguros.

En este contexto, el objetivo de este documento es realizar una evaluación crítica del modelo chileno de bancaseguros, analizando la evolución de indicadores de cobertura y penetración de seguros así como también de evolución de primas y beneficios para los asegurados. Para ello el documento se organiza en torno a 4 secciones de las cuales ésta es la primera.

La sección 2, por su parte, resume la evidencia internacional de los distintos modelos de bancaseguros existentes así como su importancia relativa en el total del mercado asegurador. La sección 3 revisa las principales características del modelo chileno y su evolución en el tiempo y la sección 4, las principales críticas o aprehensiones respecto del modelo chileno.

¹ Por “actores de mercado” en general nos referimos a las compañías de seguros, los bancos, autoridades regulatorias y fiscalizadoras, observadores independientes, y en general, todos los actores que tienen un interés en el mercado de bancaseguros.

2. Experiencia internacional en bancaseguros

En esta sección se realiza una breve descripción de la experiencia internacional en bancaseguros. En primer lugar se revisan los distintos modelos de negocios vigentes. En segundo término, se describe la experiencia de Europa, Asia, EE.UU. y Latinoamérica en variables relacionadas a la penetración de seguros, modelos de negocios, importancia relativa de la bancaseguros y normativa.

2.1 Antecedentes generales

Bancaseguros (“Bancassurance” en su nombre francés) es un término acuñado en Francia después de 1980 para definir la venta de productos de seguros a través de una red bancaria. Es decir, bancaseguros se puede definir como una estrategia adoptada por los bancos o compañías de seguros con el objeto de operar en el mercado de servicios financieros de una forma más o menos integrada (Sigma, 2002 a). En su definición amplia, bancaseguros implica la integración de los diferentes servicios financieros y de seguros y la distribución de estos productos en una única red de distribución. En la mayoría de los casos, debido a restricciones regulatorias y culturales, se ha aplicado y definido como un canal de venta alternativo para complementar las redes tradicionales de agentes y corredores de seguros.

Los bancos y aseguradoras disponen de varias alternativas de cooperación y acción conjunta en el mercado financiero. Las más comunes son los acuerdos de distribución, los que pueden o no ser exclusivos, la formación de alianzas estratégicas en que existe cooperación en el desarrollo de productos y en el compartimiento de la información de los clientes, asociaciones comerciales o “joint venture” en que ambas partes aportan capital y participan de la gestión, o bien que un banco forme una filial ya sea adquiriendo una aseguradora existente o formando una para el efecto. Lógicamente, la elección de uno de estos modelos depende del entorno regulatorio y socio económico de cada situación particular.

En gran parte de los países de Europa, donde el modelo de bancaseguros ha sido exitoso, éste tiene una alta penetración en los productos de vida. Las razones de ello son obvias y se asocian a su alto nivel de complementariedad con los productos bancarios, ya que muchos de éstos tienen un componente de ahorro. Asimismo, los ejecutivos bancarios se acomodan más a estos productos al considerarlos “más financieros” y porque los bancos pueden ofrecer más combinaciones de productos que otros distribuidores de seguros de vida. Por el contrario, la bancaseguros ha sido menos exitosa en los productos no vida, lo que se debe a una mayor competencia en su distribución (corredores, fuerza de ventas, venta a distancia, etc.), al ser la decisión más basada en precio que en otras consideraciones. En efecto, en algunos casos la venta de los productos no vida es más compleja y requiere de un mayor “expertise”, como

puede ser el caso de un seguro de automóvil o de incendio para la vivienda. No obstante lo anterior, en los últimos años se ha comenzado a ofrecer nuevos productos no vida orientados a los clientes bancarios como seguros para cuentas corrientes, tarjetas de crédito, etc.

Siguiendo a Sigma (2002 a), a continuación se resumen los determinantes de la bancaseguros desde la perspectiva de varios grupos involucrados en la bancaseguros como bancos, aseguradoras, consumidores y organismos reguladores.

Para los bancos la bancaseguros es atractiva por los siguientes elementos:

- Obtener un flujo adicional y más estable de recursos gracias a la diversificación hacia el mercado de seguros y reducir su exposición y dependencia de los márgenes de intereses o spread.
- Aumentar los servicios financieros vendidos a su cartera de clientes y aumentar la fidelización de los mismos.
- Reducir el requisito de capital ajustado por riesgo para un mismo nivel de ingresos, lo que es válido cuando no existe una supervisión consolidada de ambas actividades.
- Poder prestar servicios financieros integrados adecuados al ciclo de vida de los clientes.
- Acceder a fondos que de lo contrario llegarían a los aseguradores de vida, los que en algunos casos tienen incentivos tributarios.

Las ventajas para las aseguradoras de la bancaseguros se pueden resumir en las siguientes variables.

- Acceder a la amplia cartera de clientes de los bancos.
- Reducir su dependencia y los costos de los agentes de venta tradicionales, aprovechando los diversos canales de los que disponen los bancos. De acuerdo a una encuesta sobre distribución de seguros en el Reino Unido, la venta a través de los bancos se ha considerado más eficiente respecto de otros canales. Para los bancos del Reino Unido, los costos como porcentaje de un prima anual equivalen al 33% versus los valores de 42% de un asesor financiero independiente y 78% de una fuerza de ventas propia.

- Compartir servicios con los bancos.
- Desarrollar productos con más eficacia en colaboración con sus socios bancarios.
- Tener rápida presencia en el mercado sin la necesidad de crear una red de agencias propias.

A diferencia de los bancos y aseguradoras en donde los beneficios de la bancaseguros se deben comparar respecto del riesgo comercial, los efectos positivos en los consumidores son evidentes. Primero, una parte de la reducción de los costos de distribución se debiera traspasar a los consumidores en la forma de menores primas. En segundo lugar, es probable que se desarrollen nuevos productos que se ajusten mejor a las necesidades de los clientes, los que no estarían disponibles en el caso que bancos y aseguradoras operasen en forma independiente (por ejemplo seguro de pérdida de cuenta corriente, seguro a depósitos, tarjetas de crédito y otros que se venden junto con servicios bancarios, entre otros). La comodidad que ofrece la bancaseguros, por otra parte, debiera aumentar la satisfacción de los clientes, por ejemplo cuando sea posible el pago de primas con descuento desde cuentas corrientes o el retiro de dinero respaldado por pólizas de seguros de vida a través de un ATM.

Finalmente, para los organismos de supervisión y fiscalización la bancaseguros implica un profundo análisis de las siguientes variables.

- Existe un potencial de realizar arbitraje regulatorio dado que el capital mínimo exigido podría ser diferente para los negocios de la banca y de seguros. La transferencia de parte de los pasivos bancarios a filiales de seguros podría reducir la carga de capital sin reducir el riesgo general.
- Podrían existir problemas respecto a la protección de los clientes. Respecto de esta variable se pueden tener problemas relacionados a la confidencialidad de información y/o los asociados a la venta atada de servicios y la debida separación entre la creación y distribución de los productos de seguros.

2.2 Modelos de bancaseguros

Como se indicó en la sección precedente, existen distintos modelos de bancaseguros de acuerdo al grado de integración entre los prestadores de los servicios financieros, los que se adoptan considerando tanto el marco regulatorio vigente en cada país como las

consideraciones estratégicas de las empresas. El cuadro 2.1 siguiente resume las características de los distintos modelos de negocios de acuerdo a su grado de integración.²

Cuadro 2.1
Modelos de Bancaseguros

Acuerdos de Distribución	Alianzas Estratégicas	Asociaciones Comerciales o “Joint Venture”	Grupo de Servicios Financieros
<ul style="list-style-type: none"> • Los bancos distribuyen productos de seguro de forma independiente o en combinación con productos bancarios a cambio de ingresos por honorarios. • No se comparten o sólo se hace en forma limitada las bases de datos de clientes. • Se realizan inversiones en forma limitada para la comercialización de los productos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor integración en el desarrollo de productos, prestación de servicios y gestión de canales. • Posibilidad de compartir bases de datos de clientes. • Se requieren inversiones en tecnologías de información y en personal de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Clara propiedad mutua de productos y de clientes. • Se comparten las bases de datos de clientes. • Se requieren compromisos fuertes y a largo plazo de ambas partes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Las operaciones y los sistemas se pueden integrar completamente. • Alta capacidad de apalancamiento en los clientes y otras prestaciones de servicios bancarios. • Servicios financieros completos. • Potencial para productos completamente integrados.

Fuente: Sigma (2002 a).

Los bancoaseguradores de la mayoría de los países europeos han adoptado un modelo de negocios más integrado mientras que las formas de operación más dominantes en Asia son los acuerdos de distribución y algunas asociaciones comerciales. En el desarrollo de la

² Descripción basada en Sigma (2002 a).

bancaseguros de ambas regiones han sido determinantes dos variables: a saber, el entorno regulatorio y el régimen de impuestos.

En Europa, en general, no existen obstáculos regulatorios a la bancaseguros lo que facilita su operación y desarrollo de productos de acuerdo a las necesidades de sus clientes. Además, el mercado se ha visto enormemente beneficiado por los beneficios fiscales al ahorro (exenciones tributarias), razón por la cual los seguros de vida vendidos a través de bancos en Francia, Italia y España son importantes sustitutos de los depósitos bancarios. Ello ha llevado a la mayoría de los bancos a formar una filial de seguros de vida para compensar la caída de los depósitos bancarios. Pese a la alta penetración de ventas en las sucursales bancarias, los bancoaseguradores de Europa utilizan todos los canales de ventas con el objeto de acceder a los distintos segmentos de mercado.

En Asia, por otro lado, la regulación de la bancaseguros es diversa. En efecto, mientras en Singapur, Hong Kong y la mayoría de los países del sudeste asiático no hay limitaciones, aún existen algunas restricciones en Japón, Corea del Sur y Filipinas. Tanto las barreras regulatorias en algunos países como la no existencia de grandes beneficios fiscales al ahorro, han llevado a que bancos y aseguradoras privilegien la venta cruzada de productos financieros y el aprovechamiento mutuo de las bases de datos de los clientes. Así, el uso de acuerdos de distribución o las alianzas estratégicas se consideran más convenientes que las operaciones totalmente integradas.

En Latinoamérica, por su parte, el aumento de la competencia en el mercado bancario y de seguros ha dado lugar a distintas innovaciones en la distribución de seguros, entre las que destaca la bancaseguros e Internet, aunque en la mayoría de los países continúan dominando la comercialización los corredores y los agentes de venta. En los últimos años, sin embargo, la venta a través de bancos ha registrado las mayores tasas de crecimiento, con una participación creciente de los productos de vida no previsionales.³

Pese a la desregulación financiera ocurrida en Latinoamérica, durante la década del 90, en general, no se permite la integración total entre bancos y aseguradoras. Ello ha llevado a que los actores más grandes del mercado bancario tengan en su grupo económico compañías de seguros de vida debido al atractivo del mercado que originó las reformas a los sistemas de pensiones. En la mayoría de los países los productos de seguros se comercializan a través de corredoras bancarias, existiendo dos tipos de modelos. Por un lado, los actores más grandes que poseen compañías de seguros de vida, y en algunos casos de seguros generales, dentro del

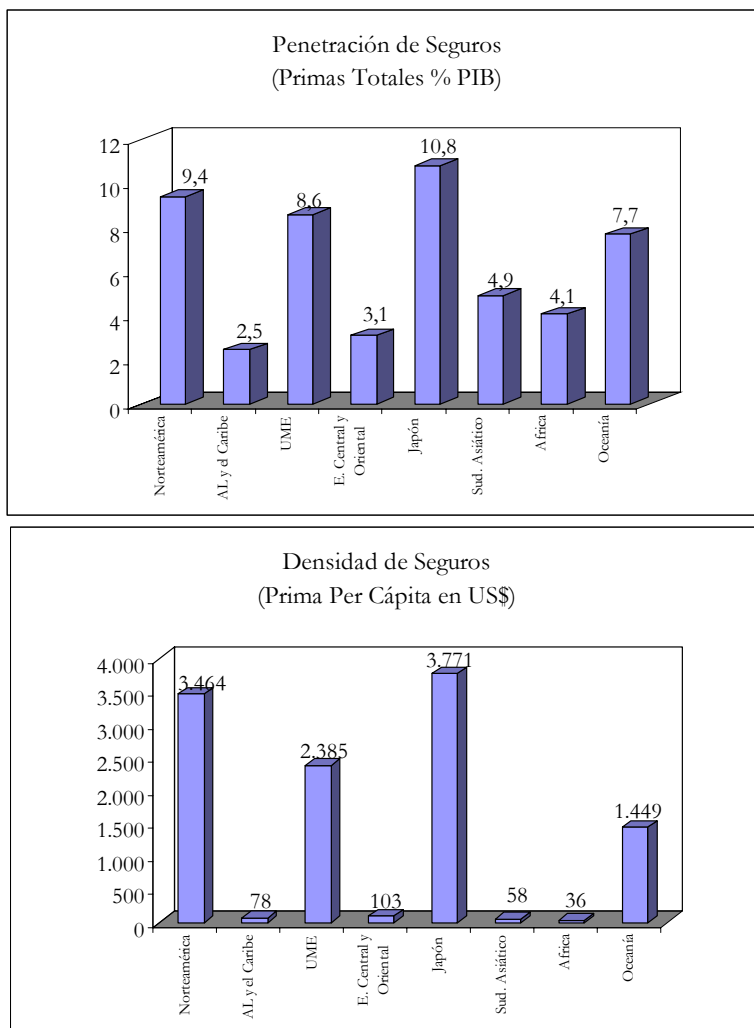
³ Las reformas previsionales en Latinoamérica destinadas a capitalización individual implica que la decisión de contratación de compañías de seguros de vida, asociadas a productos previsionales, la toman las Administradoras de Fondos de Pensiones (AFP). Por ello, para analizar el mercado de los seguros de vida, se deben excluir los seguros previsionales.

grupo económico, actúan en forma integrada y por otro, quienes no tienen estas relaciones de propiedad han desarrollado acuerdos de distribución y alianzas estratégicas.

2.3 Penetración y densidad de seguros y bancaseguros en el mundo

La figura 2.1 presenta la situación del mercado mundial de seguros en 2003 tanto si se mide como el porcentaje de primas respecto del PIB (penetración) como del porcentaje de primas per cápita en dólares (densidad). Como se observa, la penetración de seguros es substancialmente disímil para las distintas regiones del mundo. En efecto, mientras las primas totales representan 9,4% en EE.UU., 8,6% en Europa y 10,8% en Japón, el indicador baja a niveles inferiores a 5% en el Sudeste Asiático y África e inferiores a 3% en América Latina y Europa Central y del Este. Un fenómeno similar ocurre respecto de la densidad, donde los mayores niveles se encuentran en Japón (US\$ 3.771 per cápita) y Norteamérica (US\$ 3.464 per cápita).

Cuadro 2.1
Indicadores Mercado Mundial de Seguros 2003



Fuente: Sigma (2004)

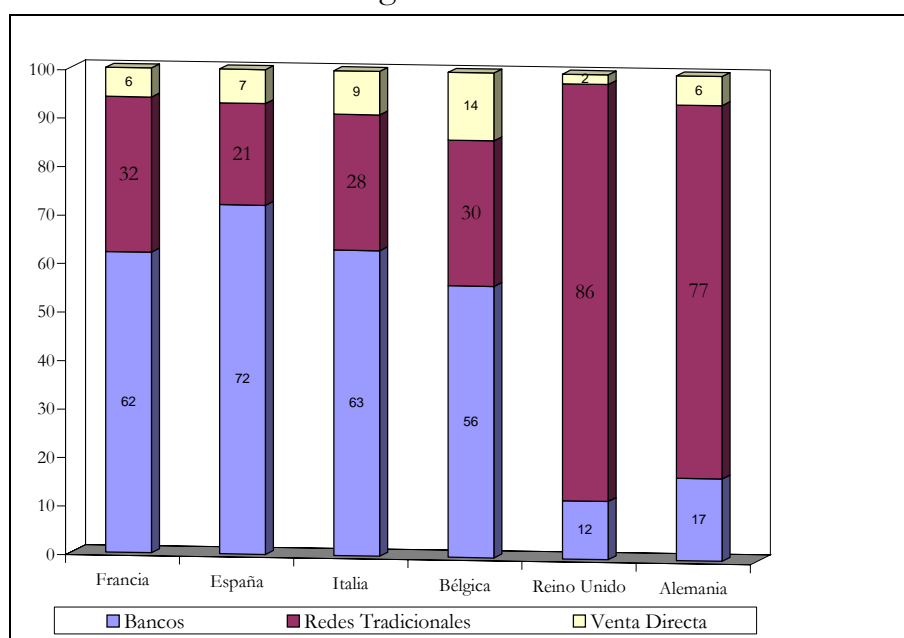
Dada la vigencia de incentivos tributarios al ahorro existentes en algunos países, especialmente europeos, es útil desagregar los indicadores en productos de vida y no vida para EE.UU., Unión Europea y Japón. Así, en EE.UU. es muy importante la penetración de seguros no vida, los que representan 5,2% del PIB y por tanto la penetración de seguros de vida es de 4,2%. En Europa y Japón, por su parte, el componente de seguros de vida representan 5,1% y 8,6% del PIB respectivamente, mientras que los de no vida 3,5% y 2,2%.

La importancia relativa de seguros de vida y no vida de los principales bloques económicos del mundo se explica por dos razones. Primero, EE.UU. es uno de los países con mayor ingreso per capita del mundo y en él se encuentran las principales empresas del mundo, lo que explica la importancia de los productos no vida. Asimismo, Japón y Europa han tenido

problemas con su sistema de pensiones de reparto, lo que ha motivado a las autoridades a incentivar el ahorro voluntario para la vejez por la vía de exenciones tributarias, siendo uno de los productos más exitosos los seguros de vida.

Considerando los elementos expuestos arriba, como lo muestra la figura 2.2, el modelo de bancaseguros ha sido muy exitoso en países como Francia, España y Portugal, seguidos por Italia y Bélgica.

Figura 2.2
Participación de Mercado por Redes de Distribución en Europa 2002
Seguros de Vida



Fuente: Sigma (2002 a)

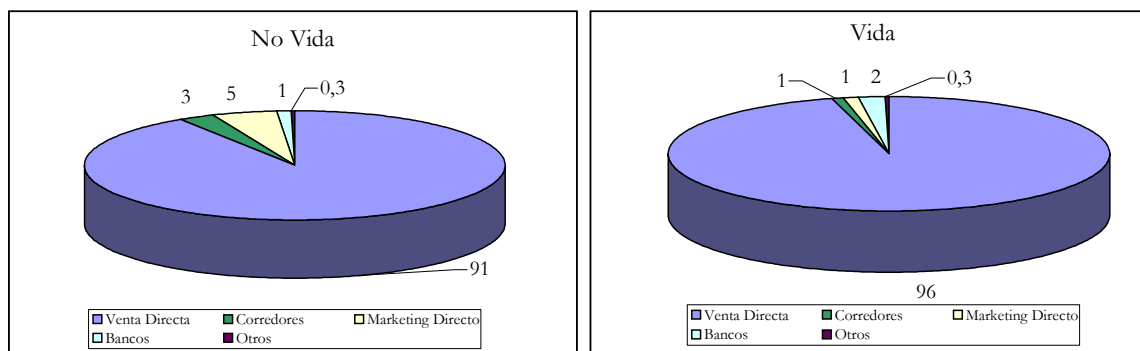
En efecto, la bancaseguros representa 72% del mercado de seguros de vida en España, 62% en Francia, 63% en Italia, 56% en Bélgica y solo 17% en Alemania y 12% en el Reino Unido.

Por el contrario, en EE.UU. el sector está poco desarrollado (no reportado en la figura 2.2), ya que en este país existen muy pocas alianzas entre bancos y aseguradoras, con excepción de los seguros de préstamos, debido a la ausencia de un sistema de información común que facilite su desarrollo. Actualmente en EE.UU. los únicos productos distribuidos por los bancos son algunos productos de ahorro.

En Asia, por su parte, en donde las regulaciones lo han permitido, se ha desarrollado la actividad de bancaseguros. El caso más exitoso es el de Singapur donde la bancaseguros tiene

una participación de 24% en seguros de vida. En Japón, donde la bancaseguros se autorizó a comienzos de 2000, una cantidad mínima de primas de seguros se canaliza a través de este canal de ventas. Con todo, los agentes tradicionales todavía dominan la distribución de productos de vida y no vida como se observa en la figura 2.3.

Figura 2.3
Participación de Mercado por Redes de Distribución en Asia 2002
(Porcentaje)



Fuente: Sigma (2002 a)

Finalmente, y como se señaló previamente, el mercado asegurador latinoamericano continúa siendo dominado por corredores y agentes independientes en lo que respecta a seguros generales. El mercado de seguros de vida es dominado por vendedores de las propias compañías (véase cuadro 2.2). Sin embargo, la participación de la bancaseguros es creciente con tasas de crecimiento de dos dígitos en los últimos años.

Cuadro 2.2
Participación Canales de Distribución de Seguros en Latinoamérica

	Corredores/Agentes Independientes		Agentes Propios		Teléfono Mailing		Internet		Bancos		Grandes Tiendas	
	No Vida	Vida	No Vida	Vida	No Vida	Vida	No Vida	Vida	No Vida	Vida	No Vida	Vida
Argentina	***	***	*	**	**	*	*	*	*	*	*	*
Brasil ¹	***	***	-	-	*	*	*	*	**	**	*	*
Chile	***	*	*	***	*	*	-	-	**	**	*	*
Colombia	***	**	*	**	*	*	-	-	*	*	*	*
México	***	***	-	*	*	*	*		**	**	*	*
Venezuela	***	***	-	-	*	*	-	-	*	*	*	*

* = 1%-10%; ** = 10%-40%; *** > 40%.

1. En Brasil, dadas las regulaciones existentes, siempre debe participar un corredor.

Fuente: Sigma (2002 b).

3. El modelo de bancaseguros en Chile

En esta sección se analiza el mercado de bancaseguros en Chile. En primer término se resume la normativa correspondiente, en segundo lugar se describe el modelo de negocios y la evolución en el tiempo del mercado de seguros y bancaseguros.

3.1 Normativa de bancaseguros en Chile

Esta sección analiza la normativa chilena de bancaseguros tanto desde la regulación de la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF) como de la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS).

3.1.1 Ambito de la supervisión bancaria

A fines de 1997 se aprobó la Ley 19.528, conocida como de modernización de la banca, que había permanecido en el Congreso Nacional por más de 4 años, y que entre otros aspectos, modificó la Ley General de Bancos (LGB) en lo relacionado a la ampliación del giro hacia negocios internacionales, hacia nuevos negocios internos y adecuaba la supervisión bancaria a esta ampliación de giro (Arrau, 1997).

En lo que respecta a nuevas actividades domésticas, el artículo 70 de la LGB establece que los bancos y las sociedades financieras pueden constituir en el país sociedades filiales destinadas a efectuar el siguiente tipo de operaciones o funciones: Agentes de valores, corredores de bolsa, administradoras de fondos mutuos, de fondos de inversión o de fondos de inversión de capital extranjero, securitización de títulos y corredores de seguros no previsionales, en las condiciones que lo establezca la SBIF mediante norma de carácter general. Las filiales que realicen estas operaciones serán regidas por las leyes aplicables a estas materias y serán fiscalizadas por la SVS.

El Capítulo II, Número 1, letra f, del Capítulo 11-6 de la Recopilación de Normas a Bancos y Financieras establece, por su parte, que las corredoras de seguros deberán operar de acuerdo con las normas impartidas por la SVS, relativas a garantizar la independencia de sus actuaciones, atendida su relación con una institución financiera. Al respecto la Ley prohíbe expresamente a las instituciones financieras condicionar el otorgamiento de créditos a la contratación de seguros a través de un corredor de seguros relacionados con ellas.

Por otro lado, el mismo Capítulo II, Número 9.4, puntualiza que la sociedad filial puede promover sus servicios a través de la matriz o de otras filiales o sociedades de apoyo al giro, o viceversa, pudiendo canalizarse a través de ellas la documentación que se genere entre

las demás sociedades y sus clientes. Además de lo anterior, se establece que en el caso de las filiales sujetas a la fiscalización de la SVS o Superintendencia de AFPs (SAFP), que estuvieran facultadas para realizar la misma actividad, no existe impedimento para que se relacionen con aquellas fiscalizadas por la SBIF, siempre que la operación, sus características y condiciones se realice en la sociedad en que se contrata el servicio, funciones que pueden ser delegadas. Posteriormente, en febrero de 2004, como parte de la denominada Reforma al Mercado de Capitales II (Ley 19.934), se eliminó la prohibición de intermediar seguros previsionales.

3.1.2 Ambito de la supervisión de seguros

En lo referido al ámbito de la supervisión de seguros, el artículo 57 del título III número 1 de la Ley de Seguros (DFL 251), señala que los seguros pueden ser contratados ya sea directamente con la entidad aseguradora, a través de sus agentes de ventas, o por intermedio de corredores de seguros independientes de éstas.

En el mismo artículo se establece que los corredores de seguros son auxiliares del comercio de seguros, que deben asesorar a la persona que desea asegurarse por su intermedio, ofreciéndole las coberturas más convenientes a sus necesidades e intereses e ilustrándola sobre las condiciones del contrato, debiendo asistirle durante toda su vigencia, especialmente en las modificaciones que eventualmente correspondan y al momento de producirse un siniestro. Deben también asesorar a la compañía aseguradora verificando la identidad de los contratantes, la existencia de los bienes asegurables y entregándole toda la información que posean del riesgo propuesto.

Asimismo, los corredores deben entregar a todos sus clientes información respecto de la diversificación de sus negocios y de las compañías con que trabajan, en la forma que determina la Superintendencia. Está prohibido a las compañías de seguros entregar a los corredores que intermedien contratos de seguros previsionales, directa o indirectamente, incentivos que se determinen en función del volumen intermediado de dicho tipo de seguros con cada una de ellas.

Las compañías de seguros podrán ofrecer, cotizar y convenir contratos de seguro, utilizando los mecanismos continuos de subasta pública de las entidades que autorice la Superintendencia y que se regirán por las normas que ésta determine. La utilización de mecanismos continuos de subasta pública no excluye la participación, ni la responsabilidad de los auxiliares del comercio de seguros, en la asesoría e intermediación de los seguros.

En el artículo 58, por su parte, se establece que los corredores de seguros constituidos como personas jurídicas deberán llevar un registro de las personas que participen en la

intermediación por su cuenta, correspondiéndoles la verificación del cumplimiento de los requisitos que a éstos se les establezcan, los que son muy similares a lo de los agentes de venta.

Finalmente en lo que respecta a la Ley, el artículo 60 establece que los corredores están obligados a remitir a la compañía aseguradora las primas y documentos que reciban por las pólizas que intermedien a más tardar dentro de los dos días hábiles siguientes a su entrega, salvo poder escrito de la compañía. Les queda prohibido firmar, cancelar, anular o dejar sin efecto, o modificar en cualquier forma la vigencia, cobertura, prima o modalidad de pago de las pólizas que intermedien, sin autorización escrita del asegurado.

Por otro lado, la Norma de Carácter General (NCG) número 80 de la SVS, establece que además del cumplimiento de las ley y normas de todos los corredores de seguros, que los corredores filiales o relacionadas a bancos y financieras, las siguientes normas específicas:

- Que en la oferta, promoción y publicidad de los seguros que intermedie se deberá velar por el derecho del asegurado a decidir sobre la contratación de seguros y la elección del intermediario, no pudiendo ser condicionada a la de los productos o servicios del banco matriz o persona relacionada.
- Se deberá entregar información sobre la diversificación de negocios y sobre las pólizas de seguros para responder del cumplimiento de sus obligaciones. Adicionalmente, aquellas que intermedien seguros en las dependencias del banco matriz deben mantener en pizarra información sobre diversificación de negocios y sobre pólizas de seguros de garantía y responsabilidad civil para responder del cumplimiento de sus obligaciones.

De otra parte, las NCG número 49 y 121, establecen que tanto los agentes de venta de la aseguradora o de corredores, además los asociados a su integridad, requieren tener los conocimientos en materia de seguros o la experiencia técnica o profesional que defina la propia entidad aseguradora. No obstante, se pueden exceptuar de este requisitos las personas jurídicas que dada su naturaleza, organización, experiencia y servicios que provean a sus clientes, puedan actuar como una red o canal de distribución de los seguros de una determinada compañía, siempre que la aseguradora provea al personal idóneo y capacitado para el efecto o comercialice seguros a través de ella seguros que cumplan los siguientes requisitos:

- Que sean seguros individuales.
- Que se ofrezca en términos en que sólo baste la aceptación pura y simple del asegurado para la formación del consentimiento.
- Que no tengan condiciones de aseguramiento que deben verificarse al momento de contratar.
- Que las condiciones de la cobertura no difieran de las que se publiciten por el asegurador.

3.2 El modelo de negocios de bancaseguros en Chile

Como se desprende de la sección anterior, en Chile no está permitida la integración total de productos. Los bancos solo pueden intermediar seguros a través de filiales corredoras constituidas para el efecto. No obstante, un grupo financiero o económico puede tener relaciones de propiedad y el control de un banco y una aseguradora a la vez. Así, los modelos más recurrentes en nuestro país corresponden a los acuerdos de distribución o contratos comerciales y las alianzas estratégicas entre bancos y aseguradoras.

Los cuadros 3.1 y 3.2 presentan los participantes de la bancaseguros en Chile en lo que respecta a corredoras bancarias y el porcentaje de producción por compañía de seguros generales y de vida respectivamente.⁴ Como se observa, existen distintas formas de asociatividad entre los bancos y las aseguradoras tanto para los productos generales como para los de vida. En el caso de los productos de vida, los grupos económicos controladores de los bancos más grandes de la plaza poseen o controlan mayoritariamente compañías aseguradoras de vida (BCI, Chile, Corp, BBVA, etc.) mientras que solo el banco BCI tiene relación de propiedad con una compañía de seguros generales, que en ambos cuadros se marcan con gris.

En general el modelo de negocios en Chile, funciona de la siguiente forma:

- Los bancos relacionados con aseguradoras de vida y no vida intermedian seguros de dichas compañías en el caso que éstas tengan desarrollado el producto.
- Los bancos que no tienen compañías de seguro relacionadas y aquellos que teniéndola, no han desarrollado algún tipo de producto, llaman a una licitación a las distintas compañías de seguros para llegar a un acuerdo de distribución, el que generalmente tiene una duración de dos años. En general, en estas licitaciones se establece un precio

⁴ En estricto rigor, bancaseguros significa utilizar el canal de distribución de otro agente económico para comercializar seguros. Luego, también participan del mercado chileno de bancaseguros las casas comerciales, la venta en grandes empresas con presencia nacional, en clínicas, entre otras, las que no se considerarán mayormente en el presente análisis.

mínimo para posteriormente, de acuerdo a las condiciones de mercado, fijar el precio final a cobrar al cliente. En los cuadros 3.1 y 3.2 se observa que todas las corredoras bancarias analizadas intermedian seguros de más de una compañía aseguradora.

- El seguro es intermediado por la corredora bancaria y el banco recauda la prima que se paga íntegramente a la compañía.
- Posteriormente, la compañía de seguros remunera a la corredora con una comisión de intermediación y al banco con una comisión de cobranza, valores que se tratarán en profundidad más adelante.

Cuadro 3.1
% Producción de Corredoras Bancarias por Compañía de Seguros Generales
(Cifras a Diciembre de 2003)

NOMBRE	Cruz del Sur	Chilena Consolidada	Interamericana	Royal	Mapfre	AGF	Las America	Magallanes	CARDIF	BCI
Corredora de Seguros Santander	6,1	29,4	0,0	47,1	0,1	0,0	0,0	0,0	17,1	0,0
BancoEstado Corredores de Seguros	9,9	20,6	0,0	2,7	13,8	0,1	0,0	2,3	49,9	0,0
Banchile Corredores de Seguros	31,0	16,7	8,2	4,8	14,6	0,1	9,2	0,4	7,7	0,0
BCI Corredores de Seguros	5,4	1,2	0,0	2,4	1,3	1,9	0,1	9,0	0,0	73,9
BBVA Corredora Técnica de Seguros	15,7	1,0	1,8	8,2	26,4	8,6	0,5	0,0	0,0	0,0
CORP Corredores de Seguros	23,4	13,0	0,0	19,2	0,5	1,4	0,9	20,2	7,2	0,0
Citibank Corredores de Seguros	58,0	0,4	10,3	19,5	0,0	0,0	0,0	0,0	6,0	0,0
Scotia Sudamericano Corredores de Seguros	35,6	14,5	0,0	32,7	0,1	0,2	0,0	0,0	16,7	0,0
BICE Corredores de Seguros	7,5	1,9	1,8	29,3	2,1	17,3	25,7	1,9	0,0	0,3
BankBoston Corredora de Seguros	42,6	0,0	1,5	0,0	24,6	0,0	2,2	5,3	0,5	13,2
Genera Corredoras de Seguros (Banco Conosur)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	32,4	0,0	55,6	11,5
Productora de Seguros Las Condes (Banco Desarrollo)	1,4	78,8	0,0	0,1	0,5	4,1	0,0	1,0	0,0	3,5

Fuente: SVS

Cuadro 3.1 (Continuación)
% Producción de Corredoras Bancarias por Compañía de Seguros Generales
(Cifras a Diciembre de 2003)

NOMBRE	ING	ABN AMRO	ACE	Security Previsión	ISE Chile	CHUBB	Crédito Continental	Consorcio Nacional	Renta Nacional	Mapfre G.y C.
Corredora de Seguros Santander	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0
BancoEstado Corredores de Seguros	0,0	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Banchile Corredores de Seguros	6,5	0,0	0,6	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0
BCI Corredores de Seguros	1,2	0,1	0,6	0,7	0,1	0,5	0,4	1,2	0,0	0,0
BBVA Corredora Técnica de Seguros	34,7	-0,4	0,0	1,4	0,6	0,7	0,5	0,0	0,0	0,2
CORP Corredores de Seguros	0,7	0,3	1,4	0,0	0,9	0,2	0,0	10,3	0,0	0,4
Citibank Corredores de Seguros	4,1	0,0	1,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Scotia Sudamericano Corredores de Seguros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0
BICE Corredores de Seguros	0,6	0,0	4,1	0,4	0,2	5,4	0,1	1,3	0,0	0,3
BankBoston Corredora de Seguros	0,8	0,0	0,0	8,5	0,0	0,6	0,0	0,0	0,0	0,2
Genera Corredoras de Seguros (Banco Conosur)	0,0	0,0	0,1	0,3	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Productora de Seguros Las Condes (Banco Desarrollo)	0,3	0,7	0,1	5,6	1,6	0,0	0,1	1,1	1,0	0,0

Fuente: SVS

Cuadro 3.2
% Producción de Corredoras Bancarias por Compañía de Seguros Vida
(Cifras a Diciembre de 2003)

NOMBRE	BICE	Vida CORP	Construcción	Ohio	Altavida Santander	Interamericana	ING	CARDIF	Banchile	Cruz del Sur	BCI	Mapfre	Chilena Consolidada	Security Previsión	BBVA
Corredora de Seguros Santander	0,0	0,0	0,0	0,0	98,6	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,7	0,0	0,0
BancoEstado Corredores de Seguros	0,0	0,0	18,7	0,0	0,0	0,0	1,3	27,6	0,0	0,0	0,0	48,4	0,1	3,1	0,0
Banchile Corredores de Seguros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	7,1	0,0	92,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
BCI Corredores de Seguros	0,0	0,0	0,3	0,0	0,0	3,7	0,1	0,0	0,0	0,0	94,2	0,0	0,4	0,0	0,0
BBVA Corredora Técnica de Seguros	0,0	0,0	16,3	14,6	0,0	0,4	0,3	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,1	0,1	68,0
CORP Corredores de Seguros	0,2	54,4	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	35,2	0,0	7,6	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0
Citibank Corredores de Seguros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	85,6	0,1	13,4	0,0	0,7	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Scotia Sudamericano Corredores de Seguros	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1	82,9	15,4	0,0	0,4	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
BICE Corredores de Seguros	96,6	0,2	0,7	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,8	0,0	0,0
BankBoston Corredora de Seguros	0,0	0,0	7,5	0,0	0,0	0,0	64,2	28,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Genera Corredoras de Seguros (Banco Conosur)	8,2	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	91,8	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Productora de Seguros Las Condes (Banco Desarrollo)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,0	0,0	99,8	0,0	0,0

Fuente: SVS

3.3 Evolución del mercado asegurador chileno y de la bancaseguros

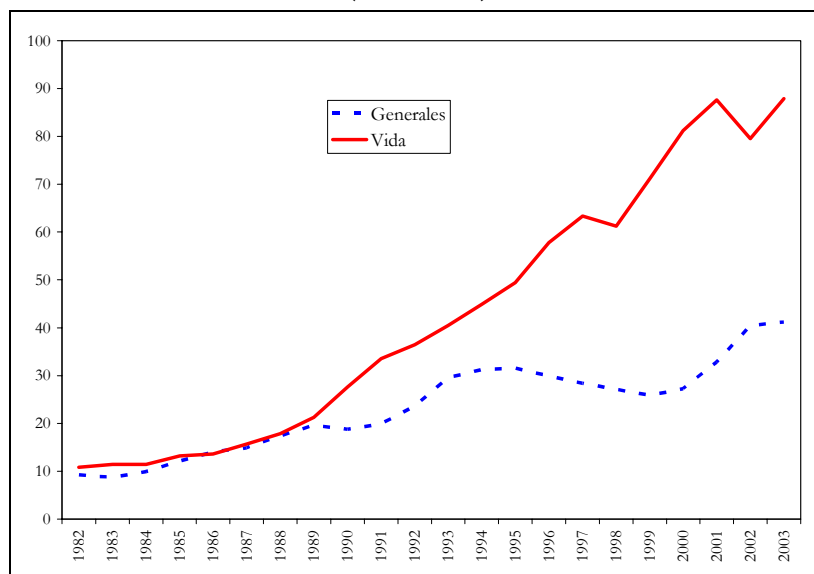
En esta sección se analiza la evolución del mercado asegurador chileno de modo de poder dimensionar la importancia que ha tenido la bancaseguros en su desarrollo. En primer lugar, se analiza la evolución general de los seguros de vida y generales y luego el mercado de los corredores de seguros y la importancia de la banca seguros como canal de distribución.

3.3.1 Evolución general

Las figuras 3.1 y 3.2 muestran la evolución de la densidad y penetración de los seguros generales y de vida en el mercado doméstico. Como se observa, la densidad de seguros generales o prima per cápita cayó en forma sostenida entre los años 1995 y 2000 para luego crecer fuertemente entre los años 2001 y 2002 y, mantenerse relativamente estable en el año 2003 (figura 3.1). Se observa una evolución similar a la de penetración de seguros generales o prima como porcentaje del PIB (figura 3.2). Por el contrario, tanto el indicador de densidad como de penetración de seguros de vida tuvieron un crecimiento explosivo entre los años 1990 y 2001 (con la excepción del año 1998), para luego caer fuertemente en 2002 y recuperar su nivel en 2003.

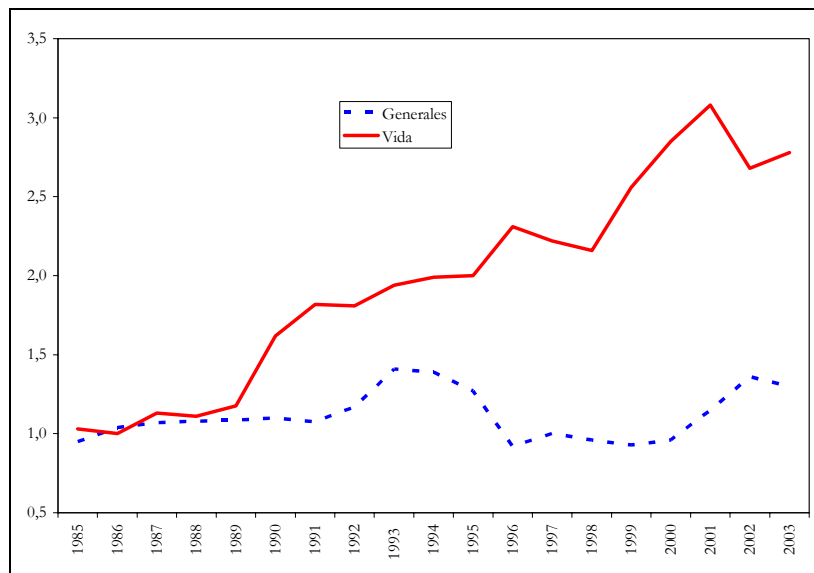
Es importante recordar que las corredoras bancarias fueron autorizadas a intermediar seguros a partir de fines de 1997, es decir, comenzaron a operar en medio de la denominada crisis asiática, donde la política de ajuste del Banco Central de Chile afectó de modo importante la actividad económica. De hecho los indicadores de seguros generales comenzaron a crecer solo a partir del año 2000. Con todo, en término absolutos, las primas de seguros generales crecieron a una tasa promedio anual de 8,3% en el período 1998-2003, superior al registro de 7,4% de los seguros de vida y al 2,6% del PIB.

Figura 3.1
Prima Per Cápita
(M\$ 2003)



Fuente: Elaboración propia en base a SVS.

Figura 3.2
Prima Como Porcentaje del PIB

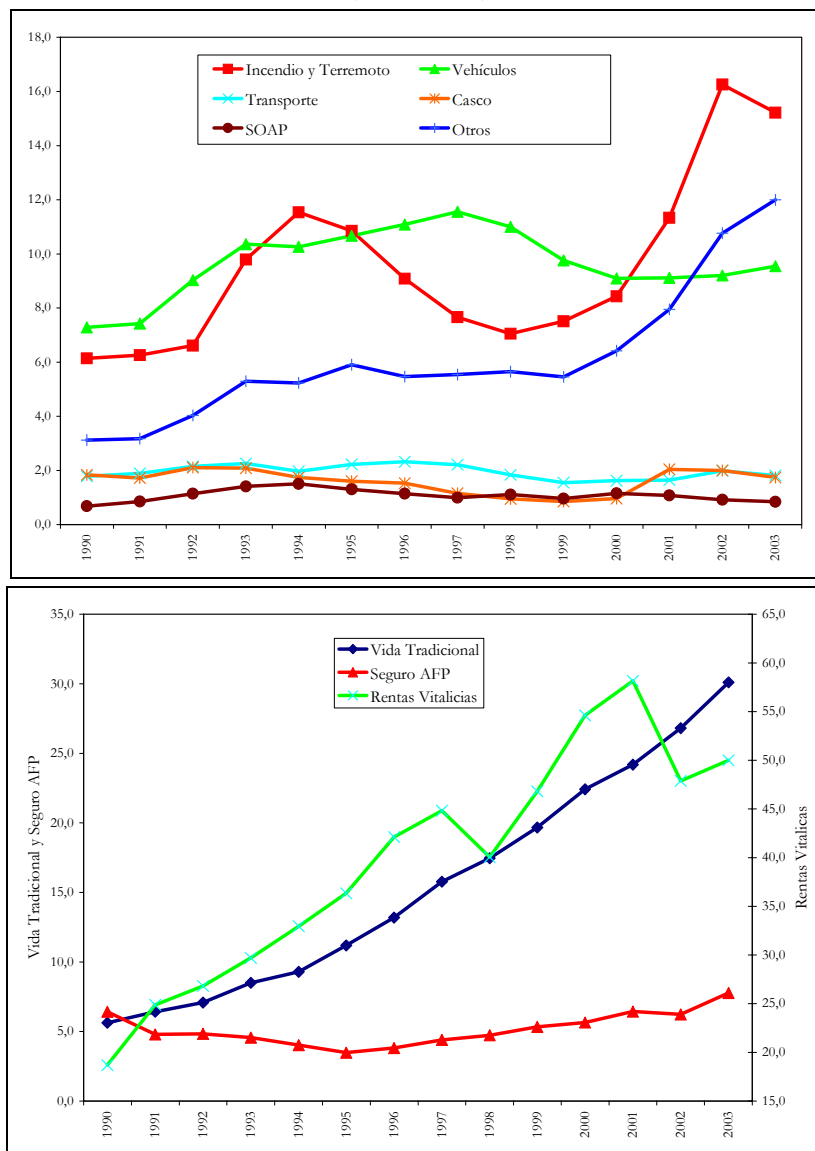


Fuente: Elaboración propia en base a SVS.

Las figuras previas muestran la evolución agregada de los indicadores de seguros generales y de vida y por tanto a partir de su análisis no es posible ser concluyente respecto de la importancia que ha tenido la bancaseguros en el desarrollo del mercado. La figura 3.3

muestra la prima per cápita por ramo de seguros generales en el panel superior y de vida en el inferior.

Figura 3.3
Prima Per Cápita por Ramos Seguros Generales y de Vida
(M\$ 2003)



Soap: Seguro Obligatorio de Accidentes Personales. Casco: Catastrófico, de salud y colectivos. Transporte: Considera marítimo, terrestre y aéreo.
Fuente: Elaboración propia en base a SVS.

Como se observa, los seguros de incendio y terremotos y el ramo otros de seguros generales son los que presentan mayor crecimiento tanto en densidad como en términos absolutos, los que prácticamente se duplican desde que comenzó a operar la bancaseguros en

1998. En efecto, los primeros pasan desde M\$ 7,1 per cápita en 1998 hasta un máximo de M\$ 16,3 per cápita en 2002 para luego caer a M\$ 15,2 per cápita en 2003. El ramo otros, donde se encuentra gran parte de los seguros asociados a productos bancarios y de crédito, por su parte, pasó desde M\$ 5,7 per cápita en 1998 a M\$ 12 per cápita en 2003. Sin duda que gran parte de este crecimiento se debe a la implementación de la bancaseguros en nuestro país.

Por el contrario, los ramos tradicionales de seguros generales como lo son el de vehículos motorizados, de transporte, CASCO y SOAP, cuya comercialización es más especializada y/o más difícil de implementar a través del canal bancario, han permanecido prácticamente constantes en el período en análisis.

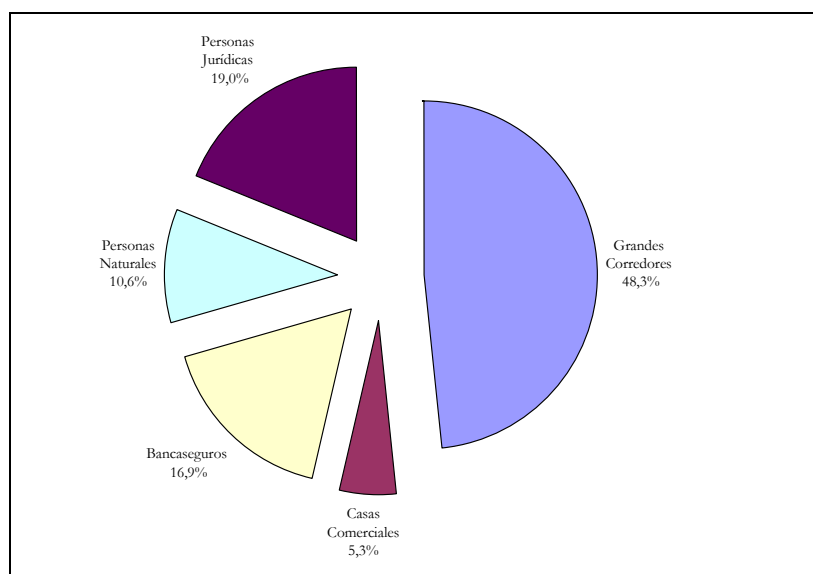
Un fenómeno similar se constata cuando se analiza el comportamiento por ramo de los seguros de vida. Mientras los seguros de vida tradicionales prácticamente se han duplicado desde que se permitió a los bancos el corretaje de seguros (línea con diamante en el panel inferior de la figura 3.3), las prima per cápita del seguro de invalidez y sobre vivencia de las AFP (SIS) y las rentas vitalicias han crecido a una tasa menor (líneas con triángulo y con cruz en panel inferior de la figura 3.3). Las causas del comportamiento del SIS son la caída en los niveles de empleo de los últimos años y el menor precio de los mismos. Las rentas vitalicias, por su lado, han sido afectadas por cambios regulatorios de importancia especialmente en lo relativo a su comercialización. Asimismo, el crecimiento de los seguros de vida tradicionales no debe atribuirse en su totalidad a la penetración de la bancaseguros, ya que una parte importante del crecimiento de los dos últimos años es explicado por los incentivos tributarios al ahorro provisional voluntario (APV). No obstante, como se verá en la sección siguiente, la bancaseguros ha sido un factor determinante para el desarrollo del mercado de seguros de vida tradicionales.

3.3.2 Mercado de corredores de seguros e importancia de la bancaseguros⁵

En el año 2003 la prima total de seguros generales sumó MM\$ 649.325 (US\$ 939 millones) cuya distribución se muestra en la figura 3.4, donde se observa que los actores más importantes corresponden a los grandes corredores y a los corredores personas jurídicas con participaciones de 48,3% y 19% respectivamente, seguidos por la bancaseguros con una presencia de 16,9% del mercado.

⁵ Sección basada en Asociación de Aseguradores de Chile (2004) y (2005). En adelante a la organización gremial se le llamará AACH.

Figura 3.4
Participación de Mercado Corredoras de Seguros Generales
2003

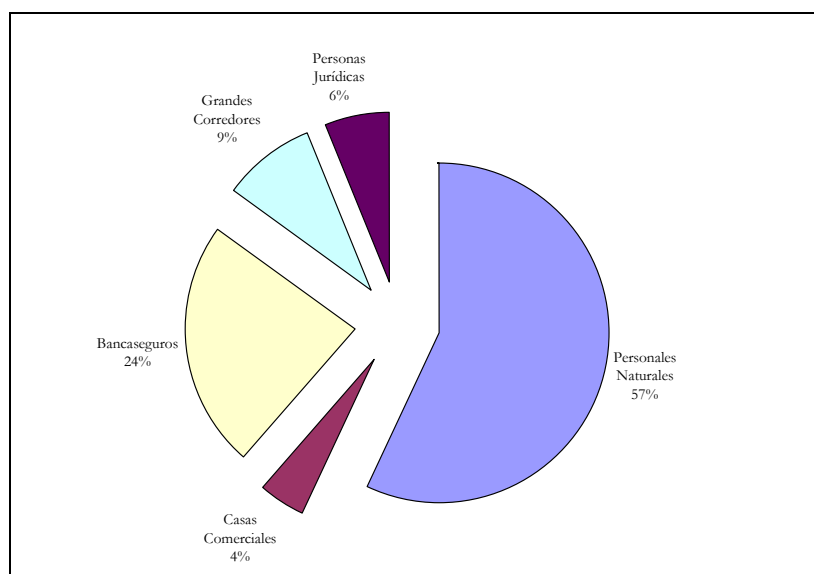


Fuente: AACH (2004).

Es importante notar que de acuerdo a información de AACH (2004), mientras las primas en términos absolutos de las personas naturales y personas jurídicas han permanecido prácticamente constantes o han caído levemente entre 2001 y 2003, las primas de la bancaseguros y de las casas comerciales se han más que duplicado, situación que avala la hipótesis que el fuerte desarrollo del mercado de seguros generales de los últimos años se explica por la presencia de la bancaseguros. Las primas de los grandes corredores, por su parte, prácticamente se duplicaron en igual período de tiempo.

La mayor presencia de la bancaseguros en el mercado de seguros generales se encuentra en los ramos de incendio y terremoto y en el ramo otros con participaciones de 23,1% y 18,9% respectivamente para cada uno, mientras que en el ramo de vehículos motorizados su participación es de sólo 10,8%. En el ramo “otros” destacan la participación de la bancaseguros en los seguros de accidentes personales, robo y desempleo, entre otros. Por su parte, las primas de seguros de vida totalizaron MM\$ 1.386 en 2003 (US\$ 2.005 millones), donde destacan las personas naturales con una importancia de 57% y la bancaseguros (24%), según muestra la figura 3.5.

Figura 3.5
Participación de Mercado Corredoras de Seguros de Vida
2003



Fuente: AACH (2004).

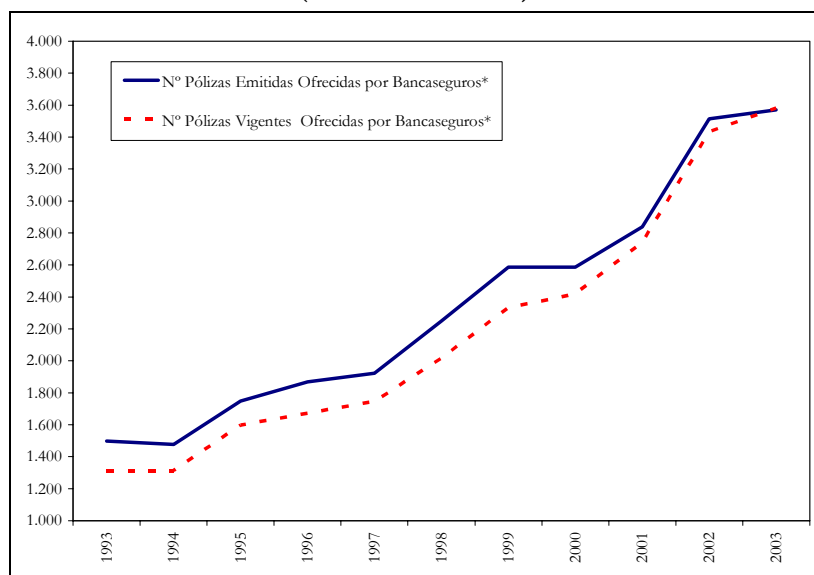
De acuerdo a AACH (2004), en este mercado las primas o ventas de los grandes corredores, personas jurídicas y personas naturales, se han mantenido constantes o caído levemente entre 2001 y 2003 mientras que las ventas de la bancaseguros y de las casas comerciales prácticamente se han duplicado, debido principalmente al seguro de desgravamen.

AACH (2004) hace un análisis del mercado de seguros de vida donde los divide en seguros individuales, colectivos y previsionales (SIS y rentas vitalicias en la nomenclatura de la sección previa). De acuerdo a la citada publicación, durante 2003 un 58,7% de las ventas corresponden a seguros previsionales, los cuales son vendidos mayoritariamente por personas naturales. En segundo lugar, con una participación de 35,4%, se encuentran los seguros colectivos, los que se venden mayoritariamente por los bancos debido a la presencia del seguro de desgravamen y de desempleo. Finalmente, se encuentran los seguros individuales (6%), cuyos principales vendedores son las corredoras bancarias y en menor medida, las personas individuales.

Por último, las figuras 3.6 y 3.7 presentan la evolución del número de pólizas de seguros generales y de vida. En el caso de los seguros generales se expone sólo la evolución de los ramos que se comercializan a través de la bancaseguros, es decir, se excluyen el de accidentes personales (SOAP), los seguros de garantía, el seguro de crédito y los asociados a empresas como el de todo riesgo construcción. A partir de la simple inspección del cuadro 3.6 se puede constatar que en los dos primeros años de funcionamiento de la bancaseguros, el

número de primas emitidas creció a tasas superiores al 15% anual, evolución que en los dos años siguientes se enfrió como resultado de la menor actividad doméstica y la crisis asiática. Desde 2001 en adelante el mercado de bancaseguros volvió a crecer con fuerza, lo que ha implicado que el número de pólizas emitidas haya crecido 86% entre 1997 y 2003, más del doble del crecimiento del total del mercado de seguros generales (40%). Una parte significativa de este crecimiento se debe a los seguros de cesantía asociados a créditos, que en el caso de CARDIF Chile, actualmente suman más de 1,5 millones de personas. Por otro lado, es importante resaltar que el “aplanamiento” que se observa en 2003 obedece principalmente al comportamiento de los seguros de incendios y sus adicionales, que en dicho período cayeron 8,3%. Sin embargo, desde que entrara en funcionamiento la bancaseguros, el número de primas emitidas del ramo otros, donde mayoritariamente participa este canal de comercialización, creció 365%.

Figura 3.6
 Número de Pólizas Emitidas y Vigentes de Seguros
 Generales Ofrecidas por Bancaseguros
 (Cifras en Miles)



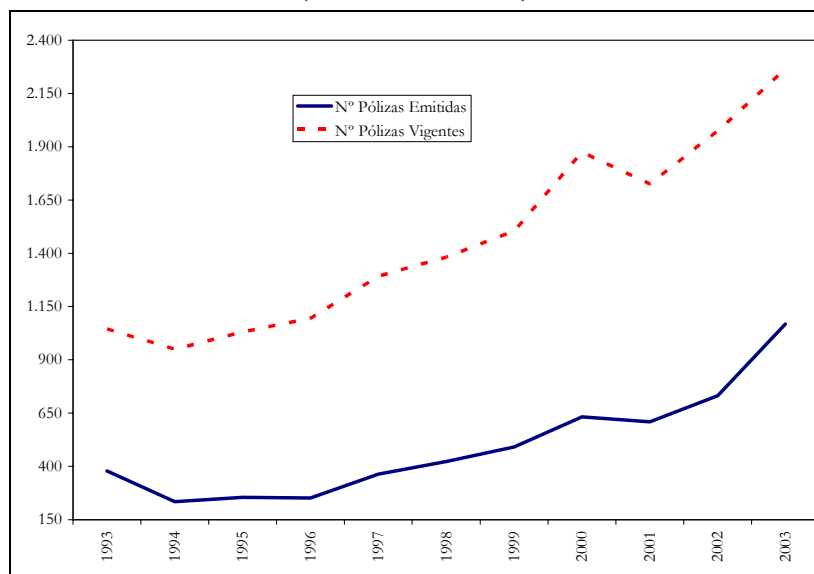
* Excluye el seguro SOAP, de garantía, de crédito y asociados a empresas.

Fuente: Elaboración en base a estadísticas de AACH.

Por último, la figura 3.7 presenta la evolución de las pólizas emitidas y vigentes de seguros de vida de productos ofrecidos por la bancaseguros, las que excluyen los seguros previsionales. Al contrario de lo ocurrido con los seguros generales, los seguros de vida no previsionales se mantuvieron prácticamente constantes entre 1993 y 1997 y comenzaron a crecer en forma explosiva con la entrada de la bancaseguros al mercado (excepto por el año

2001). En efecto, mientras en 1997 se emitieron cerca de 364 mil pólizas, en 2003 estas fueron más de un millón.⁶

Figura 3.7
Número de Pólizas Emitidas y Vigentes de Seguros de
Vida Ofrecidos por Bancaseguros
(Cifras en Miles)



Fuente: Elaboración en base a estadísticas de AACH.

En síntesis, el desarrollo de los últimos años del mercado de seguros generales y de vida se explica en forma importante por la presencia de corredoras bancarias o por el modelo de bancaseguros, lo que se constata al comprobar que todos los indicadores de penetración y densidad de seguros tienen un crecimiento sostenido desde el año 1998 en que comienza a operar la bancaseguros.

⁶ Es necesario destacar que el número de pólizas emitidas no necesariamente corresponde al número de asegurados ya que en el caso de los seguros colectivos existe más de un asegurado para una misma póliza.

4. Análisis del modelo de bancaseguros chileno

La experiencia chilena en bancaseguros es de reciente data y como se mostró en la sección previa, ha implicado una fuerte expansión del mercado asegurador. Pese a ello, su funcionamiento ha despertado aprehensiones y preocupaciones de la autoridad regulatoria del mercado asegurador, las que se revisan y analizan en este capítulo.

4.1 Antecedentes

La experiencia chilena en bancaseguros es de reciente data, con solo 6 años de operación. Como se mostró líneas arriba, en los últimos años la bancaseguros ha tenido un explosivo crecimiento, lo que ha desarrollado en forma importante el mercado asegurador chileno tanto si se analizan indicadores de penetración, cobertura y número de pólizas emitidas. Como en toda actividad que se encuentra en etapa temprana en su ciclo de vida, ésta fuerte expansión ha despertado aprehensiones y preocupaciones de diversos actores del mercado asegurador. En particular, las principales preocupaciones son las siguientes:

- Los bancos podrían estar utilizando el canal de distribución para traspasar su poder de mercado al mercado de seguros.
- Las ventas atadas entre productos bancarios y de seguros, serían una de las herramientas que utilizarían los bancos para ejercer el poder de mercado mencionado en el punto previo.
- Los precios para los asegurados de los productos de la bancaseguros serían excesivamente altos.
- Las comisiones pagadas por las compañías aseguradoras al canal de distribución bancario (corredores y bancos), serían excesivamente altas.
- Los corredores bancarios de seguros no estarían cumpliendo su misión de informar adecuadamente a los clientes respecto de las distintas alternativas de productos y precios que existen en el mercado, sino que actuando como asesores de las compañías aseguradoras y/o bancos particulares.
- En el caso de seguros de prima única asociados a créditos, en que el contratante es la institución que otorga el crédito, el asegurado es el deudor del mismo. Si existe un

prepago o renegociación del crédito, la prima no devengada no se devuelve a quien soporta el costo del seguro.

- Las aseguradoras estarían utilizando la devolución por experiencia favorable (DEF) para remunerar el canal de distribución en una forma distinta a una comisión, evadiendo el pago de IVA.
- Los asegurados no tendrían la información suficiente de los productos que están comprando.

Las aprehensiones y preocupaciones de la autoridad respecto del funcionamiento de la bancaseguros en nuestro país, llevaron a que hace menos de tres meses la SVS presentara cuatro propuestas o borradores de circulares y una de norma de carácter general, para recibir comentarios de los distintos agentes del mercado de seguros. En lo principal, las propuestas y sus objetivos se pueden agrupar en tres grandes categorías. A saber, mayor información al asegurado, obligación de devolver la prima no devengada en caso de prepago o renegociación de créditos y, depuración del concepto de DEF, las que se resumen en lo que sigue.

a) Mayor información para el asegurado

En este ámbito se persiguen tres tipos de objetivos:

a.1) *Mayor información sobre comisiones. Para ello se propone:*

- Las aseguradoras deberán indicar expresamente en la póliza, de cualquier tipo de seguro, el total de la comisión pactada con el corredor de seguros incluyendo además cualquier otra comisión que le corresponda al contratante por otros conceptos tales como: comisión por volumen, recaudación, producción, contingentes, etc.
- A juicio de la autoridad, se perfecciona el formato y el contenido de la información que el corredor de seguros debe entregar al contratante sobre la diversificación de su producción y comisiones. En el anexo de dicho documento, para cualquier tipo de póliza, se debe informar al cliente el porcentaje de la prima intermediada para cada compañía de seguros y si la corredora es o no relacionada con ella. Igual información se deberá proporcionar respecto de las comisiones recibidas.
- Las compañías aseguradoras y reaseguradoras deberán informar en los estados financieros de junio y diciembre de cada año las comisiones y pagos por pólizas de seguros colectivos asociados a créditos. En particular, se deberá entregar información

referente al número de la póliza, el contratante, el intermediario, el ramo, si el seguro es de prima única o periódica, el año de vigencia y la prima devengada. Adicionalmente, tanto respecto al contratante como para el intermediario, se deberá informar la comisión en términos porcentuales, el concepto por el que se paga, la comisión en miles de pesos y finalmente, el total de pagos devengados, en miles de pesos y como porcentaje de la prima devengada, por las comisiones y pagos a los contratantes y comisionistas y/o intermediarios que participan en la póliza de seguros colectivos.

- a.2) *Mayor información al momento de publicitar, promover, ofrecer un seguro y también una vez que haya sido contratado en el caso de seguros colectivos asociados a créditos u ofrecidos en forma conjunta a créditos.*
- a.3) *Mayor información en la atención y liquidación de siniestros.*

En este caso, se propone normar el procedimiento con que los liquidadores y corredores de seguros deben recibir y contestar las presentaciones, consultas o reclamos que se formulen respecto de ellas por parte de contratantes, asegurados o beneficiarios. Entre otras medidas, se establece que estas presentaciones o reclamos se deberán fechar con la respectiva identificación, archivar y contestar por escrito en un plazo de 20 días contados desde su recepción.

En general, los puntos de arriba, y en especial el a.1), tienen como objetivo según la autoridad limitar el poder de mercado que tendrían los bancos en su canal de distribución y por esa vía reducir los supuestamente altos precios para los asegurados, las excesivas comisiones pagadas y el uso de las ventas atadas para ejercer dicho poder. De acuerdo a la autoridad, al proveer de mayor información a los consumidores respecto de los ingresos que reciben los bancos en la forma de comisiones de intermediación, recaudación u otras formas de remunerar el canal de distribución, se generaría una mayor competencia en el mercado asegurador y de corredores, lo que redundaría en un mayor bienestar para los consumidores o asegurados.

Asimismo, la información que debe proveer el corredor de seguros respecto de sus fuentes de ingreso tendría como objetivo específico, según la autoridad, cautelar la independencia del corredor de seguros respecto de informar al cliente sobre las alternativas de producto y precio más convenientes que existen en el mercado.

Sin embargo, el exceso de información al consumidor no es útil si éste no está en condiciones de procesarla adecuadamente. En la sección 4.2 se profundiza.

b) Devolución de la prima no devengada

En el caso de los seguros de prima única asociada a créditos, la autoridad propone devolver la prima no devengada en caso de extinción o disminución de deuda por prepago o renegociación de créditos. Esta propuesta de cambio normativo tiene como objetivo, en la visión de la autoridad, limitar el aparente poder de mercado que poseen los bancos en su canal de distribución toda vez que esta variable se constituiría como una herramienta para negociar el precio de la prima con la compañía de seguros.

c) Depuración del concepto de DEF

Se establece que cualquier devolución que deba realizar la compañía de seguros, ya sea por rescisión o terminación del seguro o por baja siniestralidad u otra causa similar, debe ser percibida por quien asumió su costo, es decir, el asegurado. Por lo tanto, cualquier pago que la aseguradora realice a una persona distinta del asegurado será considerada una comisión. Con esta propuesta se limitaría el pago de comisiones “encubiertas” de las aseguradoras a los bancos y por tanto la evasión de IVA.

4.2 Análisis de las preocupaciones respecto del modelo de bancaseguros chileno

En esta sección se realiza un análisis de las preocupaciones de la autoridad que han llevado a la propuesta de nueva normativa y se entrega una opinión respecto a la conveniencia de aplicar estas normas.

a) General

Considerando los antecedentes expuestos a lo largo de este trabajo, las propuestas de la autoridad de seguros relacionadas a mejorar la información para los consumidores al momento de publicitar, promover y ofrecer seguros asociados a crédito y que se contratan en forma colectiva, así como también una vez que éstos han sido contratados, es útil para la operación transparente del mercado e incrementar las condiciones de competencia. Lo mismo ocurre con las propuestas destinadas a una mayor información en la atención y liquidación de siniestros. En mercados complejos es altamente conveniente un esfuerzo adicional de entrega de información al cliente sobre la naturaleza del producto que está comprando y los derechos y beneficios que tiene. Los abusos de la llamada “letra chica” dan espacio para extracción de rentas que perjudica a los usuarios finales y sustenta rentas extraordinarias, incentivando una conducta oportunista de los oferentes de los servicios. Asimismo, los esfuerzos de la autoridad por buscar modos de comparar precios del producto que se ofrece a través de los diversos

oferentes, por ejemplo con portales de Internet, son altamente valiosos. Compartimos los objetivos de la autoridad en este respecto.

Sin embargo, aquellas propuestas destinadas a forzar a las compañías de la bancaseguros a develar a los usuarios finales los distintos componentes de costos de la función de producción al interior de la cadena de producción, exceden con creces las funciones del sistema regulatorio y de fiscalización. Una cosa es generar portales que comparen el precio final de un crédito de consumo junto a varios seguros adjuntos, especialmente en productos estandarizados, y otra muy distinta es forzar a los productores a publicar en las pólizas toda la estructura de pagos y costos de su función de producción. Si bien es legítimo exigir una mayor desagregación en los estados financieros para que los fiscalizadores, autoridades de la libre competencia, o en general expertos y analistas, puedan analizar el mercado con mejor información, parece como una exageración traspasar al cliente final una enorme cantidad de información que no puede procesar y que no es su interés hacerlo. Dos son los problemas generales que se observa con estas medidas:

- Se expone al mercado a denuncias de tipo político-populista y al desprestigio. Es conveniente que los temas técnicos y complejos del mercado se discutan en los dominios de los expertos del mercado y de los organismos fiscalizadores. Estas medidas de apertura estimularán el debate público desinformado en los medios de comunicación, temas que dicho espacio público no puede procesar adecuadamente.
- Estas medidas van a concentrar el mercado y estimular a los bancos a operar con sus propias compañías. Puesto que el debate público populista “antibanco” tendrá un buen argumento para manipular a la opinión pública con los altos porcentajes del pago que van al canal bancario, los bancos reaccionarán eliminando las compañías independientes, reduciendo los pagos y comisiones al banco y sus corredoras y realizando las ganancias en la compañía de seguros relacionada. Ello es malo para el cliente final puesto que pone una lápida a las compañías independientes netamente de bancaseguros, como CARDIF Chile, o a asociaciones estratégicas como la reciente asociación entre BancoEstado y Metlife, y a cualquier compañía de seguros que no tenga relaciones de propiedad con un banco. Ello reducirá la rivalidad competitiva del mercado, lo que se traducirá sin duda en una menor penetración de mercado y productos y mayores precios finales, producto de una menor competencia.

Por lo anterior, es necesario revisar con cuidado la normativa descrita como a.1) en la sección 4.1.

b) Temas específicos

En lo que sigue se analizan algunas de las aprehensiones y preocupaciones específicas respecto del funcionamiento de la bancaseguros en Chile y que han motivado la normativa propuesta, y que se analizaron previamente.

b.1) Los bancos tendrían poder de mercado en su canal de distribución

Como se mencionó anteriormente, una de las principales aprehensiones es el poder de mercado que tendrían los bancos en la utilización de su canal de distribución. Esta visión de la autoridad debe ser analizada desde varios puntos de vista y considerando los distintos factores que han determinado la evolución del modelo chileno de bancaseguros.

En primer lugar, la bancaseguros sólo lleva 6 años de funcionamiento y por tanto se trata de un mercado en etapa de desarrollo y expansión, lo que se ha manifestado en tasas de crecimiento de dos dígitos en los últimos años. Como todo mercado que se encuentra en estas condiciones, restan ajustes en su organización industrial hasta llegar a su etapa de madurez, razón por la cual es prematuro realizar una evaluación concluyente respecto a su funcionamiento y sus consecuencias sobre bienestar de la sociedad. En todo mercado de desarrollo incipiente existen cuasi rentas, las que se diluyen en el tiempo producto de la propia dinámica de la competencia que lleva a mercados más profundos.

En esta experiencia, existen numerosos ejemplos en la banca. En la década de los 80 el interés de los créditos hipotecarios era de Letra hipotecaria + 4%. La entrada de los mutuos hipotecarios de las compañías de seguros llevó el interés a Letra hipotecaria + 2% a fines de dicha década. Por otro lado, en 1992, producto de la dinámica de competencia, se inicia un proceso de fuerte rivalidad competitiva con el lanzamiento de la Superhipoteca del Banco Santander, que ofreció una tasa de Letra hipotecaria + 1%. De modo similar, hace algunos años atrás el plazo de los créditos de consumo era como máximo de 24 meses y en casos muy excepcionales de 36 meses. En la actualidad se puede obtener créditos por un plazo de hasta 60 meses, se ofrecen algunos meses del año en que no se paga la cuota de amortización, y, en el caso de créditos hipotecarios, la oferta contempla tasas variables con un techo preestablecido independiente de la estructura que se verifique en el futuro.

En segundo lugar, se observa que los tres actores de la bancaseguros han mejorado su bienestar desde la irrupción de este canal de comercialización. En efecto, los bancos están remunerando su canal de distribución, las compañías aseguradoras están realizando un buen negocio técnico y los consumidores se han beneficiado de una mayor cobertura a precios más bajos, como se analizará más adelante.

En este último sentido, de acuerdo a distintos actores del mercado (véase listado de ejecutivos entrevistados en el anexo A), la bancaseguros ha generado un importante beneficio social ya que ha desarrollado productos que antes no existían, muchos de ellos a precios muy bajos, incrementado en forma significativa la cobertura de la población tanto de productos existentes como de nuevos productos. Ejemplos de ello, entre otros, son los seguros por muerte accidental, los seguros de enfermedades catastróficas, de desempleo y de incapacidad. De acuerdo al análisis previo, es útil recordar que el mercado de seguros es bastante complejo en términos del flujo y calidad de información necesaria para que los consumidores puedan conocer sus productos. Así, la bancaseguros mejora el bienestar de los consumidores ya que desarrolla productos sencillos y de fácil comprensión, que no requieren de personal de venta especializado y por lo tanto los volúmenes de venta son importantes para poder ofrecer bajos precios (e.g., el reciente seguro por muerte accidental desarrollado por BancoEstado).⁷

Al aglomerar demanda y realizar “pooling” de riesgos, la bancaseguros desarrolla productos de bajos precios, los que no son atractivos para los corredores tradicionales debido a la baja comisión de recaudación que percibirían, que se analizarán más adelante.

En definitiva, el sistema de bancaseguros representa un traspaso al banco de varias funciones que de otro modo debieran realizar las compañías de seguros. El precio por este servicio en mercados competitivos debe reflejar el costo de producción y una rentabilidad adecuada por el capital utilizado. En mercados nuevos y en desarrollo, es usual que existan algunos desvíos, pero el precio debe converger a dicho referente. La preocupación de la autoridad regulatoria viene principalmente por su apreciación de que un muy alto porcentaje del primaje de la bancaseguros termina en pago a los bancos por el canal de distribución. Por ello, amerita analizar este tema en mayor profundidad, lo que se realizará más abajo. Por ahora sólo podemos afirmar que el mercado se ha desarrollado en un corto período de tiempo en el contexto de un muy fuerte incremento de cobertura y penetración de nuevos productos a la población, en el contexto de precios agregados decrecientes para el cliente final, lo que ha resultado beneficioso para el consumidor. El tema también debe asociarse, y analizarse, en el contexto de la bancarización de nuevos segmentos, y no en forma aislada.

(ii) Los bancos usarían las ventas atadas para ejercer poder de mercado

Una preocupación reiterada dice relación con que la banca estaría utilizando las ventas atadas como una herramienta para ejercer poder de mercado. Para el análisis de esta preocupación se deben considerar los siguientes elementos:

⁷ Este seguro por muerte accidental tiene un precio anual de \$ 3.990, quedando el beneficiario asegurado por un plazo de 12 meses desde el pago de la prima. En caso de muerte accidental, el beneficiario recibe una renta de UF 6 (aproximadamente \$ 100.000) durante 30 meses.

Existen economías de alcance o de ámbito por el lado de la demanda cuando es más beneficioso para el consumidor comprar un paquete de productos o servicios a un solo proveedor que hacerlo en forma separada. Es común que existan este tipo de economías en mercados de servicios complejos, como lo es el de servicios financieros, donde el ahorro en tiempo de comprar en forma separada justifica la disposición a comprar paquetes de parte de los consumidores. La práctica de ventas atadas o en paquete en servicios financieros es una tendencia global.

Por otro lado, normalmente la venta atada es una práctica anticompetitiva, cuando se ata un servicio o bien en cuyo mercado se ejerce un poder monopólico con otro en el cual no se tiene. A la autoridad de seguros le preocupa el uso del canal de distribución de los bancos para ejercer poder monopólico, lo que se traduciría en una venta atada de un seguro anticompetitivo. En nuestra opinión, la preocupación respecto de la venta atada no se justifica ya que es muy fácil verificar cuando existe una práctica anticompetitiva de este tipo. El “test” que debemos realizar es si es posible adquirir ambos bienes en forma separada. En muchos bancos se puede obtener un crédito u otro servicio y contratar un seguro en una compañía distinta de la asociada al banco.

Aún si el banco condicionara la venta del servicio a la contratación del seguro que intermedia, el consumidor chileno tiene un amplio abanico de alternativas para adquirir el mismo servicio financiero y seguro y comparar sus condiciones. En este sentido, el consumidor que adquiere servicios en un banco es soberano para determinar el paquete que más le convenga, pudiendo optar entre muchas alternativas de comprar dichos bienes por separado. Por lo tanto, la venta atada de productos bancarios y de seguros no es una herramienta para ejercer un posible poder de mercado de los bancos.

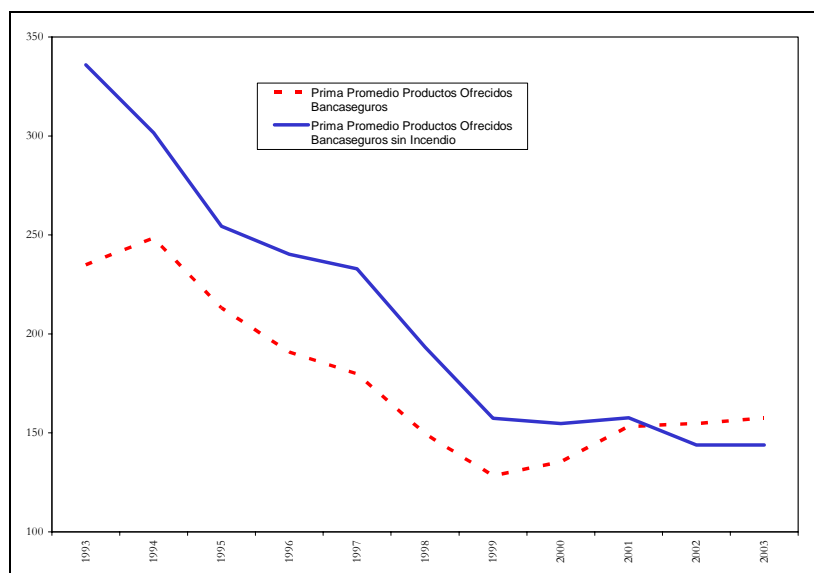
En el contexto anterior, es lógico que el banco “ate” la venta de un crédito de consumo a un seguro de desgravamen porque se protege del riesgo de muerte del deudor. Para créditos pequeños, dado el volumen de operaciones que realiza el banco, éste debiera ser capaz de obtener mejores precios que si el consumidor comprara el seguro por separado. Un fenómeno similar al anterior, en términos de las economías de ámbito, ocurre con los seguros de incendio y de desgravamen para créditos hipotecarios inferiores a UF 5.000. En términos de tiempo para cotizar un seguro y comprender su alcance, de acuerdo a ejecutivos del sector, sería más conveniente el seguro ofrecido por la institución crediticia.

(iii) Los precios de la bancaseguros serían excesivamente altos

La tercera preocupación es que la bancaseguros cobraría precios excesivamente altos a los asegurados. La figura 4.1 presenta la evolución desde 1993 de la prima promedio de seguros generales de los productos ofrecidos por la bancaseguros, definida como la prima

directa sobre número de pólizas emitidas (línea continua en figura 4.1)⁸. Como se observa, la prima promedio disminuyó sistemáticamente en términos reales desde 1993 hasta 1999, con una importante caída entre 1997 y 1999 cuando comienza a operar la bancaseguros. A partir de este último año, sin embargo, la prima promedio comienza a crecer y estabilizarse en torno a M\$ 158.

Figura 4.1
Evolución Prima Promedio Seguros Generales
Productos Banca seguros
Miles de \$ de 2003



Fuente: Elaboración en base a estadísticas AACH.

A pesar del fuerte descenso de los precios entre los años 1993 y 1999, los precios de los productos ofrecidos por la bancaseguros se han incrementado al observar este indicador agregado desde el año 1999 en adelante. Sin embargo, cuando se analiza el comportamiento de la prima promedio de los distintos ramos se concluye que el alza de precios que viene ocurriendo desde 1999 es explicado completamente por el incremento de la póliza promedio de incendio. Como lo muestra la figura 4.1, la línea continua reporta la evolución de la prima promedio de productos de bancaseguros excepto el de incendio, donde claramente se

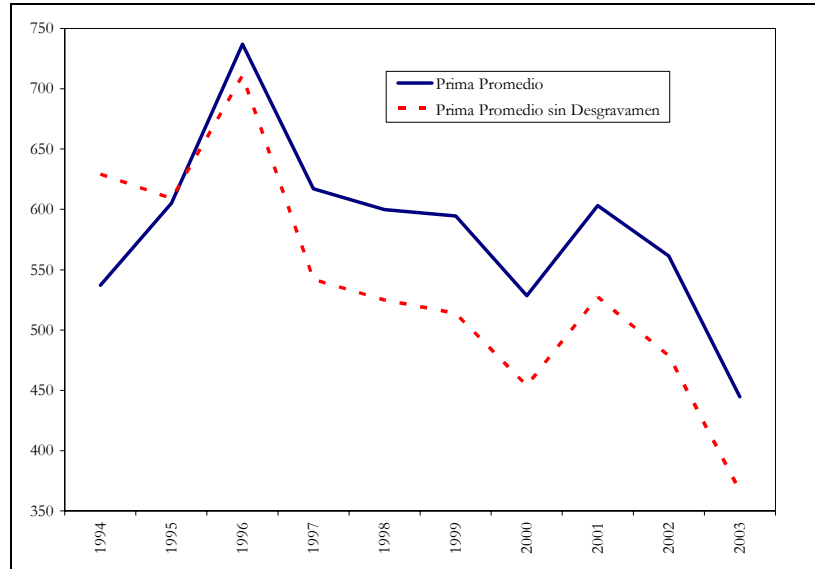
⁸ La prima promedio es uno de los mejores indicadores para analizar la evolución de precios del mercado de seguros ya que es extremadamente complejo hacer un seguimiento para un seguro en particular. Esto último se debe a que las coberturas y condiciones del contrato van cambiando en el tiempo, lo que hace que los productos no sean estrictamente comparables. Sin embargo, también se debe ser cuidadoso al interpretar la evolución de las primas promedio ya que, por un lado, existen cambios regulatorios que afectan el precio de algunos tipos de seguros, como el SOAP y las rentas vitalicias, y por lo tanto no evolucionan en base a condiciones de mercado y por otro, se tienen las primas colectivas, en donde se puede incrementar el número de personas asegurada, y por lo tanto la prima promedio, sin que necesariamente aumenten los precios de los productos.

demuestra que entre 1999 y 2001 se mantuvo estable en torno a M\$ 157 para caer a niveles de M\$ 145 en los dos años siguientes.

Es útil señalar que el mayor precio de los seguros de incendio y sus adicionales obedecería al mayor costo de siniestros asociado a un mayor número de ellos. Con todo, la actual prima promedio es similar a la vigente en los años 1993-1994, período en el cual se vivió un boom de la construcción como lo está sucediendo en los últimos dos años, a pesar del mayor costo de reaseguro que se observó luego del atentado a las torres gemelas en 2001.

La situación del mercado de seguros de vida no previsionales, por otra parte, se presenta en la figura 4.2. Al igual que en el caso de los seguros generales, si bien la caída de la prima promedio era un fenómeno que venía ocurriendo desde años previos, la entrada de la bancaseguros le dio un impulso adicional hasta el año 2000, donde la prima promedio subió 14%, luego cayó fuertemente en los dos años siguientes a niveles de M\$ 445. La figura 4.2 también explora la posibilidad que dicho comportamiento haya estado determinado por el seguro de desgravamen, el más frecuentemente citado respecto a la inquietud que se está analizando. Como se observa, el incremento de la prima promedio fue un fenómeno prácticamente generalizado para todos los ramos de los seguros de vida no previsionales. La explicación recogida en el sondeo realizado como parte de este estudio es que el incremento obedece a las mayores primas de los reaseguradores internacionales que originó el atentado a las Torres Gemelas de Nueva York y no estarían asociados a condiciones de mercado individual de Chile.

Figura 4.2
Evolución Prima Promedio Seguros
Vida No Previsionales
Miles de \$ de 2003



Fuente: Elaboración en base a estadísticas AACH.

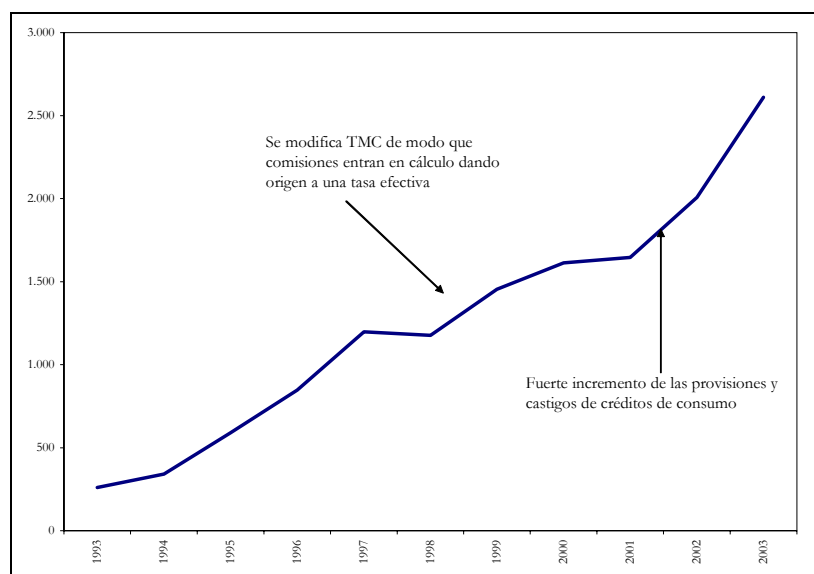
Como se señaló arriba, la crítica de precios excesivamente altos para los productos de la bancaseguros está especialmente basada en el seguro de desgravamen por lo que se realiza a continuación un análisis más detallado de este seguro. La figura 4.3 presenta la evolución de la prima promedio del seguro de desgravamen desde 1993. En ella se constata un incremento sostenido e importante, multiplicándose 10,1 veces desde dicho año hasta 2003. Las explicaciones a este comportamiento son múltiples y se relacionan a la definición de prima promedio, el sistema de TMC, a la evolución del monto promedio y plazo de los créditos y, entre otros, mayor esperanza de vida de la población, variables que se analizan en lo que sigue. En primer lugar, las pólizas de los seguros de desgravamen son colectivas, lo que implica, que la prima promedio no es un buen indicador de precios ya que el numerador del indicador puede crecer más que proporcionalmente que el denominador. Así, aunque la prima del seguro de desgravamen como porcentaje del crédito baje en el tiempo, la prima promedio puede aumentar, por ejemplo, debido al aumento del número de operaciones de crédito para una misma póliza y crédito promedio. Lamentablemente la SBIF solo solicita a los bancos información de saldos de colocaciones y no flujo de ellas. Luego, como el seguro de desgravamen es de prima única, es decir, se paga al momento en que se contrata el crédito, la única forma de verificar la prima como porcentaje del préstamo es disponer de la información de los flujos de créditos de consumo e hipotecarios de las cuales no se dispone. Más aún, en el período en análisis las pólizas emitidas pasaron desde 81.250 en 1993 a 37.129 en 2003 (caída

de 54,3%), fenómeno que, ceteris paribus, explica aproximadamente 2,2 puntos del incremento de 10,1 veces citado previamente.

En segundo término, una de las explicaciones que se ha dado a las supuestas mayores primas del seguro de desgravamen, es que éste ha sido utilizado para sobrepasar la TMC y de ese modo poder bancarizar a los segmentos de menores ingresos. Como se sabe, en nuestro país la TMC pone un techo a las operaciones de crédito, la que muchas veces hace que la tasa activa de los bancos no sea atractiva para poder bancarizar a personas de ingresos bajos, dado el mayor riesgo de estos, vis-a-vis otros segmentos de la población. Previo a mayo de 1998 se incrementaba la tasa activa, sobrepasando la TMC, a través del cobro de comisiones. Sin embargo, desde dicha fecha la SBIF cambió desde 2 a 3 los tramos de la TMC para dar más holgura a los bancos en el otorgamiento de préstamos pequeños, pero paralelamente, la normativa determinó que las comisiones asociadas a créditos de consumo o a las llamadas “líneas de crédito en cuotas” debían sumarse para dar origen a una tasa efectiva, que estaría sometida al límite de la TMC, restando capacidad de acción para que los bancos bancarizaran a este segmento. Posteriormente, en 1999, se dictó la ley de cobranza extrajudicial, la que en términos muy resumidos, puso límites a los porcentajes a cobrar por esta actividad, los que al no responder a ninguna racionalidad económica, no fomentan una cultura de pago, aumentando el porcentaje de irrecuperabilidad. Así, en una industria competitiva, este mayor gasto asociado al no pago, debería ser absorbido por la industria del crédito de consumo, aumentando la tasa de interés, lo que no puede ocurrir debido al límite de la TMC. En este contexto, se estaría utilizando la bancaseguros para superar el límite impuesto por la regulación.

Como se observa de la figura 4.3, luego que la prima promedio permaneciera constante entre 1997 y 1998, esta creció justamente posterior a los años en que se realizaron los cambios regulatorios que se resumieron arriba. Posterior al año 2000, el impacto de la recesión internacional y de las políticas internas de ajuste provocaron un fuerte incremento en la tasa de desempleo nacional, lo que tuvo como contrapartida un extraordinario aumento de las provisiones y castigos de parte de la banca, costos que también debieron ser absorbidos por una mayor tasa efectiva del crédito, y además resultó en un número no menor de reprogramaciones de crédito, las que en términos de flujo, implican un mayor primaje de seguros de desgravamen, y de prima promedio, sin necesariamente un incremento del precio como porcentaje del crédito.

Figura 4.3
Evolución Prima Promedio Seguro de Desgravamen
Miles de \$ de 2003



Fuente: Elaboración en base a estadísticas AACH.

En tercer lugar, y complementario a lo descrito arriba, el indicador de prima promedio también se incrementa si el monto promedio de los préstamos, de consumo e hipotecarios, aumenta. Como no se dispone de información de flujos, para analizar la evolución del préstamo promedio se utiliza como proxy la deuda promedio, es decir, el stock de deuda de consumo e hipotecaria para la vivienda dividido por el número de deudores. De acuerdo a las estadísticas de la SBIF, entre 1993 y 2003 la deuda promedio de consumo e hipotecaria creció cerca de 80%. Por otro lado, el estudio de la Cámara de Comercio de Santiago (1996) estima que la relación de deuda de consumo a ingreso familiar era de 1,8 veces a fines de 1995 y otro estudio de la SBIF (2004) señala que a fines de 2003 el mismo indicador era de 2,54, es decir, entre ambos períodos hubo un crecimiento cercano a 40%. Por lo tanto, ceteris paribus, el incremento de la deuda promedio explicaría entre 1,4 a 1,8 veces el incremento de la prima promedio del seguro de desgravamen sin considerar el explosivo crecimiento de las colocaciones de consumo de la industria del “retail”, donde participan las multitiendas y las grandes cadenas de supermercados.

Por último, sin pretender ser exhaustivo, evidencia casual sugiere que en el período en análisis el plazo promedio de los créditos de consumo se ha incrementado. A saber, mientras en 1993 la oferta de créditos de consumo era como máximo de 36 meses, actualmente se pueden encontrar productos con períodos de pago de hasta 60 meses. De igual modo, los créditos hipotecarios se concedían a plazos de 20 años y cubrían un 75% del valor de la vivienda a comienzos de los 90 versus la actual oferta de plazos de 30 años y cobertura de

hasta 90%. Considerando la evolución del mercado, si el período de pago promedio de la industria del crédito de consumo hubiera pasado desde un plazo de 18 meses a uno de 30 a 36 meses, la tasa del seguro de desgravamen, para los bancos que poseen mayor participación de mercado en esta industria (Santander, Chile y Estado), de acuerdo a información de la SBIF de diciembre de 2004, prácticamente se duplica. Por lo tanto, ceteris paribus, el incremento del plazo promedio de los créditos podrían explicar hasta 2 puntos de incremento de la prima promedio de la figura 4.3.

Lo analizado líneas arriba da señales respecto al incremento que han tenido los seguros de desgravamen a nivel agregado, tomando como indicador la evolución de la prima promedio. Un análisis más microeconómico, sin embargo, permite concluir que el incremento en las primas en gran parte de los casos ha estado acompañado de aumentos en el tipo de siniestros cubiertos y que no solo se limitan al desgravamen y la incapacidad total y permanente. Así, se han adicionado coberturas de enfermedades catastróficas y enfermedades graves y catastróficas (BBVA), invalidez total y permanente, que no solo cubren el saldo insoluto del crédito (BCI y BancoEstado) en caso de muerte sino que también accidentes personales y otro tipo de siniestros (e.g., Citibank).

El análisis previo da cuenta que sino se realiza un seguimiento de precios como porcentaje de los créditos, no es posible demostrar que la prima de los seguros de desgravamen ha aumentado. Con todo, si la autoridad desea que este caiga aún más se debe eliminar gradualmente la TMC y dejar que el mercado determine la tasa de interés de modo que cada producto, crédito y seguro, tenga su precio de mercado y la competencia sea más transparente.

Finalmente, realizar un análisis más microeconómico de la evolución de las primas de cualquier tipo de seguro es una tarea compleja debido a que los seguros van cambiando en el tiempo en variables como coberturas, deducible, exclusiones, condiciones para contratarlo, etc. y además para algunos seguros, la prima depende de las condiciones específicas de la persona o del objeto que se desea asegurar. Pese a ello, el cuadro 4.1 presenta una comparación de precios entre el año 2000 y 2005 para un conjunto estandarizado de seguros, donde se observa una clara caída en sus precios.

Cuadro 4.1

Comparación Precios de Algunos Productos Bancaseguros

Compañía/Producto	Prima Diciembre 2000	Prima Marzo 2005
BBVA, segura de vida: Fallecimiento por causa natural, indemnización por muerte accidental o accidente de tránsito, invalidez total y permanente por accidente o enfermedad (80%). UF 500	UF 1,32, edad de 18 a 35 años	UF 1,25, edad de 18 a 35 años
Santander-Santiago, súper seguro vida: Fallecimiento, muerte accidental, invalidez accidental, pago de capital por enfermedad grave. UF 2.000	UF 1,48, edad de 18 a 35 años	UF 1,21, edad de 18 a 35 años
BCI, seguro automotriz: Deducible UF 3. Automóvil de \$ 5,5 millones	UF 17,7	UF 15,4
Citibank, Protección de documentos: Considera 3 tarjetas de crédito	UF 2,4	UF 1,7

Fuente: CARDIF Chile y compañías de seguros.

No obstante lo ocurrido con el seguro de desgravamen, donde no es trivial concluir que su precio ha aumentado o caído, el análisis previo da cuenta de una baja de una parte importante de los seguros generales y de algunos ramos de vida no previsionales desde la entrada en funcionamiento de la bancaseguros, lo que demuestra que ésta no cobra precios excesivamente altos a los asegurados. Es decir, no solo se ha incrementado significativamente la cobertura de seguros sino que los precios promedio se han reducido. El alza del seguro de desgravamen se debe en parte a otros productos incorporados, en parte a que no se puede bancarizar segmentos de menores ingresos mientras mantengamos el absurdo y anacrónico sistema de la TMC y en parte a la mayor deuda promedio y a distorsiones del indicador de prima promedio. Además de la evidencia de una caída prácticamente generalizada de precios, la bancaseguros ha cambiado en forma importante las condiciones de asegurabilidad: Antes las personas que pedían créditos por sobre UF 5.000 (o incluso por un monto menor) debían realizarse un examen médico para efectos del seguro de desgravamen mientras que actualmente basta una declaración jurada.

(iv) Las comisiones para corredores y bancos serían excesivamente altas

Otra de las preocupaciones respecto de la bancaseguros es que las comisiones pagadas por las compañías de seguro a las corredoras bancarias por concepto de intermediación y a los bancos por concepto de recaudación serían excesivamente altas. Asimismo, se sostiene que no existe transparencia en términos de la información al asegurado, el que desconoce la existencia

de estas comisiones. Esta preocupación se sustenta en el hecho que para algunos productos, como el seguro de desgravamen, las comisiones citadas fluctúan entre 75% y 80% de la prima pagada, con un promedio para los bancoaseguradores de Chile en torno al 50%. Es decir, el primaje representa entre el 20% y 50% del costo total para el asegurado, correspondiendo el resto a los distintos canales de distribución.

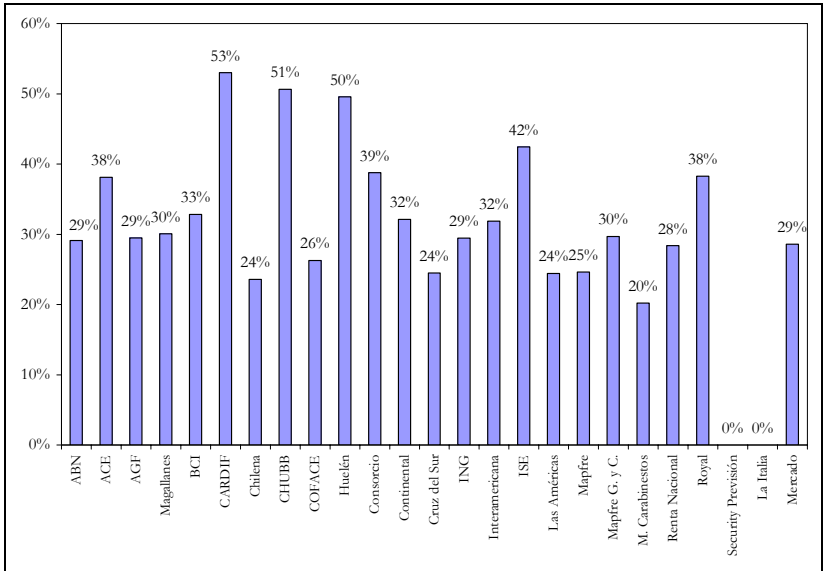
Para entender esta preocupación y verificar su validez, se deben considerar las siguientes variables:

- En el sistema de bancaseguros es el banco el que realiza el esfuerzo de comercialización. En este sentido, a través del canal bancario la compañía no incurre en gastos asociados a la fuerza de ventas (remuneraciones, capacitación, etc.), red de sucursales, “back office”, tecnologías de información, gastos de comercialización y publicidad, entre otros gastos. Asimismo, la curva de aprendizaje que debe recorrer una compañía de seguros que recién se establece en un mercado, es menor para una compañía 100% bancaseguros versus una con canales de comercialización “tradicionales”.
- Como se indicó en la sección de revisión internacional de bancaseguros, este canal de distribución tiene un menor costo como porcentaje de una prima anual que oscila entre 22% y 58% respecto de poseer una fuerza de ventas propia u otro canal tradicional de ventas. Es decir, las comisiones pagadas a los bancos por las compañías de seguros dependerán de cuánto ellas valoran el canal de distribución dada su capacidad en el negocio técnico.
- Otra variable clave que influye en el valor que las aseguradoras le dan al canal de distribución bancario, es el beneficio asociado a una mejor diversificación del riesgo, lo que se observará producto del presente análisis.

Para analizar las variables antes mencionadas se utilizará como “benchmark” a CARDIF Chile, que es una compañía de seguros que comercializa el 100% de sus productos a través de la bancaseguros y que llegó a nuestro país producto de la modificación normativa de fines de 1997, la que permitió este canal de distribución. Para entender el análisis que se realiza en lo que sigue, se debe tener presente que las comisiones que las compañías de seguros pagan a los bancos, en tanto corredores de seguros del mercado, se contabilizan en las partidas del Estado de Resultados denominadas Resultado de Intermediación, al tiempo que las comisiones que pagan a los bancos por concepto de recaudación, se contabilizan en el ítem Otros de los Costos de Administración.

La figura 4.4 presenta los costos directos de las compañías de seguros generales, definidos como el Costo de Intermediación más el Costo de Administración (remuneraciones de administración y de fuerza de ventas propia más otros costos), como porcentaje de la Prima Directa. Como se observa, los costos de CARDIF Chile representan 53%, porcentaje similar al de CHUBB y Huelén, pero un poco menos del doble que el 29% del mercado.

Figura 4.4
 Costos Directos (Costos de Intermediación más Costos de Administración)
 Porcentaje de Prima Directa Seguros Generales
 Cifras a Diciembre de 2004



Fuente: Elaboración en base a estadísticas SVS.

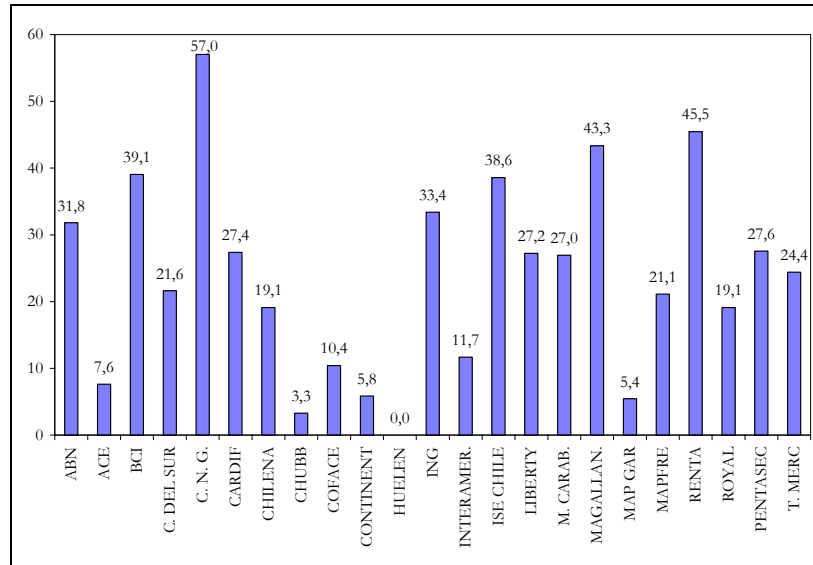
Lamentablemente, no existe información pública desagregada de costos para investigar si la diferencia de 24 puntos entre el indicador de CARDIF y el de mercado, es el valor que la bancaseguros le asigna al canal de distribución.⁹ No obstante, se pueden analizar algunos indicadores que pueden permitir conjeturar que dichas comisiones tienen correspondencia con el valor que la bancaseguros le asigna al canal bancario.

La figura 4.5 muestra los costos de siniestros como porcentaje de la prima directa. Como se observa, el costo de siniestros de CARDIF Chile representa 27,4% de la prima directa, similar a la del mercado de 24,4% e inferior al de compañías como BCI (39,1%), Consorcio (57%), ISE (38,6%), Magallanes (43,3%) y Renta Nacional (45,5%), que poseen una red propia de distribución. Como se mencionó previamente, una de las variables que influye en el valor que las aseguradoras le dan al canal de distribución bancario, es el beneficio asociado a

⁹ A saber, los componentes de la partida Otros de los Costos de Administración, donde se contabilizan las comisiones que la bancaseguros pagan a los bancos.

una mejor diversificación del riesgo, lo que se manifiesta en el menor costo de siniestros que CARDIF Chile tiene respecto de compañías que producen seguros similares y que los comercializan principalmente a través de una red propia.

Figura 4.5
Costos de Siniestros como Porcentaje de
Prima Directa Seguros Generales
Cifras a Diciembre de 2004



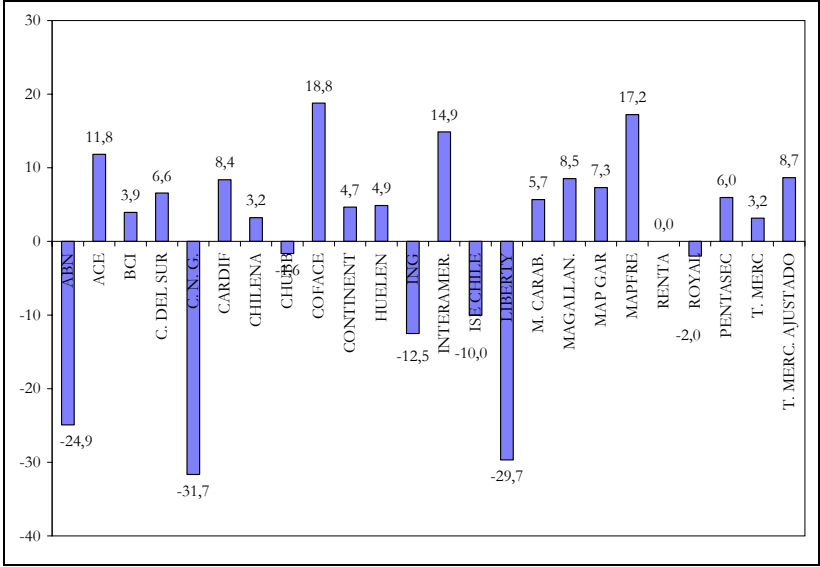
Fuente: Elaboración en base a estadísticas SVS.

Por otro lado, una forma indirecta de analizar si las comisiones que las compañías de seguros generales pagan a los bancos serían excesivamente altas, es observar la rentabilidad operacional sobre patrimonio del mercado (resultado operacional sobre patrimonio). Bajo condiciones de operación similares en el negocio técnico, si los bancos explotaran el supuesto poder de mercado que tendrían en la utilización de su cadena de distribución, cobrando comisiones excesivamente altas a las compañías de seguros generales, la rentabilidad operacional sobre patrimonio de la bancaseguros debería ser inferior a la de mercado y a la de las compañías que poseen una red propia.

La figura 4.6 expone la rentabilidad operacional sobre patrimonio del año 2004 de las compañías de seguros generales, con evidencia mixta en este respecto. En efecto, CARDIF Chile tiene una rentabilidad de 8,4%, superior a la de mercado (3,2%), y en línea con la de otras compañías que intermedian sus productos a través de una red propia como Magallanes (8,5%) y Cruz del Sur (6,6%). No obstante, la rentabilidad de CARDIF Chile es menor a la de Mapfre Seguros Generales (17,2%), Interamericana (14,9%) y ACE 11,8%. Es importante notar, como lo muestra el indicador de mercado ajustado de la citada figura, que si se eliminan los

resultados de aquellas compañías con rentabilidades negativas, el promedio de la rentabilidad del mercado es de 8,7%, muy similar a la de CARDIF Chile en 2004.

Figura 4.6
 Rentabilidad Operacional sobre Patrimonio (2004)
 (Cifras en Porcentaje)



Fuente: Elaboración en base a estadísticas SVS.

Lamentablemente, la información analizada no permite responder a la pregunta de si existen o no rentas sobrenormales a favor de los bancos. Sin embargo, el análisis previo, junto a la evidencia casual (las preferencias reveladas de CARDIF), todo en el contexto de una fuerte expansión de los productos de la bancaseguros con precios agregados decrecientes, es posible conjeturar que los bancos estarían obteniendo una comisiones en las cuales no se puede descartar su correspondencia con el valor que las compañías de seguros generales le asignan al canal bancario de distribución.

Por último, es útil tener presente la experiencia internacional en este respecto. En países como Italia y España las comisiones pagadas al canal de distribución son del orden de 50% a 60% con tendencias disímiles en el tiempo de acuerdo al desarrollo de cada mercado. Al favorecer la competencia entre consorcios de bancaseguros, es probable que avancemos con rapidez hacia dichos precios.

(v) No devolución de la prima no devengada en el caso de seguros asociados a crédito y de prima única cuando ellos se prepagan o renegocian

La autoridad desea que en el caso de prepagos de créditos la prima no devengada sea devuelta cuando ha sido pagada como prima única. El análisis de esta preocupación de la autoridad debe ser realizado desde diversos ángulos, teniendo presente que algunos bancos de la plaza están devolviendo la prima no devengada. Primero, si se determina la devolución de parte de la compañía de seguros y se desea que la devolución llegue al cliente final (entendido como el que soporta el pago), debe ser el banco, que se relaciona con el cliente, el que implemente la devolución. Es decir, no debe inmiscuirse a la compañía de seguros en la devolución directa al cliente final ya que es el banco el que tiene la relación comercial con el asegurado.

En segundo lugar, esta medida que desea introducir la autoridad es aplicable a seguros de prima única. Para el caso del seguro de desgravamen de créditos de altos montos, la prima tiene vigencia de un año, lo que significa que la prima no devengada es de un período de meses, por lo que dados los costos administrativos tanto para el banco, las aseguradoras y el tiempo del cliente que su devolución origina, no se justifica en términos económicos una medida de este tipo. Algo similar ocurre con los seguros de desgravamen de créditos de consumo, donde la prima tiene una vigencia, por ejemplo de 36 meses, ya que en general, estos originarían una devolución de muy bajo valor, el que podría no compensar los costos que significa implementar la medida. Además, se debe considerar que el riesgo no es lineal, lo que implica que la parte no devengada no es la simple división de la prima por el número de meses que restan para pagar el crédito, lo que sería muy difícil de entender por parte de los asegurados.

Independiente del análisis previo y de los plazos del crédito asociado, los seguros de prima única pueden ser contratados sin que el asegurado esté informado, por lo que no es evidente que el beneficiario sea quien soporte el pago de la prime. Es decir, el beneficiario puede ser una persona distinta a quien la institución financiera otorgó el crédito. En un mercado competitivo, las probabilidades de siniestro y de prepago están internalizadas en los precios competitivos por lo que no es clara la conveniencia de incrementar los costos de operación para los casos de créditos de corto plazo o cobros anuales. Podría existir más mérito de esta preocupación en créditos de largo plazo, aunque no es evidente el efecto en el consumidor final por el “trade-off” entre simpleza operativa y costos de devolución.

En efecto, cuando los bancos llaman a licitación de seguros, una de las condiciones es la no devolución de la prima no devengada. Así, de eliminarse esta práctica, el precio de los seguros sería mayor y no tendría mayor impacto para los consumidores, ya que sólo aquellos

con mayor información exigirían su devolución, perjudicando a la gran mayoría de los consumidores quienes terminarían pagando una prima más alta.¹⁰

(vi) Utilización de la DEF para remunerar el canal de distribución evitando el pago de IVA

La devolución por experiencia favorable o DEF es un pago que realizan las compañías de seguro a bancos y corredoras cuando el riesgo de la cartera es menor al esperado. En virtud de este menor riesgo, la compañía devuelve parte de la prima y en este caso particular, lo hace al canal bancario.

En el análisis de esta preocupación se debe considerar que la DEF es una práctica común en el mercado de seguros. Si una persona que contrata un seguro automotriz para daños propios y de terceros no tiene siniestros durante la vigencia del mismo, en muchos casos, al año siguiente la compañía le reduce la prima. Esta experiencia es fácil de entender ya que la aseguradora en todo momento se relaciona con el cliente o beneficiario, que para este ejemplo es el asegurado y quien soporta su pago.

En el análisis de la aprehensión de la autoridad, nuevamente surge la pregunta de quién es el cliente de la compañía de seguros y a quién corresponde o a quién se le debe pagar la DEF. Dado que la bancaseguros aglomera demanda y realiza “pooling” de riesgos, el cliente de la compañía es el banco y por tanto sería extremadamente costoso hacer una DEF para cada persona asegurada (en general de pequeño monto). Bajo condiciones de competencia en el mercado de seguros y bancario, la DEF se debiera reflejar en mejores condiciones para los consumidores finales o personas aseguradas.

Las consideraciones analizadas previamente son correctas si el monto de la DEF es la adecuada apreciación de una reducción de riesgo de la cartera o “pool” del banco, en cuyo caso es válido que el banco perciba la DEF y la competencia lleve a que el costo final para los consumidores se reduzca si hay un menor riesgo. De nuevo, no es conveniente incrementar los costos operativos de devolver uno a uno la proporción del DEF al cliente final, sino que fiscalizar si su uso se ajusta a criterios técnicos.

Sin embargo, un tema diferente es el uso de la DEF para la evasión de IVA u obtener un comisión encubierta. Ello sería el caso si la DEF está “abultada”. En términos de eficiencia económica, creemos que el IVA no debiera grabar las operaciones financieras ya que no son

¹⁰ Además, existe un argumento de carácter legal para no devolver la prima no devengada de este tipo de seguros, ya que la normativa estaría contradiciendo los principios establecidos en el Código de Comercio (artículos 542-547-548).

actos de consumo sino que sólo son una asignación intertemporal del mismo (véase Arrau, 2002). Sin embargo, dado que nuestra legislación grava las comisiones con IVA, se debe fiscalizar y normar que la DEF se realice bajo criterios técnicos que la justifiquen.

(vi) Los corredores bancarios de seguros no estarían cumpliendo su misión de informar adecuadamente a los clientes

Preocupa a la autoridad que las corredoras bancarias no cumplirían la misión de informar adecuadamente a los clientes respecto de las distintas alternativas de productos y precios que existen en el mercado, que es su labor legal, sino que actuando como asesores de las compañías aseguradoras y/o bancos particulares. En este respecto se debe recordar que la Ley de Seguros establece que los Corredores de Seguros son auxiliares del mercado de estos productos y/o servicios y, consecuentemente, deben asesorar a la persona que desea contratar un seguro, ofreciéndole las coberturas más convenientes a sus necesidades e intereses e ilustrándola sobre las condiciones del contrato.

Habida consideración de lo anterior, desde un punto de vista meramente económico, una de las características de la bancaseguros es que las sinergías entre el productor del seguro y el canal de distribución permiten desarrollar productos estandarizados y de bajo costo, lo que no justifica la asesoría de un corredor. Así, en este caso la corredora bancaria sólo cumple el rol de un agente de ventas y por tanto, actúa como un asesor de la compañía aseguradora y/o banco en particular. Existe un problema legal de aplicar este concepto a las corredoras de seguros del mercado de bancaseguros, pero en todo caso, es labor de la autoridad fiscalizar su funcionamiento y no parece una buena idea traspasar esa función al cliente, quien se verá sobrepasado con la entrega de información de la fuente de ingresos de la corredora.

Bibliografía

Arrau, Patricio (2002), “Agenda Pro Crecimiento, Propuestas de reformas al mercado de capitales II”, elaborado a solicitud de SOFOFA.

Arrau, Patricio (1997), “Desarrollo del mercado de capitales: lecciones de la experiencia chilena”, en Perspectivas en Política, Economía y Gestión, Volumen 1, Número 1.

Asociación de Aseguradores de Chile (2004), “Evolución y análisis de los corredores de seguros”, Boletín de Opinión N° 68, septiembre.

Asociación de Aseguradores de Chile (2005), “Análisis del sector bancaseguros”, Boletín de Opinión N° 73, enero.

Cámara de Comercio de Santiago (1996) “Deuda de Consumo Consolidadas por Estrato Socioeconómico en Chile: Antecedentes a diciembre de 1995”, Publicaciones Departamento de Estudios Económicos, marzo.

SBIF (2004), “Financiamiento de los Hogares en Chile”, Serie Técnica de Estudios N° 001, elaborado por Gabriel Aparici y Alvaro Yañez, noviembre.

Sigma (2002 a), “El desarrollo de la bancaseguros en Asia – acelerando la marcha, Swiss Re, N° 7, 2002.

Sigma (200 b), “El seguro en América Latina: Ante la oportunidad de crecimiento y el reto de la mejora de rentabilidad”, Swiss Re, N° 2, 2002.

Sigma (2004), “El Seguro Mundial en 2003: La industria en vías de recuperación”, Swiss Re, N° 3, 2004.

Anexo A

Ejecutivos y Autoridades Entrevistadas

Anexo A

Ejecutivos y Autoridades Entrevistadas

Jorge Brinklow, Contralor, Altavida Seguros de Vida Santander.

Jorge Claude, Gerente General, Asociación de Aseguradores de Chile

Alejandro Ferreiro, Superintendente de Valores y Seguros.

José González, Gerente de Operaciones, BBVA Corredora Técnica de Seguros BHIF Ltda.

Roberto Haramboure, Gerente de Administración y Finanzas, BCI Seguros.

Oswaldo Macías, Intendente de Seguros.

Enrique Marshall, Superintendente de Bancos e Instituciones Financieras.

Juan Carlos Samaniego, Ejecutivo, BCI Seguros.

Javier Silva, Gerente de Administración y Operaciones, Asociación de Aseguradores de Chile.

Francisco Valenzuela, Gerente General, CARDIF Chile Compañía de Seguros

Daniel Weis, Gerente de Marketing, CARDIF Chile Compañía de Seguros