

Estudio de percepción de la demanda de seguros de transporte: ¿Qué opinan los asegurados a tan solo un año de la liberalización financiera?

A partir del 16 de Julio del año 2013, los colombianos podrán adquirir diferentes seguros en el exterior, incluyendo los seguros que protegen el transporte de carga. En el presente artículo se expondrán los resultados de la encuesta contratada por la cámara de transporte con el Centro Nacional de Consultoría, en donde se evalúa el posible impacto de la liberalización financiera, la percepción de los consumidores sobre este seguro y su experiencia con los siniestros.

Por Angela Concha y Leonardo Umaña.

Cámara Técnica de Transporte – FASECOLDA

Introducción

Durante el último lustro el crecimiento de las primas de seguros de transporte ha experimentado una marcada desaceleración, derivada de la fuerte caída de las tarifas en este periodo, que FASECOLDA estima en más del 60% como consecuencia del ciclo blando de la siniestralidad. Lo anterior no ha logrado compensarse con la mayor base de aseguramiento que ha generado la expansión de la economía y del comercio internacional, lo que se ha traducido en una menor participación de este ramo en la producción total de los ramos de daños, pasando de representar el 7% en el 2000 a menos del 4% a finales del 2010.

El ramo de transportes enfrenta por lo tanto el mayúsculo objetivo de recuperar su participación en la generación de primas en la industria aseguradora de daños, objetivo que en adición a la caída de las tarifas y la exploración de nuevos nichos y formatos de negocio, deberá superar el reto de la liberalización financiera que según lo dispuesto en la Ley 1328 de 2009, abrirá el mercado colombiano a la competencia internacional de seguros a partir de julio del 2013.

Consciente de esta realidad, la Cámara Técnica de Transportes aprobó la contratación de un estudio de percepción de la demanda de seguros de transporte con el Centro Nacional de Consultoría, buscando identificar los factores críticos que determinan el consumo y la disposición a pagar por estos seguros, así como el posible impacto de la liberalización financiera en la producción de las aseguradoras que participan en la suscripción de riesgos de transporte a nivel nacional.

Estudio de percepción sobre el Seguro de Transporte.

El estudio fue concebido para explorar la percepción del consumidor en los segmentos que más aportan a la generación de primas de transporte. Fue así como se encuestaron empresas compradoras de seguros de transporte en el segmento de generadores¹ de carga, de empresas de transporte de carga por carretera² y de

¹ Por generadores de carga se entiende a cualquier empresa, industrial o comercial, que remita o reciba una mercancía o insumo, teniendo a su cargo la compra del seguro de transporte.

operadores logísticos³, incluyendo en la muestra un número representativo de empresas grandes, medianas y pequeñas. **La encuesta fue dirigida a las personas que en cada una de las empresas tenía a su cargo el poder de compra de los seguros de transporte: gerentes financieros, gerentes de riesgo o seguros, gerentes de logística y en muchos casos el propio gerente general o propietario.**

El formulario de la encuesta incluía cuatro bloques de preguntas: el primero relacionado con el proceso de compra de seguros; el segundo sobre la experiencia de reclamación a la hora del siniestro; el tercero sobre la redacción y valores agregados de las pólizas y el último sobre el impacto de la liberalización financiera.

Con el estudio también se buscaba lograr una primera aproximación, en este caso solo para el segmento de los generadores, a las razones por las cuales las empresas manifestaban no comprar seguros de transporte. Con este propósito, se aplicó un formulario adicional entre varios de los generadores que manifestaron no adquirir el seguro. De todas formas se debe aclarar que el mayor esfuerzo de este estudio se enfocó en describir el comportamiento de las empresas que si manifestaron comprar o controlar la compra de sus seguros de transporte.

Proceso de Compra de los Seguros de Transporte

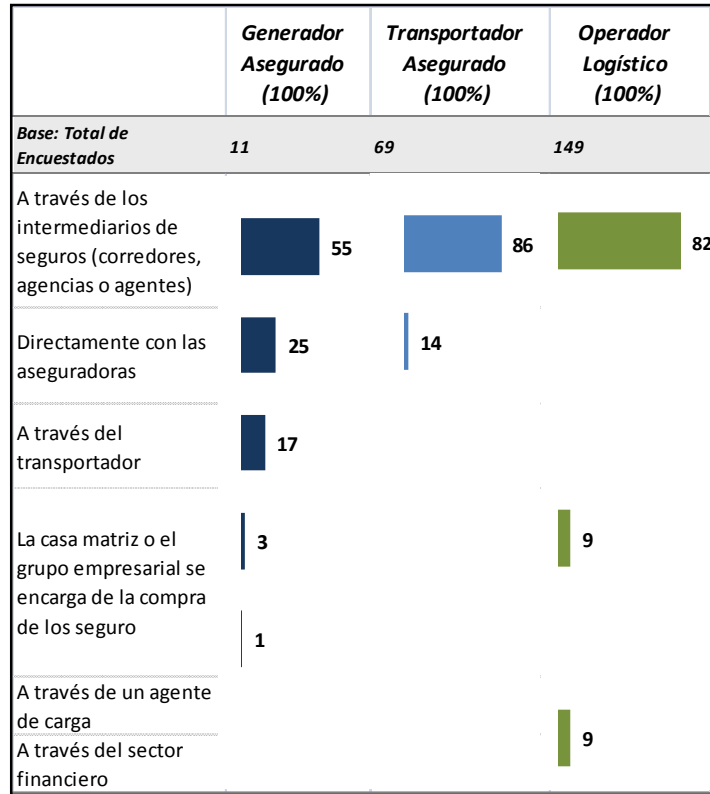
En este modulo se le pregunto a los asegurados sobre la forma de adquisición de los seguros, los principales factores que se tienen en cuenta a la hora de comprar un seguro y de escoger entre varias ofertas de seguros, el tiempo promedio que permanecen con una misma aseguradora, y la inversión por parte de los asegurados en los programas de prevención.

Los resultados de la encuesta sugieren que los seguros de transporte se adquieren principalmente a través de intermediarios (corredores, agencias o agentes); resultado que es especialmente alto en los segmentos de operadores logísticos (82%) y transportadores (86%). Entre los generadores, además de esta modalidad que obtiene el 55%, se menciona también con porcentajes importantes la compra directa a las aseguradoras (25%) y la compra a través del transportador (17%).

² Según cifras del Ministerio de Transporte, en Colombia más del 80% de la carga que se moviliza en camiones.

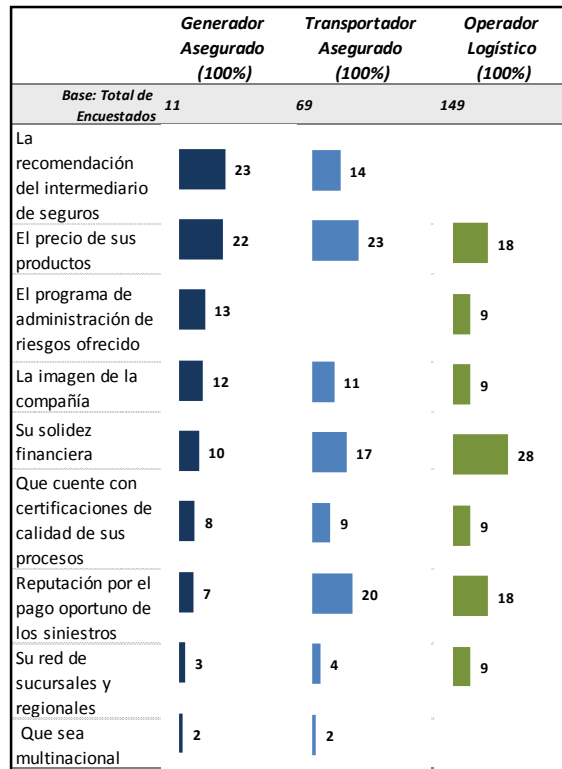
³ Los operadores logísticos son empresas que ofrecen a los generadores servicios integrales de transporte y logística, encargándose de subcontratar a todos los proveedores que se requieran para una movilización de carga, por aire, mar o tierra.

Gráfico 1 Forma de Adquirir Seguros de Transporte



De manera general se observa que los tres factores que principalmente se tienen en cuenta al momento de comprar un seguro de transporte son: la cobertura y las condiciones de la póliza, las tarifas y la solidez de la compañía de seguros. Por otro lado, al momento de elegir entre varias ofertas de seguros, los factores que priman para los asegurados son el precio de las pólizas, la reputación en el pago oportuno de los siniestros y en el caso de los generadores, la recomendación de los intermediarios.

Gráfico 2 Factores que inciden en la selección de una oferta de seguro



El tiempo promedio que los empresarios duran con una misma aseguradora de transporte varía entre 35 y 40 meses, lo que sería cercano a 3 años. Sin embargo, es importante mencionar que el 30% de los encuestados respondió un tiempo de doce meses o menos.

Finalmente es importante mencionar que la contratación de seguros de transporte es la forma principal en la que las empresas respaldan sus operaciones logísticas, por lo que el “autoaseguramiento” y los fondos son poco usuales de encontrar en este seguro. Ahora bien, con relación a la inversión en programas de prevención se encuentra que quienes más lo practican son los operadores logísticos (91%), porcentaje que baja significativamente entre los transportadores y generadores (56% y 31% respectivamente).

Experiencia en la reclamación.

Con respecto a la percepción de los asegurados cuando reclamaron el seguro después de un hurto o un daño de la carga, se destacan los siguientes resultados.

El primer lugar, los asegurados de los tres segmentos manifestaron que siempre que enfrentaron siniestros la carga estaba asegurada lo que puede sugerir que quien se asegura busca incluir en la póliza todas sus movilizaciones u operaciones logísticas y no solo aquellas que percibe como más riesgosas, permitiendo a las aseguradoras balancear la siniestralidad. En segundo lugar se destaca la alta satisfacción que manifestaron los asegurados con la aceptación del siniestro por parte de la

aseguradora y con el monto indemnizado. **En todos los segmentos, el 90% de los asegurados reportó que sus reclamaciones siempre fueron aprobadas y pagadas. Con respecto al monto de la reclamación, se declaran satisfechos por encima del 80%** en todos los segmentos, llegando inclusive a una satisfacción del 100% en el segmento de operadores logísticos 100%.

Otro resultado que se llama la atención en este modulo, es el tiempo promedio que demoró el proceso de indemnización. En promedio, los asegurados en los tres segmentos respondieron que desde que se inicia el trámite de la reclamación hasta que la aseguradora desembolsa la indemnización transcurren tres meses, lo cual en principio pareciera mucho tiempo si se tiene en cuenta la dinámica de la cadena logística.

Evaluación de las pólizas.

En el tercer módulo de la encuesta se preguntó a los asegurados sobre la percepción que tenían de las pólizas de transporte, independientemente de los determinantes de compra.

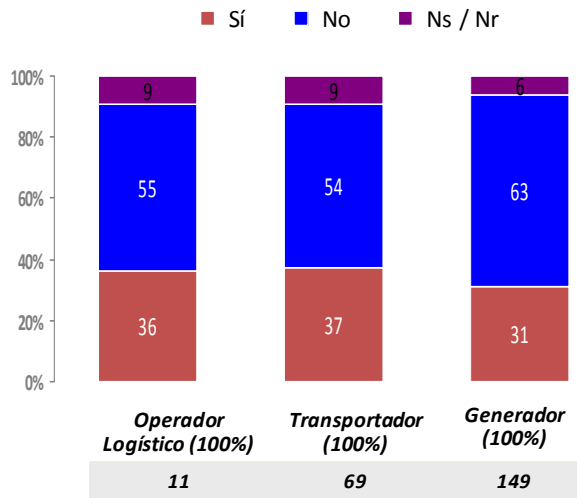
De este módulo la conclusión más relevante fue que para el 50% de los asegurados en todos los segmentos la redacción de las pólizas resulta más conveniente para las aseguradoras. El resto de los encuestados cree que las pólizas son justas para ambas partes o inclusive, a favor de los asegurados.

El otro resultado destacable de este módulo, es que los dos valores agregados que más les gustaría encontrar a los asegurados en las pólizas son coberturas más integrales (que en un solo producto se incluya el aseguramiento de la carga, del camión, de la responsabilidad extracontractual y hasta el seguro de vida del conductor) y programas de capacitación en riesgos, seguros y logística.

El posible impacto de la liberalización financiera de 2013

En el último módulo de la encuesta se preguntó sobre el eventual interés que tendrían los asegurados en buscar y comprar seguros ofrecidos desde el exterior, aprovechando la libertad que en este sentido impondrá la ley 1328 de 2009 que en su capítulo de liberalización entrará en vigencia en julio de 2013. **A la pregunta de si compraría seguros en el exterior, así tuviera que renunciar a la protección que ofrece la legislación colombiana cuando se contrata con aseguradoras nacionales, el 31 de los generadores, el 36% de los operadores logísticos y el 37% de los transportadores respondieron que si**, lo que a dos años de la liberalización plantea un gran reto para las aseguradoras locales, que deberán fortalecer los elementos críticos de su operación, de sus pólizas y del modelo de comercialización si desean competirle con éxito a la oferta internacional.

¿ Dadas las características de la liberalización financiera (2013), cotizaría y eventualmente compraría seguros de transporte en el exterior?



Generadores que no compran seguros de transporte

Del cuestionario adicional practicado a varios de los generadores de carga que manifestaron no comprar seguros de transporte se destaca principalmente los resultados del porque no les preocupa la compra del seguro.

Más del 85% de los generadores encuestados manifestó que no se ocupa de la compra directa de estos seguros por la sencilla razón de que el transportador de carga, o sus proveedores, o sus compradores les ofrecen hacerse cargo de la compra del seguro o se hacen responsables directos de las pérdidas. A partir de lo anterior, se podría concluir que en realidad la mayoría de quienes responden no comprar seguros de transporte, en realidad si se encuentran asegurados pero de forma indirecta a través de un tercero, mayoritariamente las empresas de transporte (67%). El anterior resultado es consistente con la respuesta de que al 82% de estos generadores que manifestaron no comprar seguros nunca les han ofrecido de forma directa un seguro de transporte.

Conclusiones finales

El estudio logró proveer a las aseguradoras que explotan el ramo de transporte, varios insumos clave para replantear sus estrategias de penetración y competitividad. **De cara a la liberalización, parece ser inevitable que una parte importante de la**

demanda este en riesgo de fugarse al exterior, lo que a tan solo dos años de la apertura al mercado internacional, impone a las aseguradoras un ritmo acelerado de mejoramiento de sus productos y procesos. Coberturas más integrales, clausulados más simples y equilibrados, valores agregados mejor enfocados e innovación en los canales de comercialización serán las variables críticas en la primera línea de batalla por retener la demanda nacional.

Solo convergiendo a estándares internacionales la oferta local podrá ser competitiva y en este sentido, la Cámara Técnica de Transporte también deberá interpretar la mejor manera de asistir a sus afiliados con una agenda gremial, que a partir de más y mejor información, facilite la interpretación del desempeño del ramo y su entorno, propiciando la adopción de mejores prácticas de mercado.