

Agosto 2008

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

Y MERCADEO:

Ingrid Vergara C.

Ma. Ximena Plaza

Tel: 3443080 Ext.: 1801 / 1805

prensa@fasecolda.com

La cultura del seguro: fomento y penetración

En un país como Colombia los ciudadanos están expuestos a múltiples riesgos, sin embargo, un alto porcentaje de la población no toma medidas para afrontarlos de manera responsable.

La penetración del mercado de seguros en Colombia es baja. Las estadísticas así lo demuestran: en el país las primas de seguros sólo representan el 2.3% del Producto Interno Bruto Nacional, cifra cercana al promedio latinoamericano que es de 2.5% del PIB.

Datos de la Suiza de Reaseguros revelan que mientras un colombiano invertía 70 dólares en seguros al año en 2006, durante el año pasado destinaron 89 dólares para este rubro (25 dólares en los renglones de seguros de vida y 64 dólares en los renglones de seguros de no vida). No obstante, esta inversión es baja si se tiene en cuenta que en países como Chile un habitante invierte 370, un norteamericano 4.086 y en el Reino Unido un ciudadano invierte 7.113 dólares.

Dada esta situación, las compañías de seguros se han unido en una estrategia para fomentar la cultura del seguro y cumplir con la meta de incrementar este índice de penetración al 3% para el 2015.

La estrategia busca por primera vez concientizar al ciudadano a asumir con responsabilidad los riesgos a los que se ve expuesto y a considerar los seguros como la mejor opción para resarcir el impacto económico de emergencias, en el menor tiempo posible.

Barreras que impiden una mayor cultura del seguro

Investigaciones realizadas por la Federación de Aseguradores Colombianos, **FASECOLDA**, demuestran que en Colombia existe una alta conciencia de los riesgos y, aunque las personas reconocen que los seguros son una necesidad básica, muchas desconocen los planes ofrecidos, el precio real y los beneficios que trae tener un seguro.

Una encuesta llevada a cabo por Remolina Estrada y Sönar Services confirma que la baja penetración de los seguros se debe, específicamente, a determinantes de la demanda, como el ingreso, el precio, la educación y la cultura.

Una barrera para protegerse de los riesgos es el bajo ingreso de los habitantes a lo largo y ancho del país. Según el último censo, un total de 82,2 por ciento de los hogares viven con menos de dos salarios mínimos mensuales. "Especialmente, porque los colombianos tienen ingresos limitados, los seguros les

podrían evitar caer en el empobrecimiento al momento de sufrir una tragedia”, dijo el Presidente de FASECOLDA, Roberto Junguito.

El estudio refleja que en el país las personas saben que los riesgos existen pero no son conscientes de las implicaciones económicas y morales que estas amenazas generan. La gente considera que es más fácil cubrir los riesgos con recursos propios o con préstamos otorgados por instituciones financieras.

También incide un factor de desconocimiento. Según el gremio asegurador, tampoco conocen los distintos seguros que ofrece la industria aseguradora como los de incendio, salud y, también, para las empresas como el de transporte de mercancías o para la maquinaria. Estos productos se ajustan a los distintos presupuestos y necesidades de los consumidores.

Sobre conocimiento y tenencia de seguros voluntarios, la encuesta revela que el 56% de la población tiene al menos un seguro, siendo los seguros exequiales los más conocidos y los que más compran, seguidos por los seguros de automóviles. Respecto al seguro del hogar, sólo 5% de los encuestados conocía este producto.

A lo anterior se suma el determinante cultural, que evidencia que los ciudadanos atribuyen los sucesos imprevistos a la situación del país, al azar y a la baja planeación financiera y del futuro. “Los colombianos no hemos sido educados para pensar en el futuro. Sólo pensamos en el presente, en el ahora. Decimos: mañana ya será otro día... por ahora me preocupo sólo por hoy”, expresó el antropólogo Diego Plazas.

La Lotería de la Vida

Las compañías de seguros se unieron en una estrategia de cambio de cultura que permita que la sociedad colombiana se encamine hacia el desarrollo y a que los colombianos enfrenten los riesgos de manera responsable a través del seguro.

Por ello, la industria aseguradora nacional lanza la campaña “Lotería de la Vida”, que se basa en el riesgo y la probabilidad, pilares fundamentales del seguro. Bajo la figura de la lotería, término que hace parte de la cultura de los colombianos, empiezan a jugar los riesgos como una realidad inevitable a la que todos estamos expuestos y que, como consecuencia del azar, no sabemos en qué momento podemos vernos abocados a enfrentar estas emergencias.

En la “Lotería de la Vida” todos jugamos, pero ninguno se la quiere ganar, porque incluye todos los riesgos, desde un dolor de muela, la rotura de una tubería, el hurto de su hogar e incluso la enfermedad crónica de un ser querido.

La decisión de asumir estos riesgos está en las manos de los colombianos y, solo hay dos formas de hacerlo: ¿jugar con o sin seguro? El individuo encuentra en el seguro una opción responsable para minimizar las consecuencias de estos imprevistos.

Cuando existen los seguros las personas no se empobrecen al momento de sufrir una tragedia. Son un indicador del desarrollo de un país y un instrumento para la reducción de la pobreza, evitando así un desequilibrio en la economía. De cara a un siniestro o una calamidad, el seguro garantiza no tener que empezar nuevamente de cero, dijo el Presidente del gremio asegurador, Roberto Junguito.

Datos de interés:

Los colombianos frente a los riesgos

Los grupos focales realizados por Fasecolda y REP GREY determinaron que:

- Los riesgos a los que más le temen es el de enfermedad y terremoto, seguido de incendio, inundación, invalidez, accidentes y muerte.
- La muerte de uno de los jefes de hogar les genera preocupación, pues temen por el futuro y bienestar de sus hijos cuando estos falten.
- Frente a un riesgo lo primero que hacen es endeudarse, disminuir el consumo de recreación y en algunos casos sustituir algunos alimentos. La expresión utilizada por la mayoría de ellos fue “amarrarse el cinturón”.
- Las personas no reconocen los riesgos con baja probabilidad de ocurrencia.

Expectativas sobre los seguros:

- El seguro es considerado como una necesidad básica.
- Creen que no tienen seguros, porque no poseen suficiente información.
- El seguro que sueñan debe ser barato, que llegue a sus casas, que cubra a toda la familia, fácil de reclamar y un solo producto con muchas coberturas.
- Las personas esperan un sólo producto con muchas coberturas.

Cifras recientes

- Durante el primer semestre del año, las compañías pagaron más de 2 billones de pesos para responder a sus asegurados por riesgos como accidentes caseros, de tránsito, en el lugar trabajo, daños a las propiedades y hasta daños en las grandes industrias, entre otros. El monto de las reclamaciones presentadas por los asegurados aumentó un 22% frente al mismo periodo del año anterior.
- Al mismo tiempo, las compañías del sector recibieron por parte de los asegurados primas por 4.6 billones de pesos durante el primer semestre del año, para un crecimiento del 14%, dos puntos menos que en el mismo periodo del año anterior. El comportamiento de las utilidades fue decreciente, pues alcanzó la cifra de 119 mil millones, frente a los 145 mil millones reportados en el mismo periodo en 2007, lo que corresponde a un 18% menos.
- Un total de 4.363 víctimas mortales dejaron los accidentes de tránsito y sobre los cuales se reclamó la cobertura del SOAT durante 2007.
- Un total de 363 quedaron incapacitadas permanentemente y reclamaron la cobertura del Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito durante el año pasado.
- Alrededor de nueve millones de personas están aseguradas con una póliza de vida grupo, es decir, aquellas que adquiere una entidad para un colectivo de personas.
- Un total de 888 mil 560 pólizas de vida individual vigentes a junio de 2008.
- Aproximadamente, 383 mil 197 asegurados de pólizas de salud a junio de 2008.
- Un total de 1.365.530 automotores contaban con un seguro voluntario de vehículos a junio de 2008, cuando el parque total automotor alcanza casi 5.300.000 unidades.
- Entre enero y junio de 2008 las Administradoras de Riesgos Profesionales vinculadas a FASECOLDA, registraron cerca de 4 millones 372 mil 598 personas afiliadas.

Otros datos

Inundaciones:

De enero a junio de 2008, el Fondo Nacional de Calamidades ha utilizado cerca de 10.000 millones de pesos para atender emergencias por cuenta de la ola invernal que enfrenta el país, así como el sismo que

afectó a poblaciones de Cundinamarca y Meta el pasado 24 de mayo, informaron los medios de comunicación.

En ese periodo se atendieron situaciones como la avalancha en mayo causada por las fuertes lluvias en Tarazá, Antioquia; inundaciones en el departamento de Córdoba y el incendio producido el 20 de diciembre en el municipio de Olaya Herrera, ubicado al noroccidente del departamento de Nariño, según la Dirección General para la Prevención y Atención de Desastres.

Golpes de la naturaleza cuestan a Colombia 3,7% de su PIB, según Banco Mundial. Impactan la población más endeble del país, que enfrenta 2,97 situaciones de ese tipo al año, en promedio. Se trata de la tercera tasa anual más alta de Latinoamérica.

Incendio

El 17 de noviembre se incendió totalmente el Almacén Éxito en el barrio Fontibón de Bogotá, sin dejar ninguna víctima. Se atribuyó el incidente a "una falla eléctrica en una de las líneas de alumbrado interior".

Un mes más tarde (24 de diciembre), se registró un incendio de las bodegas de la compañía en Envigado, que arrojó pérdidas cercanas a 30.000 millones de pesos.

Gracias al seguro que tenían contratado con una aseguradora, se reinauguró el almacén en Bogotá en febrero, es decir, tres meses después del incendio. La inversión fue de 15.000 millones de pesos.

El mismo presidente de la cadena minorista, Gonzalo Restrepo, manifestó que "el completo aseguramiento de los bienes de la compañía y la rápida respuesta de los equipos de trabajo, permitieron superar la situación y garantizar la operación ante los clientes y proveedores".

Caso de Ibagué

En la carrera 3ª de Ibagué, un incendio devoró 10 locales y causó pérdidas materiales estimadas de 5.000 millones de pesos en marzo de 2007. Sólo uno de los diez propietarios estaba asegurado y las pérdidas en mercancía de ese negocio superaron los 300 millones de pesos.

Otro propietario confesó que por no tener una protección había perdido 70 millones de pesos.

Granizada

El sábado 3 de noviembre de 2007 Bogotá sufrió una granizada, que junto al vendaval que golpeó un concesionario al norte de la ciudad tres días después, dejaron daños asegurados de, aproximadamente, un valor superior a 16.500 millones pesos, de acuerdo con cifras preliminares de las compañías de seguros afiliadas a FASECOLDA.

Por la granizada y el vendaval, las aseguradoras del país registraron hasta el 30 de noviembre del año en curso más de 700 siniestros en el ramo de automóviles, lo que representó más de 2.500 millones de pesos pagados a los asegurados.

A su vez los siniestros en propiedades comerciales y hogares alcanzaron el número de 508, aproximadamente, y se estima que tuvieron un valor de 14.000 millones de pesos

