



Comprender el tema de la rentabilidad en los seguros de vida es un desafío esencial para los numerosos grupos de interés. La más reciente publicación *sigma* de Swiss Re ofrece una guía con los factores fundamentales para poder comprender y medir la rentabilidad del negocio de vida

Contacto:

Lukas Steinmann, Zúrich
Teléfono +41 43 285 4687

Milka Kirova, Nueva York
Teléfono +1 212 317 5639

Clarence Wong, Hong Kong
Teléfono +852 2582 5644

Media Relations, Zúrich
Teléfono +41 43 285 7171

Swiss Re Ltd
Mythenquai 50/60
Apartado postal
CH-8022 Zúrich

Teléfono +41 43 285 2121
Fax +41 43 285 2999
www.swissre.com

Zúrich, 7 de febrero de 2012 - Si bien las aseguradoras de vida cuentan con una buena propuesta de valor para los asegurados, carecen de un modo sencillo y comprensible de explicar a otros interesados el modo en que crean valor y obtienen beneficios. El último estudio *sigma* de Swiss Re, "La rentabilidad en el seguro de vida", plantea la necesidad de alcanzar un marco estándar para comunicar el valor y el rendimiento de las aseguradoras de vida.

A diferencia de muchos otros sectores, el seguro de vida ofrece productos y servicios a largo plazo, cuya rentabilidad no puede medirse ni a corto ni a medio plazo. Las aseguradoras controlan y administran su rentabilidad de manera constante; sin embargo, dado que las pólizas del seguro de vida permanecen en vigencia durante muchos años, la rentabilidad final del negocio sólo puede conocerse años después, una vez cumplidas todas las obligaciones derivadas de la póliza. Para comprender la competitividad y el rendimiento operativo, los distintos grupos de interés recurren a diversas medidas, lo cual dificulta la comunicación y da lugar a una visión caleidoscópica de la rentabilidad.

"Los seguros de vida cumplen una función fundamental en la gestión de riesgos de las sociedades modernas. Actualmente numerosas generaciones han depositado su confianza en productos de vida y salud y ello será también así en el futuro, en vista de que los programas sociales estatales de salud y jubilación comienzan a sentir el peso de una población cada vez más envejecida. Comprender el rendimiento del negocio de vida es importante para todas las partes interesadas. Los inversores necesitan entender la rentabilidad a fin de evaluar sus decisiones de inversión, los asegurados y las autoridades regulatorias poseen un interés claro en la viabilidad financiera de las aseguradoras de vida y, en cuanto a la gestión, la comunicación y comprensión exacta de la rentabilidad es crucial para llevar adelante un negocio", afirma Lukas Steinmann, coautor del informe *sigma*.

¿Cómo crean valor las aseguradoras de vida?

Las aseguradoras de vida crean valor mediante operaciones de seguro e inversión. Existen tres fuentes principales de beneficios: los márgenes técnicos, los resultados de inversiones y los ingresos por honorarios. El perfil de ganancia de una compañía está muy influenciado por la composición de sus productos. El sector ofrece en la actualidad desde la simple protección de un riesgo, como p. ej. un seguro temporal o de incapacidad, hasta productos principalmente de ahorro, tal como en el caso de los productos *unit-linked* o las rentas diferidas.

Los factores que impulsan la rentabilidad varían considerablemente según el tipo de producto y dependen también del modo en que se distribuyen los riesgos entre las aseguradoras y los asegurados. Por ejemplo, los resultados de las aseguradoras derivados de los productos de protección dependen en gran medida de la experiencia en materia de suscripción, mientras que los beneficios obtenidos de productos de ahorro dependen mayoritariamente de los ingresos por honorarios y de la asignación de los resultados de inversiones. Una mayor transparencia y la comunicación detallada de la rentabilidad por segmento de productos pueden ayudar a los inversores a comprender y evaluar mejor el rendimiento de una compañía.

¿Por qué es tan difícil comprender la rentabilidad en el negocio de vida?

"Las aseguradoras de vida suelen comunicar sus beneficios mediante informes trimestrales basados en datos contables. Si bien los indicadores legales y contables según los principios de contabilidad generalmente aceptados (GAAP) y las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS) brindan en efecto un muy buen panorama del rendimiento histórico de las aseguradoras de vida, no logran capturar completamente la naturaleza a largo plazo de las operaciones del seguro de vida y salud. Por otra parte, la comparación entre países y compañías se ve dificultada por las distintas normas y prácticas vigentes", explica Milka Kirova, coautora del estudio *sigma*. Existe una divulgación limitada del rendimiento a nivel de producto y poca información en cuanto al perfil de riesgo de los productos y sus consecuencias en relación con beneficios futuros. Asimismo, los parámetros contables tampoco incluyen el costo de capital requerido para mantener el negocio.

En conjunto, todas estas cuestiones generan cifras de rentabilidad bastante opacas que dificultan a los grupos de interés la tarea de comprender y evaluar cabalmente las ganancias de una compañía y su sostenibilidad en el futuro. No obstante, existe un enfoque con mayor proyección de futuro para las mediciones de rentabilidad del seguro de vida disponible mediante el marco de valor intrínseco, si bien éste suele ser utilizado únicamente por el personal directivo superior de las aseguradoras de vida.

Los informes basados en el valor intrínseco en el seguro de vida son indispensables para la toma integral de decisiones

El valor intrínseco es un marco que procura cuantificar flujos de caja futuros de productos de seguro y el costo de capital de ramos con diversos perfiles de riesgo. Aun cuando los conceptos de valor intrínseco son indispensables para fines internos, no han obtenido una aceptación general para el uso en los informes externos a inversores. En la actualidad, los aseguradores se enfrentan a un dilema: en muchos casos el personal directivo superior adopta decisiones en base a conceptos de valor intrínseco, mientras que los inversores se basan por lo general en medidas contables tradicionales.



Steinmann observa que "cada vez más compañías están desarrollando y promocionando sus propios parámetros de rendimiento para complementar los informes financieros tradicionales basados en normas contables. Sin embargo, existe una fina línea entre proveer información más valiosa y confundir a los grupos de interés empleando medidas de rentabilidad variables. Una medida sofisticada como el concepto de valor intrínseco conforme al mercado (MCEV) o el muy similar marco de gestión del valor económico (*Economic Value Management framework*) de Swiss Re puede resultar también de utilidad en los informes externos, si logra obtener aceptación. En el futuro, las normas contables para seguros y los nuevos marcos regulatorios pueden también ayudar a estandarizar los informes financieros y tornar la rentabilidad de los seguros más accesible para todos los interesados".

Nota a los redactores

Swiss Re

El Grupo Swiss Re es un proveedor líder de reaseguros, seguros y otras formas de transferencia de riesgos basadas en los seguros. El negocio del Grupo tiene lugar tanto de forma directa como a través de corredores, y su base de clientes global incluye aseguradoras, empresas de tamaño medio a grande y clientes del sector público. Swiss Re ofrece desde productos estándar hasta coberturas a la medida en todos los ramos del negocio y despliega la fortaleza de su capital, sus conocimientos especializados y sus innovaciones para contribuir a que sea posible asumir los riesgos, algo de lo que dependen las empresas y el progreso de la sociedad en general. Fundada en Zúrich, Suiza, en 1863, Swiss Re sirve a sus clientes a través de una red de 56 oficinas en todo el mundo y ha recibido la calificación "AA-" de Standard & Poor's, "A1" de Moody's y "A+" de A.M. Best. Las acciones nominativas del Grupo Swiss Re que posee la sociedad tenedora, Swiss Re Ltd, se cotizan en la bolsa suiza SIX y se negocian bajo el símbolo SREN. Si desea más información sobre el Grupo Swiss Re, visite: www.swissre.com

Cómo solicitar el envío de este estudio *sigma*:

Las versiones en inglés, alemán, francés y español del estudio *sigma* N.º 1/2012, "La rentabilidad en el seguro de vida" están disponibles electrónicamente en el servidor: www.swissre.com/sigma. Las versiones en chino y japonés se publicarán próximamente.

Se encuentran también disponibles las ediciones impresas del *sigma* N.º 1/2012 en inglés, francés, alemán y español. Las versiones impresas en chino y japonés estarán disponibles próximamente. Envíe sus pedidos, indicando su dirección postal completa, a:

e-mail:	sigma@swissre.com	
Zúrich:	Teléfono + 41 43 285 3889	Fax +41 43 282 0075
Nueva York:	Teléfono +1 212 317 5400	Fax +1 212 317 5455
Hong Kong:	Teléfono +852 25 82 5703	Fax +852 25 11 6603

Cómo obtener una copia de esta nota de prensa acerca de este estudio *sigma*:

Las versiones en inglés, alemán, francés, español y portugués de esta nota de prensa acerca de este estudio *sigma* están disponibles electrónicamente en el servidor de Swiss Re:

www.swissre.com