

Mayo de 2019

# La brecha de protección de automotor en Latinoamérica



- 01 Resumen
- 03 El mercado del seguro de automotor en Latinoamérica
- 07 La brecha de protección de automotor
- 18 Conclusión

# Resumen

Prevedemos que las primas de seguro de automotor crecerán en Latinoamérica a una tasa de crecimiento anual compuesta (TCAC) de más del 3 % en los próximos cinco años.

Los vehículos no asegurados suponen una importante carga económica en Latinoamérica.

Estimamos una brecha de protección en términos de volumen de primas en los cinco mayores mercados de Latinoamérica de 76 000 millones de USD.

La póliza mínima obligatoria cubre menos del 10 % de las necesidades de ingresos de sustitución en caso de accidentes mortales.

Esperamos que la recuperación económica que se está produciendo en Latinoamérica impulse la compra de vehículos y la demanda de seguro de automotor. Automotor sigue siendo el mayor ramo de daños y accidentes (P&C, por sus siglas en inglés) en la región. En 2017 se calculó que el total de las primas de automotor fue de 32 000 millones de USD, ligeramente por encima del 40 % de las primas de P&C. En los próximos años es muy probable que el ritmo de crecimiento de las primas de automotor sea superior al del producto interior bruto (PIB), ya que la propiedad de vehículos y la penetración del seguro todavía se encuentran muy por debajo del punto de saturación. Nuestro escenario de referencia es que las primas de automotor crecerán de un 3 % a un 5 % (TCAC) en términos reales en los países de la región entre 2019 y 2023, y México y Colombia experimentarán el mayor crecimiento. Otra consideración para el futuro es la tecnología disruptiva que, al cambiar el panorama de la movilidad, afectará a la venta de automóviles y a la demanda de coberturas relacionadas.

Aunque la perspectiva es positiva, la realidad es que en Latinoamérica hay una gran cantidad de vehículos que no están asegurados. Solamente cerca del 58 % del total del parque móvil de los cinco mayores mercados tiene algún tipo de cobertura. Esto representa una carga económica significativa para la sociedad, ya que expone a las personas a dificultades económicas resultantes de (1) pagos de responsabilidad civil ante terceros; (2) pérdida de ingresos por incapacidad temporal/permanente o muerte; y (3) gastos de bolsillo para cubrir costes médicos y daños a la propiedad.

Desde una perspectiva de oportunidades de seguro, calculamos una brecha de protección de automotor de 76 000 millones de USD en nuestra muestra de cinco países para este estudio<sup>1</sup>, aproximadamente 2,8 veces el volumen de primas combinado de estos mercados. La penetración del seguro de automotor en nuestra muestra de países es en la actualidad el 0,6 % del PIB, y la brecha de protección estimada un 1,7 %. La brecha más grande la encontramos en Brasil, con 51 000 millones de USD. En términos de penetración de vehículos asegurados, la más pequeña es la de México (30 %). Entre las razones clave de la brecha de protección de automotor podemos citar:

- Asequibilidad;
- Desconocimiento de los productos de seguro y falta de percepción de riesgo;
- Dificultad para comprar productos de seguro;
- Desconfianza en las compañías aseguradoras;
- Alta frecuencia/gravedad y costes de reclamaciones;
- Restricciones regulatorias y legislativas;
- Aplicación inconsistente de las leyes vigentes.

Es importante considerar la adecuación de la cobertura de automotor de responsabilidad civil ante terceros dada la relativamente alta cifra de muertes por accidentes de automotor en Latinoamérica. Como parte de nuestra investigación, observamos que en el caso de muertes por tráfico el importe mínimo obligatorio asegurado para responsabilidad civil ante terceros es inferior, por término medio, al 10 % de las necesidades de sustitución de ingresos<sup>2</sup>. Esto supone una pesada carga económica para las personas y los hogares que socava su resiliencia en tiempos de dificultades económicas.

<sup>1</sup> Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México.

<sup>2</sup> No incluimos los gastos médicos de tratamiento de personas lesionadas y/o incapacitadas por accidentes de tráfico ni su pérdida de ingresos.

## Resumen

Un mayor uso de microseguro, nuevos canales de distribución, innovación de producto y tecnología podría ayudar a cerrar la brecha de protección de automotor.

Para hacer frente a estos desafíos recomendamos que las aseguradoras hagan más uso de microseguro y nuevos canales de distribución, impulsen la innovación de producto y adopten nuevas tecnologías. Además, el sector público puede desempeñar un papel importante a través de la creación de un marco legal y regulatorio actualizado para apoyar el desarrollo adecuado del mercado de automotor y de la aplicación de planes de seguro obligatorios. Los gobiernos deben asegurar que el nivel de cobertura obligatoria es suficiente para sustituir las necesidades de ingresos de un hogar en caso de lesiones y/o muerte, además de garantizar un ajuste anual conveniente, ya que la elevada y volátil inflación puede erosionar su valor con el tiempo. Estas medidas ayudarán a cerrar la brecha de protección de automotor y mejorar la resiliencia económica y social.

# El mercado del seguro de automotor en Latinoamérica

Las primas de automotor representan el 20 % de las primas de seguro totales en toda Latinoamérica.

**Tabla 1**

Primas directas suscritas y PIB en 2017, miles de millones de USD

## Tamaño del mercado y tendencias de penetración

Calculamos que el total de primas de seguro de automotor en el conjunto de Latinoamérica fue de 32 000 millones de USD en 2017. Esto convierte a automotor en el mayor ramo, con alrededor de un 40 % de P&C y un 20 % de todas las primas del sector del seguro. Los cinco mayores mercados (nuestra muestra): Argentina, Brasil, Chile, Colombia y México, representan más del 80 %. Brasil es el mayor mercado, con primas de más de 12 000 millones de USD, seguido por Argentina y México (véase la Tabla 1).

País	Primas automotor	Primas P&C	PIB	Primas de automotor como porcentaje de P&C	Primas de automotor como porcentaje del PIB
Argentina	6.1	13.9	637.3	43.6 %	0.95 %
Brasil	12.2	24.1	2 053.3	50.8 %	0.60 %
Chile	1.2	4.1	277.1	30.2 %	0.45 %
Colombia	1.9	5.4	314.5	35.8 %	0.61 %
México	5.3	10.5	1 160.1	50.8 %	0.46 %
Latinoamérica	32.0	78.7	5 456.2	40.6 %	0.59 %

Fuente: reguladores nacionales de seguros, institutos nacionales de estadística, Swiss Re Institute

La tasa de penetración del seguro de automotor en Latinoamérica es del 0,59 %, pero varía en gran medida entre países.

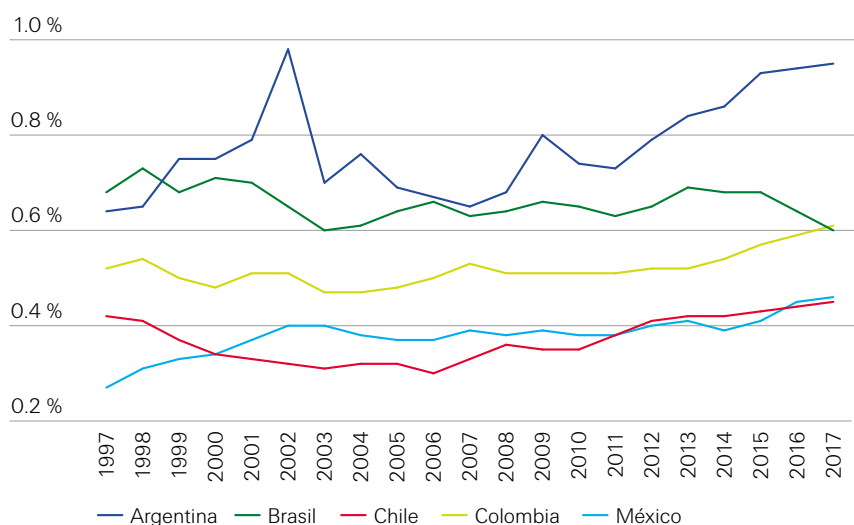
La tasa de penetración del seguro de automotor (la relación entre primas de automotor y PIB) en toda Latinoamérica fue del 0,59 % en 2017, inferior a la del conjunto de mercados emergentes (0,67 %). Sin embargo, las tasas de penetración varían considerablemente entre países. Argentina tiene la mayor tasa de penetración (0,95 %) debido a las elevadas sumas de responsabilidad civil ante terceros aseguradas exigidas por ley. Respecto a nuestros mercados de muestra, la penetración más baja fue la de Chile (0,45 %). Esto puede deberse a tarifas de primas más bajas dado el menor número de accidentes de tráfico y, por lo tanto, menor frecuencia de reclamaciones.

Las tendencias de penetración del seguro de automotor varían en nuestros países de muestra, pero la mayoría han aumentado en la última década.

Los datos históricos muestran que mientras las tendencias de penetración del seguro de automotor han variado en nuestra muestra de países, en su mayoría han aumentado (excepto en Brasil) en la última década, y el crecimiento de las primas ha superado al del PIB. Este incremento fue mayor en Argentina y Chile, hasta 0,30 y 0,13 puntos porcentuales respectivamente entre 2007 y 2017. La reciente caída de la tasa de penetración en Brasil se debe a un recorte en el límite de las tarifas de las primas para cobertura obligatoria de automotor y a la recesión económica, que ha provocado una caída de la demanda de seguro.

**Figura 1**

Tasa de penetración del seguro de automotor



Fuente: reguladores nacionales de seguros, institutos nacionales de estadística, Swiss Re Institute

El seguro de automotor suele ser la puerta de entrada de clientes al sector del seguro.

El PIB per cápita es el principal factor determinante de la compra de seguro.

Los estudios han revelado que la propiedad de vehículos crece a la par que los ingresos, hasta llegar al punto de saturación.

En los próximos años, la propiedad de vehículos y las primas de automotor en Latinoamérica pueden crecer más rápido que la actividad económica global en Latinoamérica.

### Potencial de crecimiento estructural del seguro de automotor

El seguro de automotor sigue siendo un ramo fundamental en Latinoamérica y, de modo general, en los mercados emergentes. No solo es el mayor ramo de no vida, sino que también representa la puerta de entrada para primeros compradores. Como los vehículos son normalmente el primer activo asegurable de las personas, el seguro de automotor suele ser la razón por la que la tasa de penetración de no vida es considerablemente mayor que la del seguro de vida en países que están en las primeras etapas de desarrollo económico.

La investigación empírica ha revelado que el desarrollo económico, medido en términos de PIB per cápita, es el principal factor determinante de compra de seguro<sup>3</sup>. Esta relación se refleja en la elasticidad respecto al PIB del crecimiento de las primas, que varía según los diferentes niveles de desarrollo de los países. En economías en desarrollo con bajos ingresos, el PIB y las primas tienden a crecer a un ritmo similar, lo que hace que la tasa de penetración se mantenga constante con el tiempo. Sin embargo, a medida que la clase media crece, la tasa de crecimiento de las primas comienza a superar la del PIB y la penetración aumenta. En etapas posteriores de desarrollo, la elasticidad de los ingresos respecto a la demanda de seguro comienza a desvanecerse y la tasa de penetración se estanca a medida que el mercado se aproxima al punto de saturación. Las diferencias en la penetración del seguro de automotor entre países con niveles de PIB per cápita similares reflejan otras variables económicas, sociodemográficas e institucionales, como el desarrollo económico y la inclusión, la desigualdad de ingresos y el nivel de urbanización y educación.

Estudios anteriores han mostrado una relación similar entre propiedad de vehículos y niveles de ingresos<sup>4</sup>. A medida que crecen los ingresos, crece la compra de vehículos —a un ritmo superior en países con ingresos medios— hasta alcanzar la saturación (cuando todo aquel que quiere tener un vehículo lo tiene). Los países con mayores ingresos tienden a tener tasas más elevadas de propiedad de vehículos. Entre países con niveles de ingresos similares, el impacto del desarrollo económico depende del grado de urbanización, densidad de población, extensión de la red de carreteras y existencia de transporte público fiable.

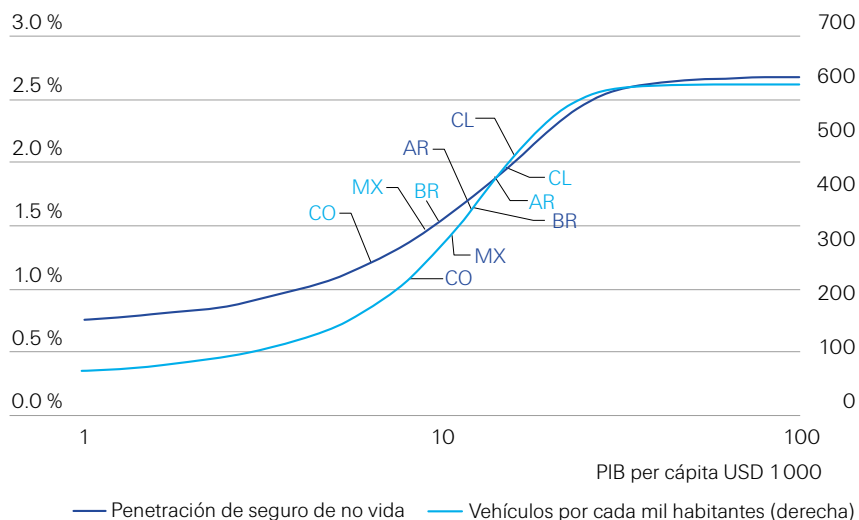
La Figura 2 muestra la relación de la penetración del seguro y la propiedad de vehículos respecto a la renta per cápita utilizando una función logística en forma de S. Según nuestras estimaciones, el punto de mayor impacto de ingresos respecto a la penetración del seguro se sitúa en torno a los 12 000 USD per cápita. Esta observación generalizada indica que se espera que el sector de no vida en Latinoamérica crezca más rápido que la actividad económica global en los próximos años, ya que la renta per cápita en la mayoría de países se encuentra en el rango de ingresos medios (donde la pendiente de la curva es más pronunciada). Puede decirse lo mismo sobre la propiedad de vehículos en la región, que tiene un amplio margen de crecimiento. Esto, a su vez, indica un fuerte potencial de crecimiento del seguro de automotor.

<sup>3</sup> R. Enz, «The S-Curve Relation Between Per-Capita Income and Insurance Penetration», *The Geneva Papers on Risk and Insurance – Issues and Practice* vol. 25 n.º 3, julio de 2000, [https://www.genevaassociation.org/media/236194/ga2000\\_gp25\(3\)\\_enz.pdf](https://www.genevaassociation.org/media/236194/ga2000_gp25(3)_enz.pdf)

<sup>4</sup> L. Ecola, C. Rohr, J. Zmud, T. Kuhnimhof y P. Phleps, *The Future Of Driving in Developing Countries*, RAND Corporation, 2014; J. Dargay, D. Gatley y M. Sommer, *Vehicle Ownership and Income Growth, Worldwide: 1960–2030*, New York University, 2007.

**Figura 2**

Estimaciones de curva S para penetración de seguro de no vida y propiedad de vehículos



Fuente: Swiss Re Institute

Prevedemos que las primas de automotor crecerán en Latinoamérica a una TCAC del 3–5 % en los próximos cinco años.

### Perspectiva

#### La recuperación económica apoyará la demanda de seguro de automotor

Según nuestras previsiones, el crecimiento de las primas reales de no vida continuará recuperándose en los próximos cinco años en Latinoamérica (véase la Tabla 2). Es probable que los ramos sensibles a ciclos, como el de automotor, respondan mejor a la recuperación económica. En nuestra muestra de países creemos que Colombia y México experimentarán el mayor crecimiento en primas de automotor, con un sólido crecimiento económico en Colombia como principal impulsor en ese país. En Brasil, el crecimiento del volumen total probablemente se verá afectado por el recorte promedio del 63,3 % en las tarifas de las primas de automotor obligatorias en 2019, mientras que la propiedad de vehículos en Argentina probablemente se verá contenida por una elevada inflación y restricciones del crédito. Como la inflación tiende a la baja, un mayor poder adquisitivo apoyará la demanda de seguro en la región.

**Tabla 2**

Previsiones de TCAC reales, 2019–2023

País	PIB	Primas de no vida	Primas de automotor	Propiedad de vehículos*
Argentina	1.9 %	2.5 %	2.5 %	3.5 %
Brasil	2.4 %	3.7 %	3.1 %	3.6 %
Chile	2.9 %	3.9 %	3.2 %	3.1 %
Colombia	3.4 %	5.3 %	5.3 %	5.1 %
México	2.2 %	4.0 %	3.8 %	2.1 %

\*Propiedad de vehículos indica crecimiento potencial basado en elasticidades del PIB, no una previsión real.

Fuente: Swiss Re Institute

La aparición de nuevas fuerzas jugará un papel importante en el futuro de las ventas de vehículos y la demanda de seguro de automotor.

A largo plazo creemos que las tecnologías disruptivas jugarán un papel fundamental en la venta de vehículos y la demanda de seguro de automotor. Antes, la predicción de demanda de propiedad de vehículos se basaba en una relación relativamente estable con los niveles de ingresos, pero la aparición del mercado de uso compartido de vehículos y otros modos de movilidad (p. ej., movilidad conectada, uso de bicicletas y motocicletas) puede repercutir en esta relación. Asimismo, la aparición de vehículos sin conductor, tecnologías de asistencia a la conducción y servicios conectados está ejerciendo presión sobre las primas de seguro de automotor, ya que incrementan la seguridad del vehículo y reducen tanto la frecuencia como la

gravedad de los siniestros<sup>5</sup>. Podría presentarse un futuro con tasas más bajas de propiedad de vehículos y, por lo tanto, menor necesidad de seguro de automotor privado, pero mayor demanda por parte de proveedores de servicios de movilidad.

Nuevas tecnologías y tendencias sociales están cambiando el panorama de la movilidad.

### El cambiante panorama de la movilidad

El panorama de la movilidad está cambiando debido a la aparición de nuevas tecnologías como, por ejemplo, vehículos eléctricos y autónomos, vehículos con conectividad a Internet y movilidad inteligente (como la movilidad conectada y el uso compartido de automóviles y bicicletas). Estos cambios se han producido a diferentes ritmos por todo el mundo y han sido más evidentes en las economías avanzadas y en China. En Latinoamérica, que todavía se basa fundamentalmente en formas de transporte tradicionales y propiedad privada de vehículos, las opciones de movilidad inteligente están ganando popularidad.

La movilidad conectada está creciendo rápidamente en Latinoamérica, pero su regulación (incluidos los requisitos para el seguro) se está quedando rezagada.

En Latinoamérica, la transición hacia la movilidad inteligente no ha sido particularmente fluida, ya que los gobiernos todavía están tratando de determinar cómo regular a estos nuevos actores, en concreto, a las compañías de movilidad conectada. Aunque la movilidad conectada crece rápidamente en la región (p. ej., Latinoamérica es la región con crecimiento más rápido de Uber) y es probable que siga haciéndolo<sup>6</sup>, el sector solo está regulado a nivel nacional en Brasil y México. Esto significa que para buena parte de la región la legalidad de los servicios de movilidad conectada es opaca y las normas bajo las que deben operar (p. ej., qué tipo de seguro deben tener) están pendientes. En Brasil, los conductores de servicios de movilidad conectada deben comprar seguro de automotor obligatorio y seguro para pasajeros (igual que para otros servicios de transporte). En cambio, en México, los requisitos de aseguramiento se dejan en manos de los gobiernos locales o los operadores de servicios.

Esos cambios pueden representar nuevos tipos de riesgo y un posible viraje del seguro de automotor personal al seguro comercial.

Las compañías aseguradoras deben adaptarse a este cambio del panorama de la movilidad y entender la función que desempeñan en esta nueva realidad para seguir accediendo a nuevos tipos de riesgo. La movilidad compartida puede reducir el crecimiento del número de vehículos per cápita en Latinoamérica y poner en riesgo la suscripción y el modelo de negocio del seguro tradicional de automotor, pero al mismo tiempo surgirán nuevas oportunidades y flujos de ingresos de nuevas fuentes de riesgo y responsabilidad. Además, podríamos observar un cambio del seguro personal al seguro comercial en la cartera de productos a medida que la responsabilidad pase de particulares a proveedores de servicios.

<sup>5</sup> *The Future of Motor Insurance*, Swiss Re, 2016.

<sup>6</sup> Según Research and Markets, se espera que el mercado de la movilidad conectada en Sudamérica haya alcanzado una TCAC del 11,5 % en 2023.

# La brecha de protección de automotor

El seguro de automotor normalmente incluye cobertura de pérdida o daños al vehículo propio y responsabilidad civil ante terceros.

La cobertura obligatoria está destinada a proteger los intereses económicos de partes no culpables.

Diferenciamos entre vehículos no asegurados e infraasegurados.

Definimos la brecha de protección de automotor como la cantidad total de primas actualmente no percibidas de vehículos no asegurados.

En nuestros mercados de muestra se observa que, en el agregado, solo 58 % de los vehículos tiene algún tipo de seguro.

## Introducción

El seguro de automotor puede incluir cobertura de pérdida o daños al vehículo de la parte asegurada y gastos médicos, así como responsabilidad civil ante terceros. El componente de primera parte suele ofrecer protección contra colisión, robo, hurto, vandalismo, incendio, explosión, rayo, inundación y otras catástrofes naturales. El componente de responsabilidad civil ante terceros cubre responsabilidades legales derivadas de un accidente con culpa que ocasione daños materiales, y también de gastos médicos y pérdida de ingresos como consecuencia de lesiones, incapacidad o muerte. Los clientes pueden añadir otros tipos de cobertura como asistencia en carretera, avería mecánica y reembolso de alquiler.

En muchos países es obligatorio disponer de un seguro de automotor con una responsabilidad civil ante terceros mínima para circular por vías públicas. Protege los intereses económicos de partes que no han cometido ninguna infracción. Los planes de seguro de automotor obligatorio hacen más asequible la cobertura de seguro porque aumentan el grupo de asegurados y disminuyen el riesgo de antiselección que incrementa el potencial de reclamaciones. En Brasil, Chile y Colombia, el seguro obligatorio de automotor está limitado a lesiones para todas las víctimas (incluido el conductor causante del accidente) y es independiente de la cobertura proporcionada por productos voluntarios. Por otra parte, en Argentina y México con la compra de cualquier póliza de seguro de automotor se exige una cobertura mínima para lesiones de terceros, así como para daños materiales.

## Cálculo de la brecha de protección

Como base de nuestra investigación en este informe, consideramos que la brecha de protección del seguro de automotor es la diferencia entre la cantidad de seguro que es económicamente beneficioso y la cantidad de cobertura realmente adquirida. Diferenciamos entre no asegurado (cuando el conductor no dispone de ninguna protección de seguro) e infraasegurado (cuando el conductor dispone de una póliza de seguro, pero insuficiente para cubrir todos los posibles siniestros).

Cuantificar la brecha de protección desde la perspectiva del infraseguro es todo un reto, ya que el cálculo de exposiciones no cubiertas depende de una amplia gama de variables de riesgo no medidas por fuentes estadísticas exhaustivas. Existe una gran diversidad entre tomadores de pólizas de automotor en términos de su exposición al riesgo y potencial de daños. Los datos disponibles son fragmentarios y no permiten realizar estimaciones generales que sean comparables entre países. Por este motivo analizamos la brecha de protección desde la perspectiva del no aseguramiento y definimos el parámetro como la cantidad total de primas actualmente no percibidas de vehículos no asegurados.

La penetración de vehículos asegurados<sup>7</sup> —definida como el número de vehículos asegurados como porcentaje del parque móvil total— varía considerablemente en nuestra muestra de países. Utilizando las cifras de 2017 vemos que, en el agregado, solo un 58 % de los vehículos de los cinco mercados tiene algún tipo de seguro (véase la Figura 3). México cuenta con la penetración de vehículos asegurados más baja (30 %) y Chile con la más alta (92 %). La disparidad se debe principalmente a diferencias de ingresos, planes regulatorios y aplicabilidad de la ley.

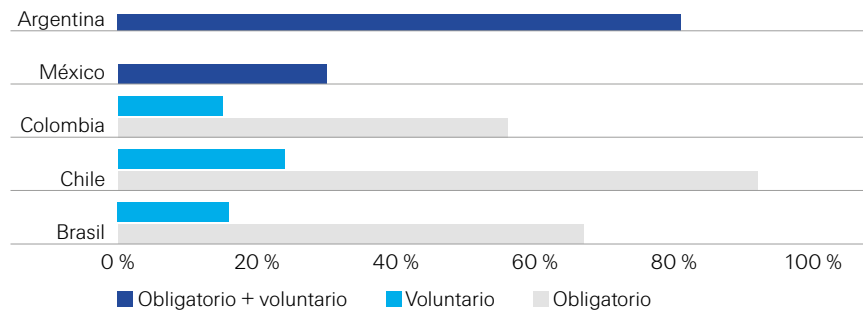
<sup>7</sup> La penetración de vehículos asegurados es diferente de la penetración del seguro, que es la proporción de primas nominales en relación con el PIB nominal.



## La brecha de protección de automotor

**Figura 3**

Penetración de vehículos asegurados, 2017



Fuente: reguladores nacionales de seguros, institutos nacionales de estadística, Swiss Re Institute

Calculamos una brecha de protección de automotor de 76 000 millones de USD en los cinco mayores mercados de Latinoamérica.

Utilizando las tarifas de primas promedio de cada mercado (incluyendo seguro obligatorio y voluntario), calculamos una brecha de protección de automotor conjunta de 76 000 millones de USD en 2017, aproximadamente 2,8 veces el volumen actual de primas de automotor de la combinación de nuestros mercados de muestra (véase la Tabla 3). Brasil tiene la mayor brecha (51 000 millones de USD) y también el mayor parque móvil. La brecha menor es la de Argentina (1500 millones de USD), dado que cuenta con un parque móvil mucho más pequeño y mayor penetración de vehículos asegurados.

**Tabla 3**

Brecha de protección de automotor en 2017, miles de millones de USD

País	Parque móvil (millones)	Vehículos asegurados (millones)		Brecha de protección de automotor (miles de millones)
		Obligatorio	Voluntario	
Argentina	14.1		11.4	1.5
Brasil	94.6	63.3	15.4	51.0
Chile	5.1	4.7	1.2	3.7
Colombia	13.6	7.6	2.0	7.1
México	45.5		13.6	12.5

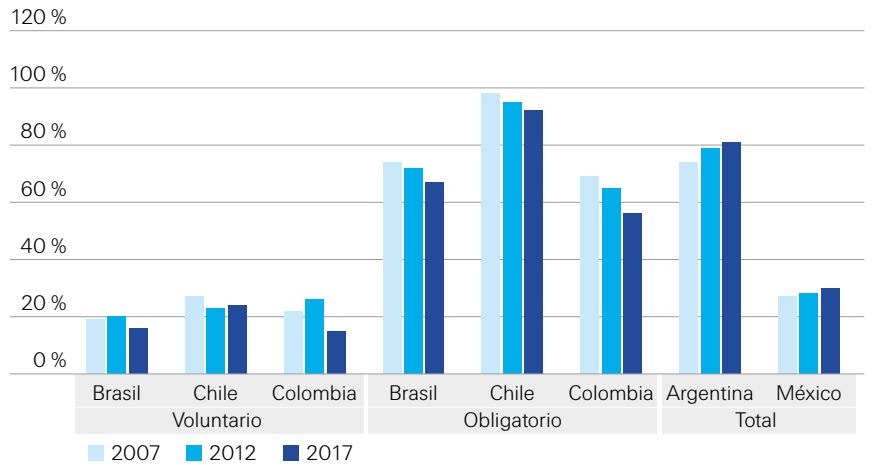
Fuente: Swiss Re Institute

La región muestra tendencias desiguales en términos de penetración de vehículos asegurados.

La penetración de vehículos asegurados ha experimentado una tendencia a la baja en estos últimos años. Los datos históricos señalan que en 2017 la proporción de vehículos no asegurados del parque móvil (cobertura obligatoria y voluntaria) de Brasil, Chile y Colombia había aumentado en relación con 2007. En México y Argentina, la proporción disminuyó ligeramente (véase la Figura 4). En un análisis a través del tiempo, este parámetro es preferible a la estimación de la brecha de protección porque no se encuentra sujeto a fluctuaciones cambiarias ni de tarifas de primas de seguro. En el caso de países con planes obligatorios independientes, la proporción de vehículos no asegurados varió más con el tiempo que en aquellos con planes voluntarios. Colombia sufrió el declive más acusado de la penetración de vehículos asegurados en la última década.

**Figura 4**

Penetración de vehículos asegurados



Fuente: reguladores nacionales de seguros, institutos nacionales de estadística, Swiss Re Institute

El nivel de cobertura que ofrece la responsabilidad civil ante terceros obligatoria suele ser muy bajo...

... y repone menos del 10 % de las necesidades de sustitución de ingresos del hogar.

**Carencias de la cobertura obligatoria de responsabilidad civil ante terceros**

Uno de los aspectos clave de la adquisición de seguro de automotor es el límite de póliza de la cobertura de responsabilidad civil ante terceros. El conductor que ha cometido la infracción es, en última instancia, legalmente responsable de la parte no cubierta de daños materiales y lesiones resultantes de un accidente. Los clientes compran protección de responsabilidad complementaria además de la cobertura obligatoria porque la protección mínima exigida por ley suele ser demasiado baja.

Para evaluar la idoneidad de la cobertura mínima obligatoria de responsabilidad civil ante terceros por lesiones comparamos las sumas mínimas aseguradas requeridas por ley con las necesidades de sustitución de ingresos netos por hogar a partir de nuestras estimaciones de brechas de protección de mortalidad<sup>8</sup>. La Tabla 4 muestra que los límites obligatorios únicamente cubren una pequeña parte de las necesidades de sustitución de ingresos promedios en caso de muerte del principal sostén económico de una familia. Chile cuenta con la mayor proporción de sustitución de ingresos, cerca del 8 %, mientras que Brasil tiene la menor, inferior al 4 %.

**Tabla 4**

Comparación de cobertura de muerte requerida por ley para el seguro de automotor y necesidades de sustitución de ingresos netos (USD), 2016

País	Suma asegurada por plan obligatorio		Necesidades de sustitución de ingresos netos* (C)	(A)/(C)
	Muerte (A)	Incapacidad permanente (B)		
Argentina	13 543.77	13 543.77	188 061.62	7.2 %
Brasil	3 874.16	3 874.16	106 395.89	3.6 %
Chile	11 532.45	11 532.45	147 878.25	7.8 %
Colombia	5 646.24	1 355.10	80 626.09	7.0 %
México	5 350.84	5 350.84	92 550.56	5.8 %

\*Estimaciones utilizando nuestras metodologías de brecha de protección de mortalidad.  
Fuente: reguladores nacionales de seguros, Swiss Re Institute

<sup>8</sup> Neto de prestaciones de la seguridad social y activos y pasivos.

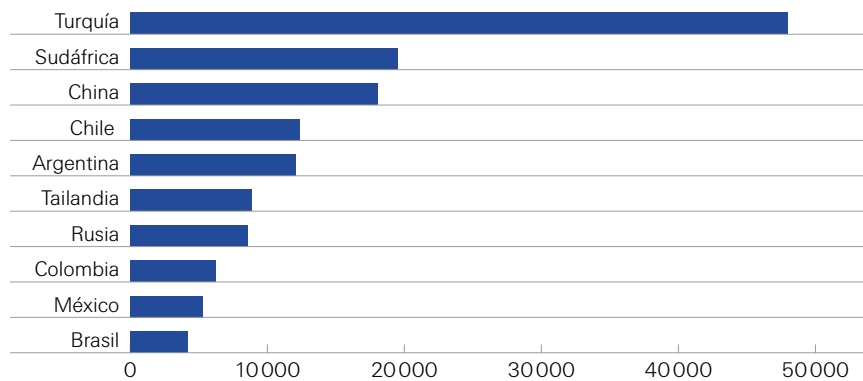
## La brecha de protección de automotor

En comparación con otros países, Colombia, México y Brasil tienen algunas de las sumas aseguradas obligatorias más bajas en caso de muerte.

Además, comparamos las sumas mínimas obligatorias aseguradas para muerte accidental en los cinco países de nuestra muestra con otros países de ingresos medios: China, Rusia, Sudáfrica, Tailandia y Turquía (Figura 5). Colombia, México y Brasil tienen las sumas obligatorias aseguradas más bajas. Hay grandes disparidades entre estos y los demás países. En Brasil, la suma asegurada para planes obligatorios no ha cambiado desde 2007, lo que en parte explica este nivel tan bajo. La carencia de una sustitución de ingresos adecuada en países de Latinoamérica afecta negativamente a la economía de los hogares y socava su resiliencia en tiempos de dificultades económicas.

**Figura 5**

Sumas mínimas obligatorias aseguradas (USD) en caso de muerte accidental en países seleccionados



Fuente: reguladores nacionales de seguros

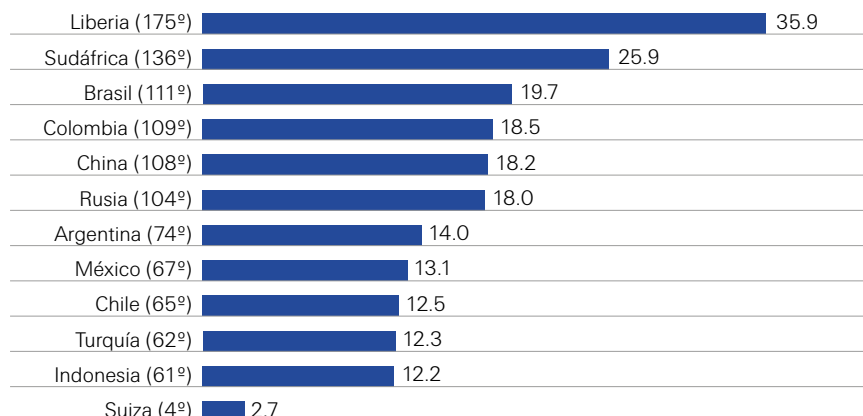
Los índices de mortalidad por accidentes de tráfico en Latinoamérica son bastante elevados.

### Los elevados índices de mortalidad por accidentes de tráfico agravan el problema de la baja cobertura

La idoneidad de la cobertura de responsabilidad civil ante terceros en automotor es una consideración importante debido a que el número de muertes por accidentes de tráfico en Latinoamérica es bastante elevado. Los cálculos de índice de mortalidad por accidente de tráfico por cada 100 000 habitantes (en 2016) en una muestra de 175 países de la Organización Mundial de la Salud (OMS) señalan que el país de nuestro estudio que obtiene mejores resultados es Chile (65), con un índice de mortalidad de 12,5, mientras que el país con peores resultados es Brasil (111), con 19,7 muertes por cada 100 000 habitantes (véase la Figura 6). En Brasil, la penetración de vehículos asegurados con cobertura de responsabilidad civil ante terceros voluntaria es solo del 16 %, lo que significa que la probabilidad de tener un accidente con un conductor no asegurado es muy alta. En caso de muerte del sostén económico principal, si el conductor responsable no es obligado legalmente a pagar indemnización, puede que la familia afectada únicamente reciba el pago del plan obligatorio y las prestaciones de la seguridad social.

**Figura 6**

Índices de mortalidad por accidente de tráfico por cada 100 000 habitantes, 2016



Fuente: *Global Status Report on Road Safety*, Organización Mundial de la Salud, 2018

Las repercusiones económicas de los accidentes de tráfico son considerables, pero resultan difíciles de estimar.

La brecha de protección de automotor tiene su origen en una combinación de factores de demanda, oferta y regulatorios.

La asequibilidad sigue siendo un factor crítico en la demanda de seguro de automotor.

En Latinoamérica, el seguro de automotor es bastante caro debido a las elevadas tasas siniestralas.

En Latinoamérica, el seguro de automotor es bastante caro debido a las elevadas tasas siniestralas.

El contraste en los índices de mortalidad entre países puede explicarse por las diferencias en la calidad de la infraestructura (carreteras), edad media del vehículo y prestaciones de seguridad y hábitos del conductor (en particular, el uso de cinturones de seguridad y conducir bajo los efectos del alcohol). La OMS estima que el coste económico de los accidentes de tráfico en la mayoría de países equivale a alrededor del 3 % de su PIB.<sup>9</sup> Sin embargo, el Banco Mundial argumenta que las estimaciones del impacto económico a nivel nacional son inciertas porque no se han conocido bien las causalidades, los datos son escasos y el número de casos no denunciados puede ser muy elevado.<sup>10</sup>

## Por qué existe la brecha y cómo cerrarla

### Razones por la que existen conductores no asegurados e infraasegurados

La brecha de protección del seguro de automotor no es solo el resultado de una falta de demanda. Las imperfecciones regulatorias y de la oferta también contribuyen a que las tasas de compra sean bajas. Estas pueden dar lugar a: conductores que no están asegurados; asegurados pero con algunos riesgos no cubiertos (solo responsabilidad civil ante terceros, sin cobertura para riesgos propios); y asegurados pero con restricciones (límites insuficientes, franquicias elevadas, sublímites, exclusiones).

### Asequibilidad

La asequibilidad del seguro de automotor sigue siendo el factor fundamental en las decisiones de compra, especialmente, en hogares con ingresos bajos. Las encuestas de consumo globales señalan que alrededor de la mitad de los compradores de seguro toman su decisión de compra final basándose en el precio<sup>11</sup>. Las pólizas se seleccionan en función del coste y no de la cobertura, de modo que los pagos elevados de primas podrían ser una de las principales causas del infraseguro. El peso de la asequibilidad es más acusado en países en desarrollo, donde muchos de los consumidores no están acostumbrados a comprar seguro y tienen severas limitaciones presupuestarias: pagar primas de seguro significaría hacer recortes en otras necesidades básicas.

### Alta frecuencia/gravedad y costes de reclamaciones

El seguro de automotor en Latinoamérica es caro en un contexto global debido a los elevados factores de riesgo, como las altas tasas de accidentes de tráfico y la costosa atención de las reclamaciones. Las tarifas de las primas vienen determinadas por factores de riesgo individuales como el perfil del conductor y el vehículo, pero también por factores sociodemográficos (p. ej., la frecuencia de robo/hurto y accidentes de tráfico). En Brasil, donde las tasas de robo/hurto son muy elevadas<sup>12</sup> la prima promedio para carrocería propia es cinco veces superior a la de responsabilidad civil por daños materiales a terceros. La frecuencia de accidentes de tráfico también es elevada en Latinoamérica; la tasa de mortalidad por accidentes de tráfico duplica la tasa promedio de países con altos ingresos y va en aumento.<sup>13</sup>

Dinámicas macroeconómicas como el aumento de la inflación y la depreciación de la tasa de cambio también pueden ejercer presión sobre los costes de reparaciones, piezas de repuesto y servicios y suministros médicos. Esto se traduce en un mayor coste de las reclamaciones que, en última instancia, se traslada a los consumidores en forma de primas más elevadas<sup>14</sup>. Según la asociación de aseguradoras de Colombia (Fasecolda), si el peso se deprecia un 10 %, el coste de las reclamaciones

<sup>9</sup> *Road Traffic Injuries*, Organización Mundial de la Salud, 7 de diciembre de 2018, <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/road-traffic-injuries>

<sup>10</sup> *The High Toll of Traffic Injuries: Unacceptable and Preventable*, Banco Mundial, 2017.

<sup>11</sup> *Global Insurance Survey*, Ernst & Young, 2014.

<sup>12</sup> Según el Foro Brasileño de Seguridad Pública, en 2017 se produjo un robo o hurto de un vehículo cada minuto en Brasil.

<sup>13</sup> Véase, por ejemplo, *Road safety: Challenges and opportunities in Latin America and the Caribbean*, IBD 2018.

<sup>14</sup> Para más información sobre las repercusiones de la depreciación de la moneda sobre las aseguradoras, véase: *Economic Insights: FX pass through effects: consumers and insurers beware*, Swiss Re Institute, 2019.

## La brecha de protección de automotor

de automotor sube un 6 %, y en torno a un 70 % del coste adicional se traslada a los consumidores<sup>15</sup>. Por ejemplo, en México y Argentina, la elevada inflación y la depreciación de la moneda experimentadas en los últimos años han dado lugar a tarifas de seguro de automotor más altas.

El analfabetismo financiero es un obstáculo clave para concienciarse sobre la necesidad de seguro.

### *Desconocimiento de los productos de seguro y falta de percepción de riesgo*

El escaso conocimiento de los productos de seguro debido al analfabetismo financiero o a la falta de educación,<sup>16</sup> es otra causa de la existencia de vehículos no asegurados e infraasegurados. En las economías emergentes muchos consumidores no tienen ningún tipo de seguro porque no están familiarizados con el concepto de seguro o porque no creen que proporcione suficiente valor. En Latinoamérica, las tasas de conocimiento financiero se encuentran entre el 25 % y el 34 % de todos los adultos, una cifra considerablemente inferior al 55 % de las economías avanzadas.<sup>17</sup>

Muchos conductores no asegurados no son conscientes de sus potenciales exposiciones al riesgo.

Al mismo tiempo, las personas que no tienen seguro a menudo no son conscientes de los riesgos a que se enfrentan ni saben cómo evaluar sus posibles responsabilidades. Incluso cuando se les ofrecen primas asequibles de seguro contra eventos de baja probabilidad y elevados daños, algunos siguen sin cambiar su comportamiento de compra. Muchos conductores no son conscientes de su exposición al riesgo hasta que se ven involucrados en un accidente de tráfico y les queda una alta deuda debido a lesiones y/o daños materiales sufridos por terceros, de los cuales son legalmente responsables. La responsabilidad civil obligatoria ante terceros de automotor suele verse como un tipo de impuesto más que como una protección contra responsabilidad personal, un concepto que no es bien entendido por el público en general.

La falta de confianza en las aseguradoras determina de un modo fundamental el comportamiento de compra de los consumidores.

### *Desconfianza en las instituciones aseguradoras*

Un informe de una encuesta entre clientes realizada por Swiss Re indica que la confianza en las compañías aseguradoras es otro factor determinante del comportamiento de compra de los consumidores en los mercados latinoamericanos.<sup>18</sup> Cuando se preguntó a los encuestados por las razones de la falta de cobertura, la cuarta respuesta más popular fue: «No confío en las compañías que venden seguros»<sup>19</sup>. Una reciente encuesta global muestra que el seguro se situaba en segunda posición en cuanto a niveles más bajos de confianza (53 %) en comparación con otras áreas de servicios financieros (solo por detrás de la asesoría financiera/gestión de activos, con el 50 %)<sup>20</sup>. La gran cantidad de protocolo que rodea a la compra de productos de seguro y el pago de reclamaciones ha hecho que la compra de seguro sea una experiencia históricamente compleja y sospechosa para muchos consumidores.

La naturaleza abstracta del seguro reduce el interés de los consumidores.

### *Facilidad para comprar productos de seguro*

Los resultados de las encuestas indican que la facilidad de compra también es un factor importante en el comportamiento de compra de seguro. Según una encuesta global, tener un producto claramente explicado y fácil de entender y contratar es tan relevante para las decisiones de compra como el precio y la extensión de la cobertura.<sup>21</sup> Como producto abstracto e intangible, el seguro a menudo requiere una explicación personalizada; los consumidores no confían en aquello que no entienden. Además, muchos siguen sin conocer sitios web agregadores que les permitan comparar, personalizar y comprar una póliza de seguro de automotor con mayor rapidez.

<sup>15</sup> *Impacto de la Devaluación en el Ramo de Automóviles*. Fasecolda, 2015.

<sup>16</sup> S. Cole, X. Giné, J. Tobacman, P. Topalova, R. Townsend y J. Vickery, «Barriers to Household Risk Management: Evidence from India», *American Economic Journal: Applied Economics*, 2013.

<sup>17</sup> S&P Global Finlit Survey.

<sup>18</sup> *Latin America Customer Survey Report 2013: Capturing future opportunities*. 2013. Swiss Re. En los primeros puestos de la lista estaban: «No puedo permitírmelo/es demasiado caro», «Sencillamente no he tenido tiempo» y «No me lo he planteado».

<sup>19</sup> Las preocupaciones sobre la asequibilidad y las respuestas relacionadas con una falta de urgencia encabezaron la lista.

<sup>20</sup> *Edelman Trust Barometer*, Edelman, 2017.

<sup>21</sup> *Global Consumer Insurance Survey*, Ernst & Young, 2014.

El requisito legal limitado contribuye al elevado número de vehículos no asegurados.

Una regulación inadecuada dificulta que las aseguradoras puedan ofrecer cobertura sostenible.

El bajo nivel de exigencia de cumplimiento del seguro de automotor obligatorio contribuye a la gran cantidad de conductores no asegurados.

Pólizas y reclamaciones fraudulentas llevan consigo mayores costes, que finalmente recaen sobre los consumidores.

#### *Marco regulatorio y legislativo*

Las instituciones regulatorias y legislativas determinan en cierta medida la brecha de protección de automotor. Por ejemplo, en México, la cobertura mínima de responsabilidad civil ante terceros comenzó a exigirse por ley hace muy poco, en 2014, (inicialmente solo para vehículos nuevos y a partir de 2019 para todos los vehículos), aunque solo para vehículos que circularan por carreteras federales (no carreteras locales ni estatales). Este requisito legal limitado ayuda a explicar la elevada tasa de vehículos no asegurados en nuestra muestra. Algunos países en desarrollo ven difícil imponer un plan de seguro de automotor obligatorio debido a una fuerte oposición política. Lo mismo aplica a la ampliación de límites de cobertura insuficientes. Este fenómeno está directamente vinculado a la magnitud del desafío de la asequibilidad.

Además, un marco regulatorio inadecuado puede afectar negativamente a la capacidad de las aseguradoras para ofrecer cobertura de seguro sostenible. El Banco Mundial encontró problemas con el escenario regulatorio del mercado de responsabilidad civil ante terceros de automotor en varios países, como la inadecuación de los precios máximos establecidos por ley, la segmentación del riesgo y las reservas para reclamaciones<sup>22</sup>. En Colombia se exige a todas las aseguradoras de automotor que suscriban pólizas obligatorias. Sin embargo, algunas han rechazado hacerlo argumentando que el sistema es insostenible debido a la rígida fijación de precios consecuencia de las tarifas reguladas, que quedan rezagadas respecto a la tendencia de las reclamaciones. El establecimiento de tarifas reguladas por debajo de los niveles de rentabilidad amenaza la solvencia de las aseguradoras.

#### *Estado de derecho y aplicabilidad*

En muchos mercados emergentes el marco legal es débil y a menudo las normas no se aplican adecuadamente. El bajo nivel de exigencia de cumplimiento de la cobertura de seguro de automotor obligatorio contribuye a aumentar la brecha de protección, ya que los conductores no se sienten obligados a cumplir la ley. Además, limita la capacidad de las aseguradoras para comercializar pólizas de seguro como un producto necesario. México es un ejemplo claro de la falta de supervisión por parte de los oficiales de policía y del alto número de vehículos sin asegurar.

Las pólizas y reclamaciones fraudulentas son un problema común en los mercados de seguro de automotor de Latinoamérica, que a su vez genera elevadas pérdidas y gastos administrativos para las aseguradoras. Según la asociación de aseguradoras brasileñas, el 58 % de las reclamaciones incurridas totales bajo coberturas obligatorias en 2017 eran cuestionables, y el 27 % se identificaron como fraudulentas<sup>23</sup>. Los costes asociados con mayores gastos jurídicos y personales derivados de reclamaciones fraudulentas se trasladan a los consumidores, lo que agrava el problema de la asequibilidad.

<sup>22</sup> *Motor Third-Party Liability Insurance in Developing Countries*, Banco Mundial, 2009.

<sup>23</sup> *Quantificação da fraude no mercado de seguros brasileiro*, CNSeg, 2018.

Algunas aseguradoras han tomado medidas iniciales que deberían ayudar a cerrar la brecha de protección de automotor en Latinoamérica.

**Soluciones para cerrar la brecha de protección**

Hay muchas formas de cerrar la brecha de protección de automotor: microseguro, innovación de producto y uso de nuevas tecnologías y canales de distribución. Unas pocas aseguradoras de automotor en Latinoamérica han introducido algunas medidas para aumentar el interés por el seguro, pero el impacto en su conjunto sigue siendo pequeño y tardará un tiempo en madurar. Los gobiernos y los reguladores también juegan un papel importante a la hora de cerrar la brecha de protección.

**Tabla 5**

Medidas que abordan las causas principales del infraseguro y la falta de seguro

Dificultades	Soluciones				
	Microseguro	Innovación de producto	Uso de nuevas tecnologías	Canales de distribución	Función de gobiernos e instituciones públicas
Asequibilidad	✓	✓	✓	✓	✓
Desconocimiento de los productos de seguro y falta de percepción de riesgo			✓	✓	
Desconfianza en las instituciones aseguradoras		✓		✓	
Facilidad para comprar productos de seguro	✓	✓	✓	✓	✓
Alta frecuencia/gravedad y costes de reclamaciones		✓	✓		✓
Restricciones regulatorias y legislativas					✓
Estado de derecho y aplicabilidad					✓

Fuente: Swiss Re Institute

El microseguro hace más asequible la cobertura.

*Microseguro*

El microseguro puede poner a disposición de personas con bajos ingresos productos de seguro asequibles y eficientes a través de procesos de diseño de producto, distribución y gestión de reclamaciones que difieren considerablemente del seguro tradicional. Al ofrecer pequeñas cantidades de cobertura y primas por persona, el microseguro permite tener un seguro asequible para los consumidores y económicamente viable para los proveedores. El uso de microseguro ha aumentado en Latinoamérica en los últimos años, particularmente en productos de vida, propiedad y agrícolas, pero en general sigue siendo bajo (en torno al 0,3 % de las primas de seguro totales)<sup>24</sup>. En automotor, el microseguro también puede dirigirse a conductores no asegurados, especialmente a aquellos sin acceso o con acceso limitado a servicios financieros.

Asociarse con proveedores de telefonía móvil es otra forma que tienen los proveedores de microseguro de acceder a personas con bajos ingresos.

Una manera de reducir costes administrativos es asociarse con operadores de redes móviles para agrupar el microseguro con productos móviles. La alta penetración de la tecnología móvil (68 %) en Latinoamérica y el hecho de que sea uno de los mercados con crecimiento más rápido de servicios móviles<sup>25</sup> ofrece a las aseguradoras una oportunidad para dirigirse a familias con bajos ingresos que nunca antes habían tenido seguro. Sin embargo, en términos de uso de tecnología móvil con fines de seguro, Latinoamérica ha quedado a la zaga de otras regiones. Según un estudio, de todos los productos de seguro distribuidos a través de móvil en mercados emergentes, solo un 4 % corresponde a Latinoamérica (un 54 % a África subsahariana, un 23 % al Sur de Asia y un 20 % al Este de Asia)<sup>26</sup>. Una encuesta realizada en Sudáfrica y otros cinco países africanos reveló que el 97 % de los consumidores de microseguro móvil encuestados vivía por debajo de los 10 USD por persona y día<sup>27</sup>.

<sup>24</sup> *The landscape of microinsurance in Latin America and the Caribbean 2017*, Microinsurance Network and Munich Re Foundation, 2018.

<sup>25</sup> Datos de GSMA Intelligence, febrero de 2019.

<sup>26</sup> *Digital Innovation Survey*, Accenture, 2014.

<sup>27</sup> *Bima customer survey*, Leapfrog labs, 2014.

La innovación de producto puede ayudar a las aseguradoras a acceder a mercados desatendidos y a nuevas áreas de asegurabilidad.

Los productos PAYD y PHYD podrían ahorrar costes a las aseguradoras y los consumidores.

Simplificar el lenguaje de las pólizas podría ayudar a ganarse la confianza de los clientes.

La tecnología puede ayudar a mejorar la asequibilidad, los niveles de concienciación y la experiencia del cliente.

Transformaciones tecnológicas como el Internet de las cosas, la IA y el *blockchain* tienen potencial para acelerar el crecimiento del seguro de automotor.

### *Innovación de producto*

Los proveedores pueden diseñar nuevos productos para acceder a sectores de población anteriormente desatendidos y a nuevas áreas de asegurabilidad. En Brasil, donde más del 80 % de los vehículos con más de siete años no están asegurados contra riesgos de carrocería propios, en 2017 se introdujo un nuevo producto llamado «seguro popular» con normas menos restrictivas. Ofrece cobertura más barata que las pólizas tradicionales para vehículos con más de cinco años.

Los seguros ligados al comportamiento de los conductores (PHYD, *pay-how-you-drive*) y al uso de los vehículos (PAYD, *pay-as-you-drive*) son otros productos innovadores que pueden reducir los costes y las dificultades para comprar de los clientes. Al desglosar la cobertura tradicional en sumas aseguradas mucho más pequeñas, el PAYD permite a los conductores pagar únicamente por el seguro que realmente necesitan, lo que beneficia a aquellos que conducen menos kilómetros. Esta solución ha sido implementada por algunas aseguradoras en Argentina, Chile y México en los dos últimos años. Según un proveedor de PAYD en México, un cliente con un kilometraje máximo de 8000 km al año podría ahorrar unos 270 USD al año en primas de automotor. De modo similar a PAYD, PHYD tiene en cuenta la seguridad de la conducción del conductor. Ambos productos permiten a las aseguradoras pasar de un modelo de precio anual fijo a una póliza con precio basado en cuánto, cuándo y cómo conducen las personas. Estas soluciones permiten realizar una mejor segmentación de los clientes porque proporcionan una evaluación de riesgos individualizada más precisa y, por lo tanto, mejoran potencialmente la rentabilidad.

La redacción de las pólizas también es importante. Simplificar el lenguaje de los contratos legales manteniendo la integridad del producto y la precisión de la póliza es una de las claves que tienen las aseguradoras para ganarse la confianza de los consumidores.

### *Adoptar nuevas tecnologías*

El cambio tecnológico — en particular la tecnología digital y móvil— puede ayudar a cerrar la brecha de protección de automotor. Los impactos positivos de la tecnología incluyen mayor asequibilidad del seguro de automotor debido a la reducción del coste de proporcionar cobertura, aumento de los niveles de concienciación a través de las redes sociales y herramientas de comunicación móviles y mejora de la experiencia del consumidor mediante productos sencillos e individualizados y comunicación más regular.

Las nuevas tecnologías pueden promover nuevos productos y canales de distribución, y también fomentar modelos de negocio completamente nuevos. La digitalización y el Internet de las cosas (IoT, por sus siglas en inglés) pueden dar lugar a productos y métodos de suscripción avanzados, personalizados y más eficientes (p. ej., PAYD y PHYD), así como a canales de distribución (ventas en línea) y liquidación de reclamaciones (p. ej., vídeos y fotos de autorreclamación). Algunas aseguradoras han comenzado a usar Big Data y herramientas de análisis de datos para obtener una visión más profunda de los riesgos cubiertos. Si se crea confianza digital entre el tomador de la póliza y la aseguradora puede utilizarse *blockchain* para aumentar la transparencia y acelerar los procesos de presentación y verificación. La inteligencia artificial y los algoritmos de aprendizaje automático pueden mejorar la eficiencia de los procesos de presentación y reclamación y permiten a las aseguradoras ofrecer presupuestos individualizados a los clientes, integrar asesoramiento automatizado y reducir el número de reclamaciones fraudulentas. Lemonade, una compañía de seguros emergente de EE. UU., afirma que utilizando esta tecnología pueden suscribirse pólizas en solo 90 segundos y por un precio más económico que con las aseguradoras tradicionales.



## La brecha de protección de automotor

Los canales de distribución alternativos son útiles para ofrecer un servicio al cliente eficiente.

Las nuevas tecnologías y las cambiantes preferencias de los consumidores están modificando el panorama de distribución.

La distribución digital puede hacer accesible el seguro para los habitantes de zonas remotas.

Los gobiernos y los reguladores tienen poder político y jurídico para promulgar normas que apoyen un mercado asegurador estable.

Los gobiernos deben garantizar que el seguro obligatorio es suficiente para cubrir daños causados a terceros.

### *Desarrollar nuevos canales de distribución*

Los canales de distribución también juegan un papel fundamental a la hora de ofrecer a particulares y empresas la protección de seguro que necesitan de la manera más eficiente posible. Las aseguradoras están presentando productos específicos del mercado con mayor uso de canales alternativos, como compañías de servicios públicos y envíos, redes móviles, cooperativas, instituciones financieras y agregadores de seguros. Estos canales de distribución pueden dirigirse a clientes potenciales que nunca antes han tenido seguro.

Las nuevas tecnologías y las cambiantes preferencias de los consumidores sobre la manera de seleccionar las compañías aseguradoras y los productos están modificando el panorama de distribución. La mayoría de los canales que se adaptan a la nueva realidad de los consumidores, como la distribución digital, todavía no se han explotado en Latinoamérica y representan un nuevo negocio potencial. A medida que los canales tradicionales queden saturados y el uso de tecnologías digitales se convierta en la norma, aquellos que adopten el cambio tendrán ventaja competitiva. Según los participantes en la Insurance Governance Leadership Network, la necesidad de vender seguro a través de canales más directos y a menor coste es hoy mayor que nunca: históricamente, 15–40 céntimos de cada dólar de una póliza se destinaban a distribución<sup>28</sup>.

El fuerte aumento de la penetración de la tecnología móvil en los mercados emergentes también está mejorando el acceso a los productos de seguro. La distribución digital acercará el seguro a aquellos que viven en zonas remotas y mejorará los procesos de compra tanto para el consumidor como para la aseguradora. Por ejemplo, en Chile los clientes de zonas remotas pueden comprar en línea cobertura de automotor obligatoria.

### *Función de los gobiernos y las instituciones públicas*

Los gobiernos y los reguladores promulgan normas que facilitan el funcionamiento del mercado asegurador y ayudan a ampliar la disponibilidad de soluciones de transferencia de riesgo a particulares y empresas mediante la introducción de planes de seguro obligatorios. También comparten la responsabilidad de establecer una estructura legal transparente y fiable que incluya leyes de responsabilidad extracontractual eficientes, un sistema judicial que funcione bien, aplicación efectiva del código de circulación y cobertura de seguro de automotor mínima adecuada. Además de un marco legal eficaz, es fundamental disponer de un marco regulatorio sólido en lo referente a primas, normas de reserva, sistemas de información y técnicas de reaseguro, para apoyar un mercado asegurador estable y proteger a los consumidores.

Los cinco países latinoamericanos de nuestra muestra han establecido algún tipo de seguro de automotor obligatorio. Sin embargo, los gobiernos deben garantizar que el nivel de cobertura es adecuado para que en escenarios de casos extremos de lesiones, incapacidad permanente o muerte, se cumplan las necesidades de sustitución de ingresos de una familia. Además, en algunos de estos mercados la inflación es volátil y en ocasiones muy elevada, lo que significa que se necesita un mecanismo de ajuste anual. Por ejemplo, en Brasil, al igual que en Chile y Colombia la cobertura mínima requerida podría seguir un índice de inflación, de modo similar a otras prestaciones de la seguridad social. Las tarifas máximas legales deben basarse en datos objetivos en lugar de en la presión política, y seguir siendo asequibles. Los organismos reguladores deberían mantener una base de datos de reclamaciones fiable —concretamente de frecuencia y gravedad de las reclamaciones— que ayude a aseguradoras y supervisores a calcular tarifas precisas para los productos.

<sup>28</sup> *The future of distribution: insurers grapple with a rapidly changing landscape*, Ernst & Young, 2017.

Los gobiernos pueden subvencionar primas de seguro de automotor u ofrecer beneficios fiscales a personas con bajos ingresos.

Las soluciones requieren un esfuerzo conjunto de los sectores público y privado.

Los gobiernos también pueden subvencionar primas de seguro de automotor u ofrecer beneficios fiscales a personas con bajos ingresos para resolver el problema de la asequibilidad. Otra forma de reducir los costes del seguro de los consumidores y las pérdidas de las aseguradoras es hacer que las carreteras sean más seguras. Las instituciones públicas podrían cooperar con el sector del seguro para trabajar conjuntamente con el fin de prevenir accidentes de tráfico. Por ejemplo, el Insurance Institute for Highway Safety de EE. UU. ha proporcionado información objetiva sobre cuestiones de seguridad como el comportamiento en caso de colisión de nuevos vehículos.

De modo general, las soluciones a la brecha de protección de automotor requieren un esfuerzo conjunto de los sectores público y privado. El sector público juega un papel importante en el establecimiento de un marco jurídico y regulatorio que apoye el desarrollo adecuado del mercado asegurador y en la presentación (y aplicación) de planes de seguro de automotor obligatorios. Mientras tanto, el sector del seguro debe desarrollar productos atractivos y crear incentivos para la mitigación de riesgos a través de una fijación de precios basada en riesgo. Ambas partes comparten la responsabilidad de comunicar eficazmente los beneficios del seguro de automotor y las consecuencias de provocar un accidente y los costes económicos que supone, lo que podría llevar a un mejor comportamiento de conducción y a un mayor interés por el seguro.

# Conclusión

Calculamos una brecha de protección de 76 000 millones de USD en términos de protección de primas de automotor en los mayores mercados de Latinoamérica.

Los sectores público y privado pueden cerrar la brecha de protección de automotor abordando sus causas principales y comunicando los beneficios del seguro de automotor.

Prevedemos que el crecimiento real de las primas de automotor excederá al del PIB real gracias a la recuperación económica y al incremento de la compra de vehículos.

Calculamos una brecha de protección de seguro de automotor en los cinco mayores mercados de Latinoamérica de 76 000 millones de USD, en base al número de vehículos no asegurados. Solo el 58 % del agregado del parque móvil de los cinco principales mercados tiene algún tipo de cobertura de seguro. Las sumas aseguradas actuales bajo planes de seguro obligatorios sustituyen, como promedio, menos del 10 % de las necesidades de ingresos. Esto pone de relieve la vulnerabilidad a la que se enfrentan los hogares en caso de accidente de tráfico con gastos de responsabilidad civil ante terceros, pérdida de ingresos, daños propios y/o gastos médicos.

Instamos a que los sectores público y privado en Latinoamérica cierren la brecha de protección de automotor abordando las causas principales de la ausencia de seguro y del infraseguro, como la asequibilidad, subestimación de riesgos por parte de los conductores, falta de confianza en las aseguradoras y débil aplicación de las regulaciones. El desarrollo de productos innovadores y la implementación y ampliación del uso de nuevos canales de distribución por parte de las aseguradoras son sólidas estrategias que pueden aumentar el interés por el seguro de automotor. Soluciones como PAYD y PHYD son buenos primeros pasos, pero estos productos todavía están en etapas iniciales de adopción en la región. Los gobiernos deben garantizar que el nivel de cobertura sea adecuado, de modo que en caso de lesiones y/o muerte se cumplan las necesidades de sustitución de ingresos de una familia, así como un mecanismo de ajuste anual, dada la volátil y elevada inflación de la región. Los reguladores deben garantizar que la legislación se mantenga actualizada respecto a la evolución de las condiciones del mercado y facilitar la adopción de nuevas tecnologías (p. ej., vehículos autónomos y eléctricos, nuevas soluciones de suscripción, conectividad de vehículos y movilidad inteligente) y la adaptación a nuevas tendencias sociales (p. ej., la movilidad conectada). Los gobiernos y las compañías de seguros comparten la responsabilidad de comunicar de manera eficaz los peligros de no tener seguro de automotor y los costes asociados a la conducción sin seguro.

El potencial de demanda de seguro de automotor sigue siendo fuerte en Latinoamérica dados los niveles actuales de renta per cápita. Gracias a la recuperación económica generalizada, los niveles de propiedad de vehículos parecen tender al alza y esto debería fomentar la demanda de seguro. Nuestro escenario de referencia es que las primas de automotor crecerán más de un 3 % (TCAC) en términos reales en la región en el periodo entre 2019–2023. Prevedemos que el crecimiento de las primas en Colombia superará el de sus homólogos regionales gracias al robusto crecimiento económico experimentado en la región.

**Editado por:**

Swiss Re Management Ltd  
Swiss Re Institute  
Mythenquai 50/60  
Apartado postal  
8022 Zúrich  
Suiza

Teléfono +41 43 285 2551  
Correo electrónico institute@swissre.com

Swiss Re Institute tiene presencia global con oficinas en Nueva York, Londres, Bangalore, Pekín, Hong Kong y Singapur.

**Autores:**

Fernando Casanova Aizpún  
Caroline de Souza Rodrigues Cabral

**Redactores:**

Dr. Thomas Holzheu  
Paul Ronke

**Redactores jefe:**

Dr. Jerome Jean Haegeli  
Economista jefe del Grupo Swiss Re  
Dan Ryan  
Director de investigación de riesgos de seguro

El número se cerró el lunes, 29 de abril de 2019.  
La versión publicada en Internet puede contener información ligeramente más actual.

© 2019  
Swiss Re  
Todos los derechos reservados.

Todo el contenido de este informe está sujeto a derechos de autor con todos los derechos reservados. La información puede utilizarse para fines privados o internos, siempre que no se suprima ninguna nota relativa a los derechos de autor o propiedad. Está prohibida la utilización electrónica de los datos publicados en este informe.

Únicamente está permitida la reproducción total o parcial y la utilización para fines públicos con mención de la fuente «Swiss Re Institute, *La brecha de protección de automotor en Latinoamérica, 2019*» y con la previa autorización por escrito de Swiss Re Institute. Se ruega enviar ejemplares de cortesía.

Si bien toda la información utilizada en este estudio procede de fuentes fidedignas, Swiss Re no puede garantizar la exactitud e integridad de los datos expuestos o proyecciones futuras. La información proporcionada y las proyecciones futuras realizadas tienen únicamente fines informativos y no constituyen ni representan en modo alguno la opinión de Swiss Re, especialmente en lo relativo a cualquier litigio actual o futuro. Swiss Re no se responsabiliza en ningún caso de los daños o perjuicios derivados del uso de la información que se ofrece en estas páginas, y se advierte al lector que no confíe excesivamente en estas proyecciones de futuro. Swiss Re no asume ninguna obligación de actualizar o revisar públicamente ninguna proyección futura, ni a raíz de nuevas informaciones o sucesos futuros, ni por otros motivos.

Swiss Re Management Ltd  
Swiss Re Institute  
Apartado postal  
8022 Zúrich  
Suiza

Teléfono +41 43 285 2551  
[institute@swissre.com](mailto:institute@swissre.com)