



ESCUELA DE NEGOCIOS
PROGRAMA HSBC 3º Edición - 2010

***“Desarrollo del mercado de Seguros de Vida y
Retiro Individual en Argentina”
2016***

Autor: Soledad MASTRAGOSTINO

Tutor: Javier EPSTEIN

Mar del Plata

[Escriba texto]



AGRADECIMIENTOS

A Marcos, mi compañero, que me apoyo desde el momento cero en este proyecto, alentándome a crecer académicamente y sacrificando muchos fines de semana de cursada en Buenos Aires durante los 4 años que duro este proyecto.

A Martina, mi bella hija, que me acompaño desde la panza en el último año de curso y que hoy, con tan solo un año y medio, dejo que su mama dedique tiempo al proceso final del desarrollo de esta tesis.

A mi hermana Lore, por recibirme cada fin de semana del curso en su hogar, dándome su amor y compañerismo para hacer mi estadía lejos de casa más simple.

A Adrián Benvenuto, quien deposito su confianza en mí para acceder a participar de este programa que es muy valorado a nivel académico.

A mi jefe directo y compañeros de trabajo, por ser impulsores para encarar este desafío.

A mis amigos y compañeros de equipo en este posgrado, Ale, Héctor y Gery, Un placer su compañía estando lejos de casa.

A todo el cuerpo de docente, asistentes y demás integrantes de la Universidad Torcuato Di Tella por su excelencia y profesionalismo puesto al servicio de los alumnos, y principalmente por la calidad humana de todos ellos.

Por último, a mi tutor Javier Epstein y a Vanesa Welsh por ser el soporte fundamental en el final de este camino.

A todos ellos, gracias!



RESUMEN

La presente investigación aborda las características del sector de seguros de vida y retiro individual en la Argentina, el estado actual del mismo y su evolución, así como las perspectivas que se encuentran en discusión por los diferentes actores que lo conforman.

Así se plantea en el presente la problemática de la industria a través de un análisis conceptual para tratar de comprender la baja penetración de mercado y la falta de planes consistentes con una perspectiva de largo plazo.

En este sentido, luego de definir la problemática planteada, sus implicancias y las comparaciones con lo que ocurre en otras regiones se presenta un marco de análisis cualitativo y cuantitativo de la situación actual y consideraciones acerca de la posibilidad de crecimiento en el contexto actual.

Cabe destacar que si bien se abordan los temas anteriormente mencionados desde lo general a lo particular, se profundiza en los aspectos teóricos a fin de proporcionar los fundamentos y herramientas tendientes a permitir determinar las restricciones para el desarrollo de los seguros de vida individual de contratación voluntaria en la Argentina y a la vez indagar sobre las características y relaciones de condicionamientos que tales limitantes ejercen sobre la evolución del sector.

Se presentará de esta manera un análisis histórico de la evolución de los seguros de vida y retiro en Latinoamérica y Argentina, realizando un análisis comparativo de los países integrantes de la región. Se plantea asimismo la problemática de la región y se abordan temas como envejecimiento demográfico.

A continuación y siguiendo una línea descriptiva se avanza en la importancia de los seguros de vida como función social, su impacto en el sistema económico y los beneficios para la población.

Se presenta una descripción de productos disponibles caracterizando las diferentes formas de comercialización.

Por último dentro del marco teórico se presentan distintas opiniones de operadores del sector quienes describen sus perspectivas y análisis del estado actual, en donde se plasman los distintos escenarios de evolución de acuerdo a su mirada.

Todo lo expuesto fue desarrollado siguiendo la línea del proyecto de la Superintendencia de Seguros de la Nación , PLANES Plan Nacional estratégico



del Seguro 2012 – 2020 cuyo objetivo es mejorar la performance del sector de seguros a través de un plan de acción de largo plazo que incluye no solo atender cada ramo de seguros en particular, sino también aumentar los recursos financieros que produce el sector del seguro, y reorientarlos hacia una mayor inversión en la economía real, permitiendo financiar emprendimientos productivos y de infraestructura, trabajar sobre aspecto de cultura aseguradora, y desarrollar un sector del seguro mucho más fortalecido, eficiente y orientado a brindar cada vez más beneficios a los usuarios y asegurados.

También se presenta un informe sobre encuesta realizada entre colaboradores del sector que proponga una visión distinta a la presentada por los principales referentes del sector, siendo esta de carácter confidencial, y relevando información que fue desarrollada durante el análisis.

PALABRAS CLAVES

- ✓ Previsión
- ✓ Futuro
- ✓ Desafío
- ✓ Compromiso

“El SEGURO DE VIDA fomenta la felicidad de la vida doméstica; proporciona a precio bajo una herencia al pobre y ampara de un modo eficaz al rico contra los caprichos de la fortuna y la inestabilidad de las riquezas.”

Sarmiento

“Si me fuera posible, escribiría las palabras SEGURO DE VIDA en el umbral de cada hogar y en la frente de cada hombre; tan convencido estoy de que el Seguro puede, a un costo moderado, librar a las familias de las garras de catástrofes irreparables.”

Churchill

“El seguro sobre la vida crea la estabilidad en el mundo del trabajo, eleva su moral y recompensa los hábitos de economía y ahorro que son tan esenciales al bienestar de un pueblo como al de un individuo.”

Theodore Roosevelt



INDICE	Página
1. INTRODUCCION	8
2. HIPOTESIS	9
3. EI MERCADO DE SEGUROS DE PERSONAS	
3.1 Los seguros de vida en América Latina	10
➤ Problemática del Seguro de Vida en América Latina	10
➤ Esperanza de Vida y envejecimiento demográfico.	10
➤ Penetración del mercado de Seguros de Vida en América Latina	11
3.2 Los seguros de vida en Argentina	13
➤ Historia	13
➤ Evolución del mercado de seguros de Vida individual y Retiro	15
➤ Compañías – Ranking	19
4. LOS SEGUROS DE VIDA Y RETIRO	21
4.1 Importancia y función social del Seguro de Vida	21
4.2. Características y clasificación de los Seguros de Vida	22
➤ Clasificación de los Seguros de Vida	
➤ Clausulas Adicionales	
➤ Beneficios Adicionales	
➤ La solicitud de seguro	
➤ La selección del riesgo	
➤ Sobre los beneficiarios	
➤ Puntos a tener en cuenta cuando se contrata un Seguro de Vida	
➤ Los seguros de vida con ahorro y los seguros de retiro	
5. PERSPECTIVAS DEL MERCADO	30



5.1 Perspectivas para Seguros de Vida: la visión de los operadores	30
5.2 “En la Argentina el potencial de crecimiento del Seguro de Vida es enorme”	32
6. ANALISIS DEL SECTOR – La opinión de algunos referentes	34
6.1 Declaraciones de Fredy Schoepflin	34
6.2 Declaraciones de Daniel Marcú	34
6.3 Declaraciones de Gabriel Chaufán	35
6.4 Declaraciones de Diego Guaita	36
6.5 Declaraciones de Eduardo D’Alessio	36
6.6 Declaración de Claudia Mundo	37
6.7 Declaración Rolf Steiner	38
7. DESCRIPCION DE VARIABLES EN ANALISIS	40
7.1 Cultura aseguradora	40
7.2 Incentivos Fiscales	41
7.3 Inflación	43
7.4 Sistema Previsional	44
7.5 Fuerza de Ventas profesionalizada	45
7.6 Complejidad de los productos	46
7.7 Brecha Previsional	46
8. INVESTIGACION DE CAMPO	48



8.1 Metodología de investigación	48
8.2 Cuestionario	49
8.3 Entrevistas	57
9. CONCLUSION	59
10. BIBLIOGRAFIA	62
11. ANEXOS	64

Universidad Torcuato Di Tella



1. INTRODUCCION

En nuestro país parece ser que hablar de futuro es una utopía y quienes lideran las organizaciones, a la luz de las coyunturas económicas que se han desarrollado en la Argentina, no plantean escenarios que permitan a la población poder mirar más allá del corto plazo. Esta situación impacta directamente en la falta de conciencia previsional que existe en nuestro país lo que provoca falta de previsibilidad a la hora de afrontar riesgos y particularmente en lo que respecta al presente trabajo, baja cobertura personal ante eventualidades (muerte, accidentes, enfermedades, invalidez) y casi nula previsión destinada a la cobertura de la vejez.

En este sentido en nuestro país la contratación de seguros de vida individual que brindan las coberturas mencionadas en el párrafo anterior y principalmente aquellos productos con componente de ahorro, disminuyó radicalmente luego de la salida de la convertibilidad dado que hasta esa época no se discutía la importancia financiera de la moneda en la que se efectuaban los contratos y resultaba muy atractivo la contratación en dólares. Contratos que desfavorecieron a los asegurados, en algunos casos sin respeto a la moneda de contratación, contratos pesificados, compañías que no soportaron la crisis y cerraron sus puertas afectando a los asegurados, costos más elevados y con coberturas menores, entre otras situaciones, marcaron un punto de quiebre en la confianza de los contratantes y que no logro revertirse sustancialmente hasta hoy.

Es por esto que luego de la crisis del 2002, comienzan a declinar los niveles de producción hasta un mínimo en 2005. En los últimos años retoma un sendero de crecimiento que, aunque paulatino, se manifiesta como constante. A lo largo del presente trabajo se expondrán algunas consideraciones al respecto.

Más allá de lo expuesto se considera que, a pesar de los vaivenes de la economía que provocaron la situación actual del sector, no se han tomado las riendas de un segmento que tiene un potencial de desarrollo muy importante dado que existe un importante “gap” previsional en la población económicamente activa que hace que sea de suma importancia complementar las coberturas brindadas por el



sistema previsional argentino que incluye tanto las coberturas que brinda el estado como las que brindan las cajas previsionales profesionales.

La problemática que se plantea en la presente investigación es la falta de crecimiento sostenido del sector de seguros de vida y retiro individual.

Entonces la pregunta a formular es ¿cuál es la restricción existente en el mercado para el crecimiento sostenido del mismo?

Me propongo con el presente presentar un análisis del sector de seguros de vida y retiro individual en Argentina, presentando un análisis histórico y actual del mismo, para luego, de manera específica, poder evaluar las distintas variables que se consideran relevantes en el sector y poder abordar sobre la hipótesis que se plantea.

La coyuntura económico social de nuestro país juega un rol importante dado que un análisis de previsión financiera individual de mediano y largo plazo necesita de condiciones de estabilidad económica. y como todos sabemos, en nuestro país la estabilidad económica no avanza más allá del corto plazo, generando escenarios de planificación cargados de incertidumbre. En este sentido y acompañando este análisis, la inflación y la falta de una política monetaria sostenida en el tiempo colabora para que la desconfianza prime en la contratación de este tipo de servicios.

2. HIPOTESIS

La industria de seguros de vida y retiro individual no encuentra, luego de la salida de la convertibilidad en 2002, un crecimiento sostenido dado los diversos factores propios del sector pero considero que principalmente se encuentra afectado por la falta de conciencia aseguradora y previsional.



3. EI MERCADO DE SEGUROS DE PERSONAS

3.1. Los Seguros de Vida en América Latina

Problemática del Seguro de Vida en América Latina

Durante la presentación de la Conferencia Hemisférica de Seguros Schmidt Oscar (Jefe de región de América Latina Met Life) (2009) opina que existen motivos importantes para explicar porque el crecimiento de América Latina ha quedado rezagado en comparación con el de otras regiones emergentes:

- Crisis recurrentes y falta de confianza en las instituciones financieras
- Baja cultura de ahorro
- Amplias coberturas de la seguridad social
- Amplio sector informal de la economía
- Falta de educación financiera y cultura de seguros
- Disparidad de los ingresos

En la misma conferencia Agustín Gutiérrez de Múnich Re agrego:

- Ingreso per cápita reducido en la región
- Distribución polarizada del ingreso y la riqueza
- Crisis frecuentes en las economías
- Escasa creatividad para el desarrollo de productos
- Regulación compleja y limitativa
- Escasos estímulos fiscales y subsidios limitados

Esperanza de vida y envejecimiento demográfico

Pese a las diferencias entre países, América Latina y el Caribe están experimentando un proceso de envejecimiento poblacional inexorable, con importantes implicaciones para los gobiernos y a la sociedad en general. Así lo demuestra el análisis de los indicadores económicos desde una perspectiva etaria (según los distintos grupos de edades que componen la población).

Si bien el envejecimiento de las economías es un fenómeno reciente, a mediano plazo se convertirá en el rasgo dominante de la mayoría de los países del mundo. Se define como envejecida a aquella economía en la que el consumo de las



personas de 65 años y más supera el de los niños y adolescentes (de 0 a 19 años). El análisis¹ de las CNT² permite estimar y proyectar el consumo de ambos grupos etarios. Con base en datos obtenidos del proyecto mundial, hacia 2040 se espera que haya 73 economías envejecidas en el mundo, entre ellas las de Brasil, Uruguay, Chile, Costa Rica y Cuba. Esto tiene importantes implicaciones económicas y fiscales, entre ellas un gran aumento del gasto en salud y un incremento de la presión sobre los presupuestos gubernamentales.

Grafico 1. Penetración del mercado de Seguros de Vida en América Latina

**Penetración del Seguro
y Distribución del Ingreso**

	Coef. Gini	Coef. Gini / Índice de Penetración
México	0,482	2,00
Japón	0,249	9,50
Australia	0,352	7,30
Canadá	0,326	7,00
Alemania	0,283	6,60
Italia	0,360	5,90
España	0,327	5,40
Chile	0,520	4,00
Brasil	0,550	3,00
Argentina	0,500	2,50
Uruguay	0,462	1,70
Colombia	0,585	2,20
Ecuador	0,544	1,60
Perú	0,496	1,10
Estados Unidos	0,408	8,70
Francia	0,347	9,20

Fuente: Aguilera Verdego, Manuel (2010) ³

La actividad aseguradora ha cobrado cierto dinamismo en los últimos dos años, pero la región aún continúa sumida en el subdesarrollo. Como indica el siguiente cuadro, diversos indicadores del año 2012 muestran que existe un potencial no debidamente explotado.

¹ http://www.cepal.org/notas/74/EnFoco_2.html

² Cuentas Nacionales de Transferencias

³ <https://www.mapfre.com/ccm/content/documentos/fundacion/cs-seguro/libros/Cuaderno-173-el-seguro-de-vida-en-america-latina.pdf>



Grafico 2

Primas de aseguradoras en el mundo (2011 y 2012)

Región	2011	2012	Cuota % del mercado mundial	Primas como % sobre PIB propio (2012)			Población Millones de habitantes	Primas promedio por habitante Año 2012
	Mill. U\$S corrientes			Año 2012	Total	Vida		
Europa	1.625.442	1.535.176	33,28%	6,7	3,9	2,8	815	1.884
Estados Unidos + Canadá	1.342.502	1.393.416	30,21%	8,0	3,6	4,4	349	3.993
Asia	202.208	218.625	4,74%	5,7	4,1	1,6	4.168	52
América Latina y el Caribe	155.201	168.737	3,66%	3,0	1,3	1,7	599	282
África	47.007	49.888	1,08%	3,6	2,5	1,1	1.068	47
Oceanía	46.775	45.448	0,99%	5,6	2,6	3,0	36	1.262

Fuente: elaboración propia en base a datos de Swiss Re, FMI, The Economist Intelligence Unit, Oxford Economics, Institute for International Finance y el Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche.

El siguiente cuadro muestra el análisis de la región analizado como ranking de países que poseen la mayor participación de mercado de la región.

Grafico 3

Primas emitidas por seguros de vida en América Latina en 2012

Posición año 2012		País	2011	2012	Cuota % del mercado latinoamericano
Ranking mundial	Ranking regional		Millones de U\$S corrientes		Año 2012
13	1	Brasil	40.793	44.784	62,35
28	2	México	10.086	10.844	15,10
35	3	Chile	5.579	6.134	8,54
38	4	Argentina	2.578	3.118	4,34
39	5	Colombia	2.343	2.754	3,83
47	6	Perú	1.237	1.394	1,94
57	7	Venezuela	376	493	0,69
66	8	Trinidad y Tobago	355	361	0,50
69	9	Jamaica	251	259	0,36
70	10	Panamá	234	255	0,35
71	11	Ecuador	231	255	0,35
73	12	Uruguay	221	235	0,33
80	13	Guatemala	122	125	0,17
82	14	Rep. Dominicana	104	114	0,16
84	15	Costa Rica	72	79	0,11
		Otros países	672	632	0,88

América Latina y el Caribe	65.255	71.832
----------------------------	--------	--------

Fuente: elaboración propia en base a datos de Swiss Re, FMI, The Economist Intelligence Unit, Oxford Economics, Institute for International Finance y el Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche.



3.2 Los seguros de vida en Argentina

Historia

El seguro de vida en Argentina comenzó a desarrollarse fuertemente a partir de 1865, solo se conoce que antiguamente se comercializaban seguros a través de viajantes o agentes de compañías extranjeras no instaladas en el país. No existe constancia de cuando se expidió la primera póliza de seguro de vida, porque al desaparecer descapitalizadas las compañías también lo hicieron sus archivos.

En 1882 se celebró la primera tabla de mortalidad mediante información recopilada por el gobierno.

En 1894 se suscribió el acta de Fundación del Comité de Aseguradores Argentinos.

Durante el gobierno de Perón, en 1947, se nacionalizó parcialmente la actividad reaseguradora mediante la fundación del Instituto Mixto Argentino de Reaseguros IMAR, el cual se convirtió más tarde en monopolio estatal de reaseguros bajo la razón social de Instituto Nacional de Reaseguro INDER, cuya liquidación se produjo a comienzos de los '90. En el ámbito legal la legislación "Ad hoc" sobre el contrato de seguros se produjo en 1967 dictándose en 1973 la ley sobre empresas de seguros y su fiscalización.

El hito en la historia del seguro de vida argentino fue en el año 1994 al instaurarse mediante la ley 24241 el nuevo Sistema Integrado de Jubilaciones y Pensiones (SIJP) en 1993 y 1994. En esta forma, Argentina realizó una reforma menos radical de su sistema público de pensiones con dos objetivos fundamentales: "evitar la gran dispersión de regímenes de previsión existente y estabilizar al sistema en vista de la que ya, en 1994, preocupante relación entre cotizantes y jubilados en el régimen público era 2:1 y a que la "deuda pensional" implícita había sido estimada para el periodo 1990- 2030 en un 305% del PBI

Se trataba de un sistema multipilar con un pilar de prestación definida financiado mediante el mecanismo de reparto y compuesto por un elemento solidario y otro de reconocimiento de aportes anteriores, correspondiéndole su gestión a la Administración Nacional de Seguridad Social (ANSES) y otro pilar de capitalización individual y de aportación definida, gestionado por las

Administradoras de Fondos, Jubilaciones y pensiones (AFJP), instituciones privadas con fines de lucro.

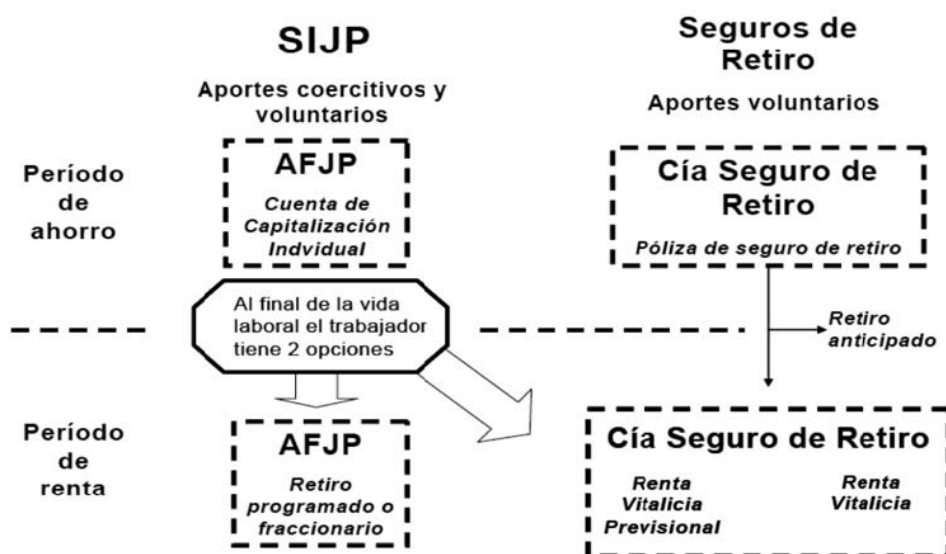
Las AFJP además de administrar los fondos de los que optaron por un régimen de capitalización debían contratar un seguro colectivo de vida para cubrir riesgos de muerte (pensiones de viudedad y orfandad) así como los de invalidez. A través del seguro previsional se garantiza que los afiliados que fallezcan o se invaliden con anterioridad a su jubilación cuenten con los fondos necesarios para garantizar las prestaciones establecidas por la ley para las contingencias

Los seguros de retiro comenzaron a funcionar a partir de 1987 según la resolución 19106 emitida por la Superintendencia de Seguros de la Nación. Se trataba de un seguro de personas, más concretamente de vida, cuyo principal objetivo es generar ahorro individual o colectivo destinado a otorgar al tomador de la póliza, o a quien este disponga, una renta vitalicia al momento de retiro o muerte.

Tales seguros son de carácter voluntario y de condiciones contractuales y primas pactadas libremente entre las partes a través de una póliza de seguro. El tomador realiza uno o más aportes durante el tiempo que decida, y en cualquier momento tiene la opción de realizar rescates parciales, rescates totales u obtener una renta vitalicia hasta su muerte pagada por la compañía emisora de la póliza.

Los seguros de retiro eran competencia y complemento de las AFJP. A continuación se muestra en el gráfico 2 cómo se relacionaban las AFJP con los Seguros de Retiro.

Gráfico 4. Relación entre AFJP y Seguros de Retiro





A pesar de lo expuesto y las bondades que proponía el sistema en su concepción, tuvo poca vida. En Diciembre de 2008 entro en vigor la LEY 26.425 mediante la cual se creó el Sistema Integrado Previsional Argentino (SIPA) en sustitución al anterior sistema y se eliminó el sistema de capitalización privado, absorbido y sustituido por el régimen de reparto.

El cambio del marco legal asentó un duro golpe a una parte muy importante del incipiente y promisorio mercado de seguros de vida.

Evolución del mercado de seguros de Vida individual y Retiro

Se presenta a continuación un análisis cuantitativo de la evolución del mercado de seguros de vida y retiro individual en base a la información provista por la Superintendencia de Seguros de la Nación en su comunicación N° 4466.

El análisis muestra le evolución del mercado de seguros de vida y retiro en comparación con la evolución del gran universo que conforman los Seguros de Daños Patrimoniales.

Grafico 5. Evolucion porcentual del mercado de seguros según distintas ramas

EVOLUCION	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Seguros de Daños Patrimoniales	13%	26%	25%	32%	26%	25%	35%	31%	37%	35%
Vida Individual	-20%	28%	31%	21%	19%	29%	35%	12%	25%	47%
Retiro Individual	-51%	-20%	2%	57%	-19%	4%	10%	39%	3%	46%

Los valores relevados se encuentran expresados a valores corrientes

Fuente: Informe mercado Comunicación n° 4466 SSN. Disponible en ANEXO 1

Del cuadro presentado surge que el mercado de Seguros de daños patrimoniales ha mantenido cierta regularidad en su evolución a los largo de estos últimos diez años, cosa que no ha sucedido con los Seguros de Vida y Retiro.

La volatilidad en la evolución del mercado de retiro individual hace inviable un análisis puramente objetivo sobre las causas de tales variaciones. La decadencia del sector post convertibilidad y su eventual recupero hacia el 2008, evidentemente fue impactado por la crisis financiera del 2008 y vuelve a dar un vuelco importante. Esto da cuentas que es un segmento altamente influenciado



por las coyunturas económicas y probablemente la falta de conciencia aseguradora aporta a la baja en las primas que se provoca en momentos de crisis.

Respecto a la rama de Seguros de Vida Individual parece acompañar el desenvolvimiento de la economía en general dado que su evolución se parece más a la de los Seguros Patrimoniales. Así mismo cabe descartar que muchos de los productos de vida individual están valuados en dólares y dada la devaluación que viene operando desde el año 2009 y eso impacta en la mejora en la performance del sector, condicionada lógicamente por la evolución del dólar. No se cuenta con la discriminación de prima de contratos valuados en dólares lo que daría un panorama aún más claro sobre la evolución real del sector.

Importancia de los seguros de vida y retiro en la industria aseguradora

A continuación se expone un cuadro que refleja la participación en la industria de seguros de los seguros de vida y retiro en comparación con los seguros patrimoniales

Grafico 6. Participación porcentual Seguros de Vida y Retiro en relación a los Seguros Patrimoniales

Primas por ramo /Primas totales	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Seguros de Daños Patrimoniales	68,3%	64,3%	68,2%	68,2%	71,2%	77,5%	80,1%	80,2%	79,5%	80,1%
Vida Individual	3,7%	2,5%	2,6%	2,8%	2,6%	2,7%	2,9%	2,9%	2,5%	2,3%
Retiro Individual	0,8%	0,3%	0,2%	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%

Los valores relevados se encuentran expresados a valores corrientes

4

Fuente: Informe mercado Comunicación n° 4466 SSN. Disponible en ANEXO 1

A la luz de la información expuesta en el cuadro que antecede, queda expuesto que no ha habido modificaciones sustanciales en la participación de relativa de cada ramo en relación a las primas totales emitidas.

⁴ <http://www.ssn.gov.ar/>



En este punto cabe mencionar y mostrar un análisis detallado a nivel regional de la participación de mercado de la rama de seguros de vida en comparación con los seguros de no vida.

Grafico 7. Analisis comparativo regional sobre participación seguros de vida sobre seguros de no vida

Posición año 2012		País	2011	2012	Cuota % del mercado mundial	Cuota % del mercado latino-americano	Primas como % sobre PIB propio (2012)			Población	Primas promedio por habitante	Participación sobre el total de primas de cada país	
Ranking mundial	Ranking regional		Millones de U\$S corrientes		Año 2012	Año 2012	Total	Vida	No vida	Mill. de hab.	Año 2012	Vida	No vida
13	1	Brasil	78.656	82.267	1,78%	48,8%	3,7	2,0	1,7	199	413	54,4%	45,6%
27	2	México	22.863	23.982	0,52%	14,2%	2,0	0,9	1,1	166	144	45,2%	54,8%
33	3	Argentina	12.759	15.458	0,34%	9,2%	3,3	0,7	2,6	41	377	20,2%	79,8%
35	4	Venezuela	10.807	14.163	0,31%	8,4%	3,7	0,1	3,6	30	472	3,5%	96,5%
39	5	Chile	9.671	10.491	0,23%	6,2%	4,0	2,3	1,7	17	617	58,5%	41,5%
41	6	Colombia	7.620	8.879	0,19%	5,3%	2,4	0,8	1,6	48	185	31,0%	69,0%
51	7	Perú	2.619	2.997	0,06%	1,8%	1,5	0,7	0,8	30	100	46,5%	53,5%
62	8	Ecuador	1.337	1.485	0,03%	0,9%	1,8	0,3	1,5	15	99	17,2%	82,8%
69	9	Panamá	1.053	1.139	0,02%	0,7%	3,2	0,7	2,5	4	285	22,4%	77,6%
73	10	Uruguay	913	973	0,02%	0,6%	2,0	0,5	1,5	3	324	24,2%	75,8%
75	11	Trinidad y Tobago	936	952	0,02%	0,6%	4,3	1,6	2,7	1	952	37,9%	62,1%
76	12	Costa Rica	822	896	0,02%	0,5%	2,0	0,2	1,8	5	179	8,7%	91,3%
79	13	República Dominicana	702	746	0,02%	0,4%	1,3	0,2	1,1	10	75	15,3%	84,7%
80	14	Jamaica	680	701	0,02%	0,4%	4,7	1,7	3,0	3	234	36,9%	63,1%
87	15	Guatemala	600	613	0,01%	0,4%	1,2	0,2	1,0	15	41	20,2%	79,8%
		Otros países	3.165	2.993	0,06%	1,8%	s.d.	s.d.	s.d.	12	249	21,1%	78,9%
América Latina y el Caribe			155.203	168.735	3,66%	100,0%	3,0	1,3	1,7	599	282	42,6%	57,4%

Fuente: elaboración propia en base a datos de Swiss Re, FMI, The Economist Intelligence Unit, Oxford Economics, Institute for International Finance y el Wiener Institut für Internationale Wirtschaftsvergleiche.

Complementariamente al análisis efectuado sobre el segmento de Seguros de Vida y Retiro se presenta apéndice del documento PLANES emitido por la SSN en relación a la situación del sector de seguros en general que son replicables al segmento analizado.

Contexto social y macroeconómico⁵ El desarrollo del sector registrado en los últimos años está relacionado con el proceso de crecimiento de la economía. Los incrementos en los niveles de actividad económica posibilitaron la recuperación del sector, con un significativo crecimiento en el volumen de producción.

⁵<http://www.ssn.gov.ar/Storage/planes/biblioteca.html#13>



La recuperación de las actividades industriales y el proceso de aumento del empleo y del nivel de formalización laboral, junto con la dinámica propia del sector agropecuario, dieron un fuerte impulso al desarrollo y crecimiento de los seguros patrimoniales y de riesgos del trabajo. No obstante, por distintos factores, la penetración del seguro en Argentina continúa siendo inferior a la de otros países de la región y a la de países con mayor desarrollo.

La situación del sector seguros considerada para el período base podría estar descrita por los siguientes puntos. Es importante destacar que estos puntos contemplan algunas cuestiones generales, que podrían no resultar aplicables, por ejemplo, a ramos de seguros o entidades consideradas en forma particular.

- El sector tiene resultado técnico negativo. Si bien el resultado técnico por ramo es heterogéneo, en su conjunto es negativo.
- Existen algunas opiniones negativas sobre el nivel de solvencia dinámica del sistema. Por ejemplo, sobre el nivel de suficiencia de las reservas.
- Los gastos para el funcionamiento del sistema podrían ser considerados como 'elevados'. La existencia de un alto nivel de gastos genera la salida de recursos del sistema y atenta muchas veces contra la posibilidad de generar resultados técnicos positivos y de mejorar el nivel de las prestaciones que otorga el sistema.
- El sector seguros es bastante dependiente del capital del sector seguros externo por los programas de reaseguro, lo que genera debilidades por la salida de recursos y por las fluctuaciones de las variables externas.
- El sector de seguros con componente de ahorro (retiro, productos de vida individual) no parece estar cumpliendo con sus objetivos.
- No obstante, se ha registrado en los últimos años un aumento en la relación primas / producto considerando seguros patrimoniales y vida colectivo, sin considerar los cambios estructurales del sistema (seguros de retiro, ramo vida previsional).



GRAFICO 8. Compañías – Ranking

VIDA INDIVIDUAL ⁶	%	Valores expresados en pesos argentinos
1 ZURICH LIFE	25,20	742.453.333
2 PRUDENTIAL	14,72	433.643.660
3 HSBC VIDA	10,64	313.459.765
4 LIDERAR	7,14	210.515.991
5 METLIFE SEG. DE VIDA	5,59	164.639.727
6 ASEG. FEDERAL ARG.	5,11	150.465.511
7 FEDERACION PATRONAL	4,92	144.939.513
8 PARANA	4,40	129.561.638
9 ORBIS	4,05	119.217.464
10 PROVINCIA VIDA	4,03	118.689.013
11 BINARIA VIDA	4,02	118.593.887
12 EQUITATIVA DEL PLATA	2,71	79.776.398
13 SMG LIFE	1,98	58.223.649
14 CNP ASSURANCES	1,70	50.159.088
15 GALICIA SEGUROS	0,92	27.041.117
16 ALLIANZ ARGENTINA	0,59	17.465.536
17 SMSV SEGUROS	0,52	15.253.962
18 ZURICH ARGENTINA	0,46	13.591.926
19 TRES PROVINCIAS	0,19	5.677.763
20 PIEVE SEGUROS	0,19	5.617.622
21 NACION SEGUROS	0,19	5.562.229
22 INSTITUTO SALTA VIDA	0,18	5.195.959
23 SEGUNDA PERSONAS	0,18	5.194.905
24 MAPFRE VIDA	0,11	3.302.371
25 SAN CRISTOBAL	0,10	2.969.559
26 CAJA SEGUROS	0,07	2.101.838
27 SEGUROS RIVADAVIA	0,03	941.088
28 MERCANTIL ANDINA	0,02	487.410
29 HOLANDO SUDAMERICANA	0,01	379.193
30 RIO URUGUAY	0,01	245.914
31 SANCOR	0,01	198.818
32 SAN CRISTOBAL RETIRO	0,01	186.037
33 INST.ASEG.MERCANTIL	0,00	145.570
34 ASSURANT ARGENTINA	0,00	144.762
35 GENERALI ARGENTINA	0,00	107.452
36 BERKLEY INTERNATIONAL	0,00	106.643
37 INST.PROV.ENTRE RIOS	0,00	78.851
38 HDI SEGUROS	0,00	58.914
39 HAMBURGO	0,00	53.706
40 SEGUROMETAL	0,00	52.271
41 BOSTON	0,00	41.562
42 VICTORIA	0,00	22.560
43 CAJA PREV.SEG.MED.PBA	0,00	18.225
44 PLENARIA VIDA	0,00	17.764
45 METLIFE RETIRO	0,00	14.289
46 NATIVA	0,00	1.581
66 RSA GROUP	0,00	(30.094)
TOTAL DEL RAMO	100,00	2.946.585.940

⁶ Fuente: <http://www.revistastrategas.com.ar/ranking-de-seguros.php>

RETIRO INDIVIDUAL ⁷		%	Valores expresados en pesos argentinos
1	SAN CRISTOBAL RETIRO	33,77	28.036.599
2	SEGUNDA RETIRO	27,60	22.915.604
3	BINARIA RETIRO	15,64	12.981.257
4	ORIGENES RETIRO	7,39	6.131.179
5	HSBC RETIRO	6,32	5.243.608
6	NACION RETIRO	4,89	4.061.864
7	METLIFE RETIRO	3,37	2.798.576
8	FED. PATRONAL RETIRO	0,48	395.794
9	INST.E.RIOS RETIRO	0,18	150.388
10	CREDICOOP RETIRO	0,13	109.224
11	ESTRELLA RETIRO	0,12	99.725
12	GALICIA RETIRO	0,10	81.307
13	SMG RETIRO	0,01	8.894
	TOTAL DEL RAMO	100,00	83.014.019



SMG LIFE
SEGUROS DE VIDA Y RETIRO

MetLife®

San Cristóbal
RETIRO

BINARIA
SEGUROS DE VIDA

⁷ Fuente: <http://www.revistaestrategas.com.ar/ranking-de-seguros.php>



4. LOS SEGUROS DE VIDA Y RETIRO

4.1 Importancia y función social del seguro de Vida

Según el Lic. Juan Santiago Fraschina Vice Superintendente de Seguros de la Nación:

“Bien sabemos que el seguro es una institución económica que define un sistema de previsión social colectivo, que tiene como objetivo brindar una protección contra posibles infortunios en la realización de actividades sociales y económicas. Por lo tanto, el seguro claramente posee una función social explícita

Y por ello que estamos convenidos que el desarrollo del sector está necesariamente asociado al progreso de la sociedad en su conjunto. El sector del seguro sólo puede desarrollarse en forma sustentable, al igual que otros sectores, en el marco de un proceso inclusivo de progreso social.” (SSN - Superintendencia de Seguros de la Nación, 2013) ⁸

La protección y el desarrollo del ahorro dentro del ámbito familiar y sus derivaciones económicas implica: mayor nivel de previsión de la sociedad, mejor funcionamiento del acceso al crédito y amplitud del desarrollo del mercado de capitales (a través de la demanda de instrumentos de inversión de más largo plazo), denotan la importancia que los Seguros de Vida y Retiro adquieren para la sociedad.

Una gran parte del espectro de los seguros de vida se focalizan en productos con una orientación plena a la protección del asegurado y su grupo familiar, quedando comprendidos dentro de ellos: el seguro colectivo de vida, algunos seguros de vida individuales, como el temporario anual renovable, los seguros de sepelio (individuales y colectivos) y los seguros de salud. El seguro de accidentes personales queda comprendido dentro del mismo enfoque, pero formando parte de un segmento distinto al de los seguros de vida.

⁸ <http://www.ssn.gov.ar/Storage/planes/biblioteca.html#13>



Los Seguros de Vida brindan a quienes los toman, la protección de las personas que tienen a su cargo, garantizando a las mismas un nivel de calidad de vida acorde con el monto del seguro. Esto se debe a que **el propósito básico del Seguro de Vida** es otorgar una indemnización a los beneficiarios o herederos legales en caso de fallecimiento del Asegurado.

Este beneficio consiste en una suma de dinero llamada **Capital Asegurado** que puede pagarse de una sola vez o bien en forma de una renta financiera. Los destinatarios de esta suma de dinero son los beneficiarios designados en la póliza. Estos pueden ser los familiares del Asegurado, sus socios, sus acreedores, etc. Para determinar qué tipo de Seguro de Vida se necesita contratar se deben analizar las necesidades de la familia, en caso de fallecimiento de quien genera los ingresos del hogar.

De esta forma, el Seguro de Vida y/o el Seguro de Vida con Ahorro tienen por objeto:

- Proveer ingresos al cónyuge e hijos por un plazo determinado
- Proveer ingresos para la educación de los hijos
- Cancelar saldos de deuda (hipotecarios, prendarios, crediticias o personales)
- Pagar deudas del Asegurado, tal como servicios médicos, fúnebres, etc.
- Proveer un fondo para una futura jubilación

En definitiva, el Seguro de Vida da una seguridad económica a los beneficiarios cuya estabilidad financiera puede verse amenazada ante la muerte del Asegurado.

4.2 Características y clasificación de los Seguros de Vida

Clasificación de los seguros de vida

Los Seguros de Vida se pueden clasificar en función de:

- ✓ **Su Duración: Seguros Temporarios** (la cobertura sólo se otorga durante un determinado plazo de tiempo preestablecido en la póliza) o **Seguros de Vida Entera** (se cubre la muerte del Asegurado durante toda su vida).



- ✓ **El Tipo de Primas: A Prima Nivelada** (la prima es constante durante el plazo de pago de primas) y **A Prima de Riesgo** (la prima aumenta cada año en función a la edad del Asegurado).
- ✓ **La Cantidad de Asegurados cubiertos en la Póliza: Seguros Individuales** (se cubre a un sólo Asegurado); **Seguros Colectivos** (se cubre en forma independiente y con una sola póliza, a un determinado número de personas); **Seguros de Varias Cabezas** (cubren a más de un Asegurado pero se establece que la suma asegurada se abonará en caso de que fallezca el primero o el último del grupo de Asegurados).

Cada persona elegirá el seguro en función de sus necesidades y particularidades (edad, género, salud, ocupación, ingresos, etc.). Existe un seguro para cada necesidad y características:

Tipo de Seguros Individuales

- ✓ Seguro Temporario: El Capital se paga después de la muerte del Asegurado si ésta ocurre dentro del plazo convenido para la duración del seguro. Si la persona sobrevive al final del contrato, queda cancelado el seguro y a favor del Asegurador las primas pagadas. Este seguro tiene la desventaja de que no es usual que otorguen cobertura a edades avanzadas. Posee una gran variedad de planes diferentes (Renovable Anualmente, Temporario por un número determinado de años, Decreciente, Creciente, Con devolución de Primas; Educativos, etc.
- ✓ Seguro de Vida Entera: Provee de cobertura al Asegurado durante toda su vida, y la prima es pagadera mientras vive.
- ✓ Seguro de Vida Pagos Limitados: Las primas se pagarán durante un número determinado de años, siendo en consecuencia más elevadas que en el caso anterior.
- ✓ Vida Universal: Está orientado al ahorro. Se lo comercializa proponiendo al Asegurable disponer de un ahorro a la edad de jubilación, o para otros fines específicos (pagar los estudios de un hijo, etc.). La ventaja de este tipo de seguros es la flexibilidad de pago de las primas.



- ✓ Seguro Dotal: Provee el pago del Capital Asegurado a los beneficiarios en caso de fallecimiento dentro del período cubierto por la póliza. En caso de que el Asegurado alcance con vida el fin del período de cobertura, se le abona un Capital Asegurado que será menor o igual al estipulado en caso de muerte. Tiene en parte finalidad de ahorro (para pagar la educación de los hijos, obtener una jubilación adicional, etc.).
- ✓ Planes Senior: Ofrecen cobertura de muerte a personas mayores de 60 o 65 años.
- ✓ Planes de Aceptación Garantizada: Son planes que otorgan la misma cobertura que los planes de vida entera excepto durante los primeros años (generalmente los dos primeros), en los cuales se cubre únicamente la muerte por accidente. Son comercializados a través de la venta masiva, generalmente por telemarketing, no efectuándose una declaración jurada de salud por parte del Asegurado.
- ✓ Seguros de Varias Cabezas: Se ofrecen para matrimonios y para socios de una empresa. La cobertura consiste en el pago del Capital Asegurado cuando fallece el primero o el último de los Asegurados.

Cláusulas Adicionales

Al momento de contratar una póliza de Seguro de Vida, la compañía puede ofrecer al Asegurado ciertos beneficios, suplementarios o adicionales. La incorporación de una cláusula adicional implica un costo extra, por encima de la prima del seguro principal, y puede requerir que el Asegurado presente distintas pruebas de asegurabilidad.

Las Cláusulas Adicionales más comunes son: **de Accidentes** (Indemnización por Muerte Accidental, Indemnización por Pérdidas Parciales por Accidente); **de Invalidez** (Total y Permanente, Exención del Pago de Primas por Invalidez Total y Permanente), **Cláusulas de Salud** (Trasplantes, Intervenciones quirúrgicas / no quirúrgicas, Enfermedades Graves, SIDA, Alta Complejidad Médica, Prótesis, Hemodiálisis por Insuficiencia Renal Crónica Ambulatoria, Renta Diaria por Internación); **Cláusulas Varias** (de Cónyuges y de Cónyuges e Hijos, Hijo Póstumo, Desempleo).



Beneficios Adicionales

Los seguros pueden otorgar beneficios adicionales que no implican el pago de una prima extra por parte del Asegurado. Los principales son: Participación de Utilidades y de Intereses Excedentes.

La Solicitud de Seguro

Para contratar una póliza de un Seguro de Vida, el Asegurado debe completar un formulario denominado "**Solicitud del Seguro**", que requiere información personal y médica, y el tipo de póliza y el monto del Capital Asegurado que se quiere contratar. La Compañía utiliza ésta información para determinar si emitirá la póliza o no, por lo tanto, es importante que se contesten todas las preguntas, completa y honradamente, de lo contrario la cobertura puede ser afectada. Cuando la póliza es emitida, la solicitud se convierte en parte de la misma y, cualquier información errónea que se haya hecho puede resultar en la disminución del Capital Asegurado, de la cobertura, en la rescisión o la nulidad de la póliza.

La Selección del Riesgo

La decisión de la Compañía de asegurar la vida de un Asegurado se basa en la solicitud, el examen médico (si es requerido), declaraciones del médico de la persona y cuestionarios especiales. Si una Aseguradora determina que el Asegurable tiene un riesgo de muerte mayor a lo normal, su cobertura se considera un riesgo agravado, lo que significa que la prima será mayor que la de una prima normal o estándar.

Esta clasificación "subestándar" puede variar de una compañía a otra, siendo otra razón para comparar al comprar Seguros de Vida. Una vez contratado el seguro, se debe tener en cuenta que en las pólizas de Seguros de Vida deben estar especificados los casos en que el Asegurado debe denunciar los casos de la agravación del riesgo. Si no lo hace, la Compañía puede rescindir el contrato.



Sobre los Beneficiarios

Es conveniente que:

- El Beneficiario sepa el tipo de póliza que el Asegurado tiene, cualquier cambio que éste haga y dónde mantiene guardada la misma.
- El Asegurado nombre un beneficiario adicional (secundario) en caso de que el Beneficiario primario muera antes que él.
- El Asegurado seleccione cuidadosamente la opción de liquidación del Capital Asegurado, la cual determinará el método por el cual la Compañía pague el beneficio (pago único, en cuotas, etc.).

No es necesario obtener los servicios de un abogado o pagarle a ninguna persona para hacer un reclamo por una póliza de seguro. Simplemente, se debe comunicar con el productor o Compañía de Seguros. En caso de dudas o inconvenientes, comunicarse con la SSN.

El beneficiario tiene un año, contado desde que conoce la existencia del siniestro, para reclamar la indemnización, pero en ningún caso excederá los tres años, contados desde la ocurrencia del siniestro. Pasado ese plazo, el seguro prescribe.

Puntos a tener en cuenta cuando se contrata un Seguro de Vida

- Inicio y fin de cobertura: En el frente de Póliza debe estar claramente especificado el inicio y el fin de vigencia de la Póliza.
- Renovación de la Póliza: El Asegurable deberá tener presente que, cuando la cobertura del seguro finalice a una edad avanzada (mayor a 60 años), le será muy difícil renovar o contratar un nuevo seguro (según el plan elegido).
- Capital Asegurado: El Asegurado debe tener en cuenta si existe alguna reducción de Capital a una determinada edad o por causas especificadas.
- Cláusulas Adicionales: Se debe tener en cuenta el Capital Asegurado, hasta qué edad lo cubre y cuál es el costo de las mismas.



- Carencias y/o Franquicias: El Asegurable deberá tener en cuenta si existen estipuladas en la póliza y si las mismas se adecuan a sus necesidades.
- Seguros de Vida con Ahorro: Se debe tener en cuenta la tasa a la que se efectúa la proyección del Capital acumulable.
- Pólizas y Certificados: En los Seguros de Vida Individuales, la Compañía está obligada a entregar la Póliza al Asegurado. En los Seguros Colectivos, se le otorga a cada Asegurado un Certificado individual de cobertura mientras que la póliza es entregada al Tomador/Contratante.
- Pago del beneficio: El beneficio del seguro deberá ser abonado por la Compañía dentro de los 15 días de presentadas las pruebas requeridas.
- Persona asegurada: El seguro se puede celebrar sobre la vida del Contratante o de un tercero. En este último caso se requiere el consentimiento por escrito del tercero o de su representante legal si fuera incapaz.

Universidad Torcuato Di Tella

Los seguros de vida con ahorro y los seguros de retiro

El seguro de vida es el instrumento más eficiente para reducir la incertidumbre económica ante este tipo de situaciones impredecibles, ya que permite que los beneficiarios del mismo puedan vivir de forma estable, manteniendo su nivel de gastos habitual.

En algunos tipos específicos del Seguro de Personas adquiere relevancia la función de promover el ahorro complementando la necesidad de protección. En estos productos, a diferencia de los planes tradicionales con constitución de reservas, el componente de ahorro se hace más explícito para el asegurado, ya sea a través de la propiedad de una cuenta individual o de un fondo de primas.

El seguro de vida con ahorro:

Bajo esta estructura de producto se destina una fracción de la prima a la protección (cobertura en caso de fallecimiento, invalidez, accidentes,



etcétera) y la fracción restante a la acumulación de un capital, cuya principal finalidad, aunque no la única, consiste en prever las contingencias de sobrevivencia, ya sea a través de la entrega del capital acumulado.

En este tipo de productos, el asegurado consigue una doble protección: para su familia (en caso de fallecimiento) y para su futuro (mediante la constitución de un capital).

El seguro de retiro:

El seguro de retiro es una herramienta que parte de un esquema de ahorro sustentado en la capitalización financiera de las primas pagadas por el asegurado. La adopción de un esquema de capitalización de estricto corte financiero durante la fase de acumulación origina que, frente a la contingencia de fallecimiento del afiliado durante dicha etapa, el asegurador debe restituir a los beneficiarios el saldo acumulado. También puede acceder a retiros parciales o totales del importe acumulado.

Alcanzada la edad de retiro o al momento que el asegurado lo decida podrá optar por el retiro del capital acumulado o bien por adquirir con el mismo protección frente al riesgo de sobrevivencia, a través de la compra de una renta vitalicia en sus diversos tipos de modalidades (normales o con período de pago garantizado, temporarias o ilimitadas, individuales o extensivas). En lo referente a Rentas Vitalicias Previsionales, luego de la salida de las AFJP en 2008, la oferente de este tipo de servicio se vio afectada dado que se disolvieron comercialmente las compañías que los prestaban.

Tanto el seguro de vida con ahorro como el seguro de retiro son esquemas que combinan protección y ahorro. Sin embargo, podría destacarse que mientras en el seguro de retiro el eje es el ahorro, siendo la protección una cláusula optativa, en el seguro de vida con ahorro el eje es la protección, no obstante incorporar componentes de ahorro.

Como consecuencia de ello, a través de estos productos el asegurador adquiere, junto con su tradicional rol de proporcionar protección o cobertura, el de posicionarse dentro del mercado de capitales. Asimismo, estos instrumentos cuentan con el atractivo de contemplar un mayor plazo de



duración promedio de sus pasivos, circunstancia que en pos de un mejor calce de inversiones lo llevan a la demanda de activos de inversión de larga duración, desarrollándose así una interesante sinergia (o círculo virtuoso) dentro del mercado de capitales (bonos de infraestructura, hipotecas, etcétera) tendientes a prolongar el plazo o duración de dichos instrumentos

Universidad Torcuato Di Tella



5. PERSPECTIVAS DEL MERCADO

Coinciden las innumerables publicaciones sobre las perspectivas del mercado de Seguros de Vida y Retiro que el mercado tiene un enorme potencial de desarrollo dada su escasa penetración de mercado en Argentina en relación con otros países de América Latina y más aún comparado con países de Europa y América del Norte.

Los temas destacados en todas las publicaciones son: Conciencia aseguradora, Incentivos fiscales, inestabilidad económica, largo plazo, inflación, entre otras.

Se coincide en resaltar que para el desarrollo del sector es importante abordar todos estos temas para brindar soluciones a los clientes a través de fuerzas de ventas especializadas.

A continuación se presentan dos artículos referentes al tema abordado en el presente capítulo que reflejan la opinión de la mayoría de los referentes del sector.

Universidad Torcuato Di Tella

5.1 Perspectivas para Seguros de Vida: la visión de los operadores⁹ **(SEGURO, 2015)**

Se debe destacar que dentro de todos los seguros de personas, el segmento Individual fue el de mayor incremento en el ejercicio 2013-2014, con un alza del 46,6%, que no sólo estuvo 12 p.p. por encima de promedio del mercado asegurador, sino que casi duplicó a la tasa de crecimiento del ejercicio anterior (había sido del 25%).

Pensando en el futuro del ramo, hablar de previsibilidad y largo plazo, si bien parece difícil en Argentina, resultan ser variables medulares a la hora de pensar en el desarrollo de este tipo de coberturas.

⁹ http://issuu.com/alejandrolovagnini/docs/anuario_2015?e=10544346/11054141



Nos esperan grandes desafíos durante el 2015, teniendo en cuenta que en Vida Individual todavía muchas personas no se encuentran aseguradas o bien están sub-aseguradas”, señala Mauricio Zanatta, Presidente y CEO de Prudential Seguros.¹⁰

Según explica Diego Miceli, Gerente Comercial y Marketing de CNP Assurances, las expectativas para el ejercicio 2014-2015 son muy buenas, aunque aclara que una de las principales preocupaciones del canal comercial es saber qué va a suceder con el tipo de cambio y sobre cómo hacer para seguir pagando las primas en caso de un desfasaje en la relación cambiaria.

Miceli también reconoce en ese sentido la incertidumbre que genera el contexto de un año electoral, aunque hace foco en el perfil “largoplacista” del negocio. Así también lo observa Alfredo Turno, Gerente Comercial de SMG LIFE, quien explica que “el seguro de vida se caracteriza por cubrir necesidades básicas o primarias, por lo que la necesidad de contratar un producto de este tipo no se ve afectada sustancialmente por contextos electorales o políticos”.

En la medida que el proceso inflacionario se dispare, debemos estar todas las compañías muy alertas en el asesoramiento a nuestros asegurados para que sus coberturas de protección o sus fondos de ahorro no se vean disminuidos en términos reales”, remarca Pablo Etcheverry, Chief Marketing Officer de Metlife.

Otro tema tan trillado como fundamental para el ramo pasa por la ampliación de las deducciones impositivas, que en un año electoral parecen estar muy lejos de la agenda de prioridades del Gobierno. Para Etcheverry, avanzar en esta dirección “no sólo llevaría a que los ratios de crecimiento del ramo sean aún más espectaculares, sino que constituiría una mejora para las arcas públicas”.

En general, los operadores no prevén cambios en el “mix” de canales para ofrecer este tipo de coberturas, y sostienen que el seguro de Vida Individual se tiene que seguir vendiendo uno a uno y con cada vez mayor nivel de profesionalización.

¹⁰ <http://100seguro.com.ar/>



Las oportunidades que vemos están en toda la población porque muy poca gente sabe de qué se trata el seguro de Vida Individual, siendo el segmento de jóvenes profesionales un nicho clave para trabajar”, asegura Diego Miceli de CNP Assurances.

Para su colega de SMG LIFE, el mercado no está lo suficientemente desarrollado como para que canales no tradicionales puedan tomar una porción importante de la venta, por lo que considera que el canal de productores seguirá tomando mayor relieve en este segmento.

Las principales oportunidades se encuentran en las modificaciones que transita el mercado laboral, que muestra una tendencia hacia el trabajo autónomo o independiente”, indica Alfredo Turno.

5.2 “En la Argentina el potencial de crecimiento del Seguro de Vida es enorme”¹¹

En artículo presentado por AVIRA el experto internacional en seguro de vida Christopher Sandquist, vicepresidente de marketing de Prudential International Insurance, estimó que es “muy bajo” el porcentaje de penetración del seguro de vida en los hogares argentinos si se lo compara con los países que cuentan con un mercado maduro, por lo que señaló que “hay mucho espacio para el desarrollo de este tipo de productos en la Argentina”.

Durante su disertación en el 1er. Seminario Internacional de Seguros de Vida y Retiro organizado por AVIRA, Sandquist agregó que para hacer crecer el mercado, la industria argentina tiene que “desarrollar una estrategia a largo plazo” para generar en el consumidor el conocimiento sobre la “integración del seguro de vida y retiro en un proceso de planeamiento financiero responsable”.

En su presentación dedicada a trazar un cuadro de situación sobre el mercado internacional de seguros de vida, Sandquist dijo que “en lo que hace a la cantidad

¹¹ <http://www.avira.org.ar>



de productores de seguros de vida y retiro per cápita, en los Estados Unidos hay 1 cada 55 habitantes, en Japón 1 cada 50 y en la Argentina 1 cada 1.500”.

Y agregó que “en los Estados Unidos, con una población de 300 millones de habitantes, el porcentaje de penetración del seguro de vida en los hogares alcanza un 80%; mientras que en Japón ese porcentaje llega al 88% con una población de 127 millones”. En tal sentido, el especialista señaló que en la Argentina “el nivel de penetración no es un dato disponible, tal como sucede en el resto de los mercados en desarrollo, pero se puede estimar que es muy bajo”.

A partir de estos datos, Sandquist señaló que “en la Argentina el sector se verá en la necesidad de innovar en forma constante en los tipos de productos ofrecidos para anticipar los cambios inevitables que ocurrirán durante los próximos 10 años tanto en la demografía como en el conocimiento del consumidor”.

En otro tramo de su presentación, Sandquist sostuvo que “para el desarrollo de la industria del seguro de vida es fundamental contar con productores altamente profesionales que les posibiliten a las familias la planificación de su futuro para darle seguridad financiera y tranquilidad de espíritu, que son los objetivos centrales de este tipo de productos”.

El especialista afirmó que “en tiempos en donde las personas están abrumadas con información, desarrollan inmunidad a las formas tradicionales de comunicación, y optan por el consejo y la información de la gente que respetan, admiran y confían de manera personal. Es por eso que el rol del profesional de seguro es clave y no puede ser reemplazado por la tecnología. El paradigma de la industria del seguro de vida en el Siglo XXI es el de baja tecnología y alto contacto. Cuando un productor consigue un nuevo cliente, su trabajo recién comienza, ya que debe acompañar a esa familia en un planeamiento para toda la vida”.



6. ANALISIS DEL SECTOR – La opinión de algunos referentes

6.1 Declaraciones de Fredy Schoepflin

Exposición: “Tendencias del Seguro de Vida y Pensiones”¹²

Fredy Schoepflin abordó el tema de las tendencias del seguro de vida y pensiones para América Latina.

El expositor destacó que *“durante el año 2006 (*), el 90% de las primas de América Latina se generaron en cinco países: Brasil (47%), México (24%), Chile (10%), Argentina (6%) y Colombia (3%)”* citando como fuente a los organismos de supervisión, Swiss Re Economic Research & Consulting.

Seguidamente Fredy Schoepflin remarca que *“en el año 2006, en América Latina, un tercio de las primas del seguro provinieron del seguro de vida”,* y enunció que *“los factores que impactan positivamente en el desarrollo del seguro de vida, según la experiencia en América Latina son las ventajas fiscales, recuperación económica, y cambios legales; mientras que sucesos como la devaluación e hiperinflación, desalientan el desarrollo.”*

Como conclusión Fredy Schoepflin señaló que *“el seguro de vida se beneficia de la estabilidad económica y de la privatización del seguro social, la creencia de los clientes en una conservación del valor real en caso de siniestro y la disminución de las tasas de inflación.”*

6.2 Declaraciones de Daniel Marcú

Exposición: “El Seguro de Vida en Tiempos de Turbulencia Financiera”¹³

El consultor Daniel Marcu inicia su ponencia aseverando que la crisis 2001/2002 no fue lo peor para la industria del seguro de vida como se pensaba, sino que la crisis financiera internacional iniciada a mediados de 2007 mostró *“la mayor intranquilidad en el mundo”* y es con este hecho donde *“uno empieza a dudar de todos los mercados financieros y del ahorro.”*

El especialista se pregunta inicialmente sobre *“¿De qué depende que ahorremos o no a largo plazo?”*, para luego citar las variables que a su juicio determinan el ahorro voluntario a largo plazo, entre las cuales enumera principalmente a: *“la Propensión cultural al ahorro (vs. Hábitos de consumo), la Seguridad Jurídica, la*

¹² 17° Convención Nacional de Aseguradores en México DF, el 22 de Mayo de 2007

¹³ Seminario Anual 2008 organizado por Zurich de Argentina



Profundidad de los ciclos económicos, los Incentivos fiscales, la previsibilidad de ingresos vs. gastos, la Protección frente a la inflación”, con una importancia media o moderada a: “los canales de distribución eficientes, la solvencia / credibilidad de los operadores” y de una importancia menor a: “los productos atractivos, la dimensión de la clase media registrada (empleo formal), la confianza en el estado benefactor, la existencia de brechas en la seguridad social y la propensión social para cubrirlas”.

Posteriormente Marcu afirma que *“el Estado debería ayudar y es tarea de las aseguradoras hacer el lobby que corresponda para que el Estado brinde mejores soportes fiscales, mejore los topes de deducibilidad y también dé movilidad automática. Es absurdo que en un país con inflación como el nuestro haya que rogar para que se ajusten los topes”*, continuó el especialista.

6.3 Declaraciones de Gabriel Chaufán

Exposición: *“Hay que Generar Conciencia Aseguradora”*¹⁴

El por entonces presidente de la Asociación de Aseguradores de Vida y Retiro de la República Argentina (AVIRA), Gabriel Chaufan, llamó a *“generar conciencia aseguradora”* en la sociedad argentina y a *“derribar algunos mitos sobre los seguros para aprovechar las oportunidades que presenta hoy el mercado”*.

Pero Chaufan aclara que *“hay opciones que se adaptan a todas las necesidades. Cuanto más depende una persona de su salario para el bienestar de su familia, más importante es contar con cobertura”*.

También Chaufan, remarcó que hay cuatro pilares para el desarrollo del sector: *“el primero es que exista una buena oferta de compañías, de productos y de redes de venta; el segundo, una distribución profesional amplia. Las otras dos patas son la conciencia aseguradora y los incentivos de rentabilidad, tanto de gestión como fiscales. En este último caso la desgravación y el diferimiento son fundamentales a la hora de motivar a la sociedad a posponer consumos a futuro”*.

¹⁴ Seminario AVIRA 2008 -. <http://www.avira.org.ar/>



6.4 Declaraciones de Diego Guaita

Exposición: “Los Seguros de Vida y Retiro como Complemento de la Seguridad Social”¹⁵

Diego Guaita actuario y Director de la consultora internacional Towers Watson, planteó: *“la necesidad de contar con un marco normativo que facilite y fomente el ahorro individual.”*

Luego de analizar la experiencia latinoamericana observando qué es lo que se hace en otros países de la región, evaluó Los diferentes productos existentes en el mercado en cuanto al grado de Disponibilidad Vs. Iliquidez, a la vez que consideró los productos de ahorro pro versus los que ofrecían “protección pura”, señalando los beneficios de aquellos que se encuentran equilibrados entre estos factores como son los seguros de retiro y los de vida con ahorro.

Como mensaje final, el actuario Diego Guaita remató que *“si bien existen aseguradoras que ya han desarrollado productos y adecuado sus sistemas, se debe crear un marco legal e impositivo adecuado que facilite y promueva el ahorro y la previsión.”*

6.5 Declaraciones de Eduardo D’Alessio

Estudio: “Relación entre la Población y el Seguro de Vida y Retiro”¹⁶

Corresponde a la presentación que D’Alessio realizó en el Seminario de AVIRA de Agosto de 2009, sobre el trabajo realizado durante los meses de Junio y Julio de 2009 por la consultora D’Alessio IROL (Certificación en encuestas online norma ISO 9001:2000) para la Asociación de Aseguradoras de Vida y Retiro (AVIRA) presentado en el marco del Seminario Anual 2009 de esta asociación.

El mencionado Estudio se propuso principalmente: *“Indagar si existe propensión al ahorro y aceptación de productos de protección financiera, determinar el perfil actual del potencial comprador/tenedor de un seguro de vida o retiro, saber qué conocimiento existe de ambos productos, especificar la tasa de penetración de ambos, detectar los atributos decisores de compra y marcar las oportunidades que existen para la industria”.*

A partir de los casos estudiados, desde la consultora se concluye que existe una *“brecha entre la expectativa y la realidad”*, dado que mientras un 95% considera

¹⁵ Seminario AVIRA 2009 - <http://www.avira.org.ar/>

¹⁶ Seminario AVIRA 2009 - <http://www.avira.org.ar/>



que es importante o muy importante el ahorro para el hogar, solo un 23% de los hogares consultados ahorra.

Luego, al medir el nivel de confianza en las instituciones y servicios, se determina un bajo nivel comparativo a las aseguradoras con 4,1 puntos (en una escala del 1 al 10), ubicándolas junto a las empresas de telefonía y por debajo de los bancos privados (4,7), empresas de agua y gas (5,0) y de los bancos públicos y tarjetas de crédito (5,3).

A partir de ese dato se buscó establecer sobre: “¿Qué elementos le generan confianza en una aseguradora?” y se identificaron los principales factores que afectan la confianza en el pasado: “Antecedentes (años de trayectoria), prestigio y referencias de conocidos”; en el Presente: “Buena atención al cliente, poca burocracia, capacidad de respuesta y comunicación”; y para el futuro: “Cumplimiento en tiempo y forma ante posibles siniestros y responsabilidad a la hora de cumplir con lo pactado.”

Con posterioridad se indagó sobre el conocimiento existente en los seguros de vida, del cual solo el 12% de los encuestados pudo proporcionar una definición apropiada.

Para finalizar el Estudio, la consultora D'Alessio IROL establece a *“la confianza como condición necesaria”* para el desarrollo de los seguros de vida y retiro en la argentina y como condiciones suficientes menciona a: *“la Información desde las aseguradoras, a la accesibilidad de los productos (fácil comprensión, fácil ingreso) y a la necesidad de estímulos impositivos.”*

“La CONFIANZA es la condición macro”

6.6 Declaración de Claudia Mundo

“Los incentivos fiscales van a impulsar el crecimiento de los seguros de personas”¹⁷

La Presidente de AVIRA, Claudia Mundo, inauguró hoy el 7mo. Seminario Internacional de Seguros de Vida y Retiro, afirmando que el mercado de seguros personales está “sólido y crece al 30 por ciento anual”, pero aún tiene “mucho camino por recorrer”. Enfatizó, también, “la importancia de actualizar los

¹⁷ Seminario AVIRA 2015 - <http://www.avira.org.ar/>



incentivos fiscales sobre los seguros de personas para promover su crecimiento y, consecuentemente, un mayor nivel de bienestar social”

6.7 Declaración Rolf Steiner

“América Latina y Argentina en particular, presentan una gran oportunidad para la industria”¹⁸

El vicepresidente Senior de Swiss Reinsurance Company Ltd, **Rolf Steiner**, advirtió acerca de la importante brecha existente en América Latina entre la población con o sin cobertura aseguradora.

Los principales factores que atentan en el área contra la toma de coberturas son a su entender: la inflación que aumenta los montos requeridos, el desaliento al ahorro por carencia de instrumentos de inversión, la estatización de las coberturas previsionales que reduce las alternativas disponibles y la falta de estímulos para contratar seguros de vida por la ausencia de incentivos fiscales.

Steiner se mostró optimista al sostener que algunos datos generan “un potencial enorme para adquirir clientes, así como también, desarrollar más profundamente los ya existentes”.

Sobre el final de su exposición, Steiner mencionó los caminos que sugiere para cerrar la brecha: Conocimiento y educación, nuevos canales de comercialización, productos simples y resistentes a la inflación y planes previsionales privados.

¹⁸ Seminario AVIRA 2015 - <http://www.avira.org.ar/>



Las exposiciones presentadas exponen un marco de análisis para el sector con varios puntos de coincidencia en el análisis. Todos esos factores se analizarán detalladamente en el capítulo siguiente para presentar mayor claridad al análisis y poder desde allí abordar conclusiones que permitan evaluar soluciones a la problemática de crecimiento del sector.

Universidad Torcuato Di Tella



7. DESCRIPCION DE VARIABLES EN ANALISIS

7.1 Cultura aseguradora

El concepto de conciencia aseguradora se trata de transferir los riesgos a administradoras profesionales de los mismos. Ese es el rol que ocupan las compañías aseguradoras. Con el aporte de muchos asegurados se construye un fondo que permite cubrir en tiempo y forma los compromisos asumidos con la porción de ellos que sufren efectivamente un siniestro.

El Seguro entonces, tiene importancia como mecanismo de previsión económica individual y colectiva, cuyos elementos característicos son la prevención, la protección, el servicio, el ahorro, entre otros.

Dentro del proyecto de PLANES 2012-2020 se encuentra este ítem. Tiene como principal objetivo alcanzar un mayor desarrollo de la conciencia aseguradora de la ciudadanía. Para lograr dicha meta se realizaron distintos tipos de políticas las cuales abordaron el fomento de la cultura aseguradora desde diferentes ángulos.

Dentro de las sugerencias presentadas para este tema se encuentra la promoción de la cultura aseguradora y el ahorro desde la niñez, y la generación de un marco de capacitación permanente y exhaustiva de PAS¹⁹. Ellos son el nexo con la sociedad.

Así entre las alternativas de generación de cultura aseguradora se encuentra:

- ✓ Campañas permanentes de difusión
- ✓ Divulgación de la participación de la industria aseguradora, en términos de inversión, en proyectos productivos y de infraestructura que apuntalen un desarrollo de país sólido y permanente. Dado que estas inversiones tienen efectos positivos sobre el ciclo económico, y por ende, sobre el bienestar de la sociedad, es importante difundir dicha participación del sector para mejorar la imagen de éste de cara a la ciudadanía.
- ✓ Formación de la conciencia aseguradora en los distintos niveles escolares.

¹⁹ Productores Asesores de Seguros



El análisis para el desarrollo de la conciencia aseguradora en Seguros de Personas surge de la experiencia en otras partes del mundo en donde lo primero que se asegura es la vida y luego el resto de los bienes patrimoniales, en nuestro país es a la inversa.

Planes describe la situación actual en relación a la conciencia aseguradora como: “...no existe una conciencia aseguradora generalizada por parte de las empresas y de los individuos y la tendencia preferente de los consumidores es limitar la contratación de seguros a aquellos impuestos por ley de manera obligatoria o sobre riesgos que percibe claramente, siendo más proclives a retener el riesgo que a la transferencia de los mismos al sector seguros.”

Además plantea como objetivo a 2020 lograr “Una conciencia aseguradora consolidada y ampliada, que se desarrolle sobre la base de una sociedad cada vez más perceptiva del riesgo, que promueva la transferencia de riesgos asegurables al sector seguros y dé lugar a una cultura de la prevención, protección y ahorro.”²⁰

7.2 Incentivos Fiscales

Se ha expuesto a lo largo del presente trabajo que no existen incentivos fiscales para la contratación de Seguros de Vida y Retiro en la Argentina. Tal es así que resulta insignificante la deducción admitida en Impuesto a las Ganancias con la presión impositiva existente.

Tal como se muestra en el cuadro siguiente, compara incentivos fiscales en distintos países.²¹

²⁰ PLANES 2012 - 2020

²¹ Fuente: Documento de Presentación de Claudia Mundo, Presidente de AVIRA, en el Seminario 2014 de AVIRA

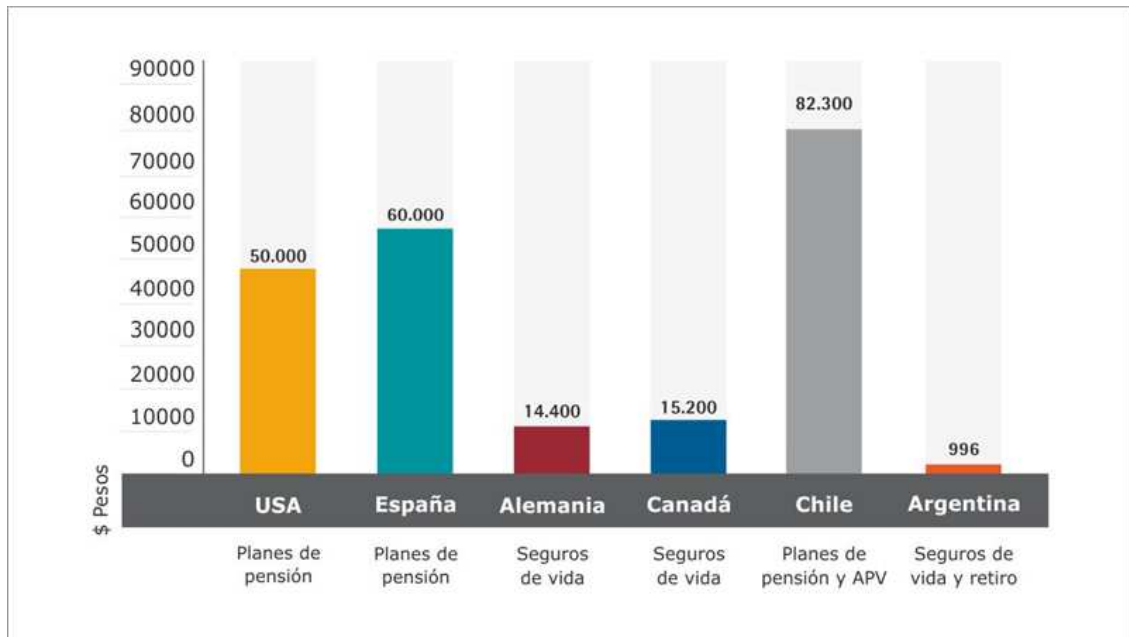


Grafico 9- Analisis comparativo incentivos fiscales - Fuente: <http://www.avira.org.ar/wp/?p=1184>

Comparativamente al resto de los países analizados, la Argentina está muy por debajo de los países en cuyo desarrollo los sistemas de previsión financiera individual han evolucionado notablemente.

Además del análisis presentado se presenta una comparación con otros incentivos fiscales admitidos en nuestro país que marco también un punto de referencia acerca de la escasa deducción admitida para los Seguros de Vida y Retiro.^{22 23}

²² Fuente: Documento de Presentación de Claudia Mundo, Presidente de AVIRA, en el Seminario 2014 de AVIRA

²³ <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/44911/texact.htm>

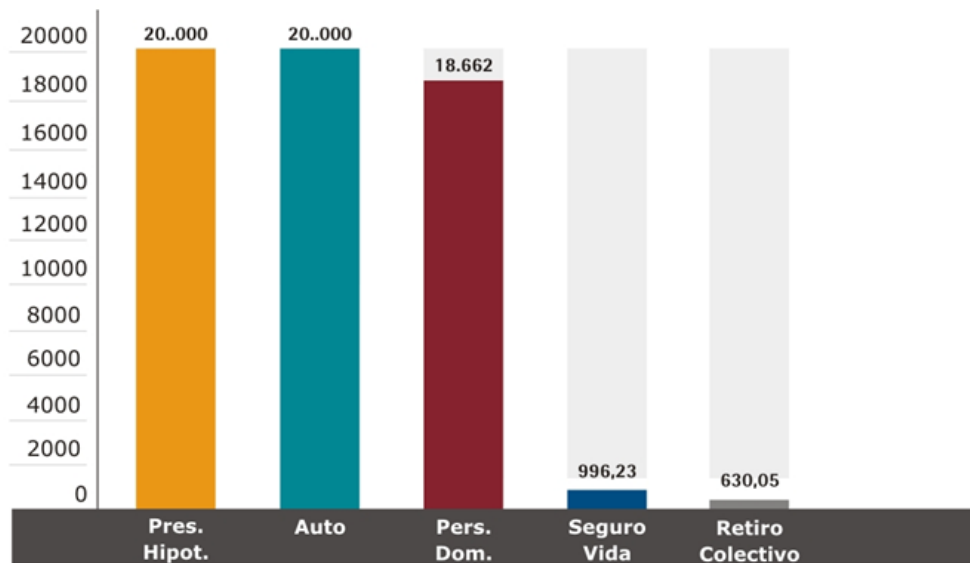


Grafico 10. Incentivos fiscales en Argentina – Fuente: <http://www.avira.org.ar/wp/?p=1184>

Toda la información presentada revela claramente la ausencia de incentivos fiscales.

Si bien se ha expuesto en varias oportunidades y desde hace algún tiempo que se encuentra en la agenda del gobierno mejorar los incentivos fiscales para la actividad, no se ha generado aún ninguna modificación.²⁴

7.3 Inflación

Las experiencias inflacionarias en nuestro país juegan un rol adverso en la planificación financiera personal y el ahorro simplemente representa un consumo diferido en el tiempo, pero no forma parte de la fuente de financiamiento del consumo a realizar durante la vida pasiva. Por ello, sería deseable alcanzar un crecimiento económico sostenido con un bajo nivel de inflación, que al mismo tiempo implique una mejor distribución del ingreso. Esta trayectoria claramente incentivaría el desarrollo del seguro de vida y retiro, y fomentaría la actividad de los mercados de capitales y la inversión privada.

Una de las características principales para el desarrollo de planificación financiera individual consiste en pensar en el largo plazo pero en contextos inflacionarios

²⁴ <http://www.avira.org.ar/wp/?p=1184>



como el que se desarrolla en nuestro país resulta poco atractivo para el público la inversión en pesos dado el poder adquisitivo no solo de los ahorros futuros que se generan a través de los seguros bajos análisis sino también la necesidad de actualización permanente de las sumas aseguradas que quedan retrasadas año a año dada la pérdida de poder adquisitivo.

A su vez y desde otro ángulo, la inflación impacta en la disponibilidad financiera para inversión en este tipo de productos y, dada la falta de conciencia aseguradora, quienes ya poseen el producto, lo primero que deciden eliminar de su estructura de gastos es el Seguro de Vida, así lo manifiesta Rolf Steiner, Vicepresidente de Swiss Reinsurance Company Ltd.²⁵

7.4 Sistema Previsional

Existe una vinculación y afinidad del Sistema Previsional con el Seguro de Vida y Retiro (tipos de coberturas, forma de las prestaciones, etcétera). A pesar de los cambios recientes en el sistema previsional, existen grandes posibilidades y caminos para que estos tipos de seguros se integren dentro de la estructura previsional global.

El sector asegurador de Vida y Retiro en Argentina presenta una estructura semi desarrollada como para ser el natural soporte de instrumentación de esquemas de previsión voluntaria, ya que en ellos se pueden instrumentar no sólo las dos etapas del proceso con **esquemas de acumulación y consumo** (rentas vitalicias y/o financieras), sino adicionalmente **otorgar protección** (coberturas de muerte, invalidez, accidente, etcétera) durante la etapa de acumulación. La pronta implementación de un esquema complementario y voluntario de previsión dará nuevos impulsos al desarrollo y fortaleza al sector, repercutiendo ello favorablemente en el comportamiento integral del Seguro de Personas.

Sin embargo, para fomentar dicho esquema, se requieren definiciones de política pública en lo previsional y tributario, tales como la adecuación de dos conceptos que a nivel internacional han resultado claves para el desarrollo de la previsión complementaria voluntaria.

²⁵ La evolución del seguro de vida en Argentina en comparación con América Latina, Swiss Re, Septiembre 2014



Además de ello el rediseño por parte de las compañías de las rentas previsionales, trabajar sobre los aspectos financieros de los contratos dado la inflación existente y aspectos regulatorios en relación a las inversiones.

La cuestión regulatoria se encuentra enmarcada dentro del proyecto de PLANES en donde se especifica como objetivo la actualización de las leyes, teniendo como visión: “Profundizar el innegable interés del Estado Nacional y en particular de la SSN en la generación de mecanismos eficaces y eficientes de control, supervisión y promoción de la actividad, privilegiando la tutela de los derechos de los asegurados, beneficiarios y terceros, a través de un marco jurídico que sea el resultado de procesos institucionales que articula las voces de todos los actores sociales comprometidos, en el marco de un régimen democrático.”²⁶

Hay mucho trabajo por hacer desde el estado y el sector privado para pensar en contar con un complemento previsional privado pero lo importante es que ya se encuentra en la agenda de los actores del sector.

7.5 Fuerza de Ventas profesionalizada

Este es un tema también abordado por el proyecto PLANES 2012-2020 en donde se establece como Visión: “Garantizar niveles adecuados de asesoramiento, asistencia y consulta para los consumidores de seguros, procurando para ello, la constante formación profesional de los recursos humanos del sector: Productores asesores de seguros y liquidadores de siniestros y averías. La competencia profesional constituye un elemento esencial para la apropiada protección de asegurados y asegurables.”²⁷

Esto principalmente en el segmento de seguros de Vida y Retiro se vuelve aún más importante dado que, no solo se trata de productos más sofisticados, sino que además se trata de productos que naturalmente están pensados para el largo plazo y eso hace que sea muy importante el asesoramiento correcto en el diseño del plan, ya que el cliente no solo debe cubrir sino además que cubrir sus expectativas de riesgo dado el componente financiero implícito en ellos.

²⁶ PLANES 2012 - 2020

²⁷ PLANES 2012 - 2020



Un dato referente a la fuerza de ventas que puede resultar de mucha importancia para el presente análisis está relacionado a la cantidad de productores per cápita en nuestro país. Según expone Christopher Sandquist, vicepresidente de marketing de Prudential International Insurance, “en lo que hace a la cantidad de productores de seguros de vida y retiro per cápita, en los Estados Unidos hay 1 cada 55 habitantes, en Japón 1 cada 50 y en la Argentina 1 cada 1.500”.²⁸

7.6 Complejidad de los productos

Los productos de Seguro de Vida y Retiro son complejos en su comprensión dado que no responde a las mismas características que los seguros patrimoniales (con los que el público ya se encuentra familiarizado) dado que si bien responde a la necesidad de generar cobertura sobre riesgo de ocurrencia de un evento, incluye además conceptos como reserva matemática, quitas por rescate, rentabilidad garantizada, rentabilidad variable, plazos de contrato, requisitos de asegurabilidad, lo cual hace que el asesoramiento que se debe recibir no recaer únicamente en el detalle de coberturas y costos.

Otro factor importante que le agrega cierto grado de complejidad es la intangibilidad de los productos en lo referente a las coberturas. Para el común de la gente es difícil encontrarse en situación de enfermedad, incapacidad o muerte. Existe una resistencia natural a imaginar ese escenario y sumado a la falta de conciencia aseguradora, resulta para el potencial cliente un tema difícil de abordar y que requiere de mucha experiencia por parte del área comercial para hacer docencia sobre la importancia en su contratación.

7.7 Brecha Previsional

Podemos definir la brecha previsional a la diferencia que existe entre las coberturas previsionales que brinda el SIPA²⁹ o Cajas Profesionales, según corresponda, y la necesidad de cobertura previsional de un individuo. El concepto

²⁸ 1º Seminario Internacional de Seguros de Vida y Retiro – AVIRA 2008

²⁹ Sistema Integrado Previsional Argentino



incluye no solo la cobertura de retiro por vejez sino también las coberturas previsionales de pensiones por muerte o invalidez.

En nuestro país, conviven el sistema administrado por ANSES y el sistema administrado por cajas profesionales como la de médicos, abogados, ingenieros.

Para calcular el haber jubilatorio, ANSES determina primero el promedio del sueldo actualizado de las últimas 120 remuneraciones, entonces para quien decida tramitar su jubilación no solo importara los años de aporte para el cálculo sino que recibirá un monto de haber jubilatorio que estará sujeto a su último tiempo activo. Sucede a menudo que la época de mayor aportes previsionales dado los mayores ingresos no ocurren en los periodos considerados, lo que afecta en el haber a percibir. Por otro lado existe un haber máximo fijado por la Resolución 27/14 de ANSES³⁰ y es a partir del 1 de marzo de 2014 de \$20.199,25, que se ajusta por movilidad todos los años.

En caso de las cajas profesionales se trata de entes creados por leyes provinciales. Con la particularidad de que son gestionados por sus propios afiliados y, en su mayoría, financiados con el aporte de los activos, sin ningún tipo de ayuda estatal.

Los aportes son realizados por los profesionales afiliados y a diferencia de ANSES (que recibe aportes patronales), solo se nutre del aporte de ellos. En todos los casos consultados, los afiliados que se jubilaban reciben un haber que no cubre sus necesidades de acuerdo al estilo de vida que tienen durante la etapa activa.

Otra consideración importante sobre las cajas profesionales es que resulta muy importante para el profesional aportante que dicha caja posea solvencia financiera en el largo plazo dado que de ello dependerá su futuro.

³⁰ <http://www.infoleg.gov.ar/infolegInternet/anexos/225000-229999/226620/norma.htm>



8. INVESTIGACION DE CAMPO

8.1 Metodología de investigación

Para el desarrollo empírico del presente trabajo se desarrolló un cuestionario diseñado para personas pertenecientes a organización ligadas directa o indirectamente a la comercialización de seguros de vida. Apunta la misma a rango de gerentes de línea media hacia abajo con el fin de poder recolectar opinión de quienes a mi criterio se encuentran cercanos a los clientes y pueden plasmar su punto de vista desde un lugar que hasta el presente cuestionario no fue presentado.

Así mismo se realizaron entrevistas a gerentes medios de compañías u organizadores relacionados al sector a fin de tener una opinión abierta sobre como encuentran el sector en este momento y cual creen que son sus perspectivas.

Se plantean así distintos instrumentos de modo de complementar el trabajo teórico efectuado en los capítulos que anteceden.



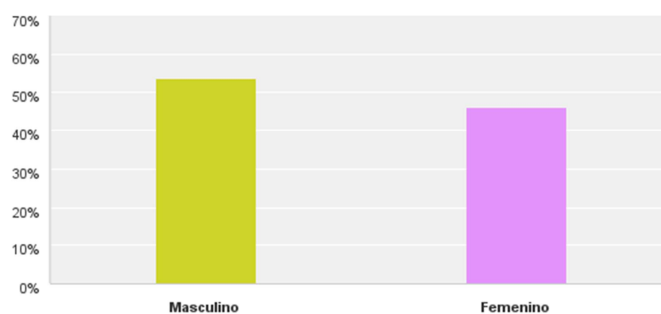
8.2 Cuestionario

Tal como se muestra en el ANEXO II se diseñó cuestionario con el fin de recolectar opiniones de colegas del sector. La muestra representativa del mismo incluye a 80 respuestas de personas vinculadas directa o indirectamente al sector, representada en la línea organizativa por gerentes de línea media hacia abajo, asesores productores y asesores organizadores.

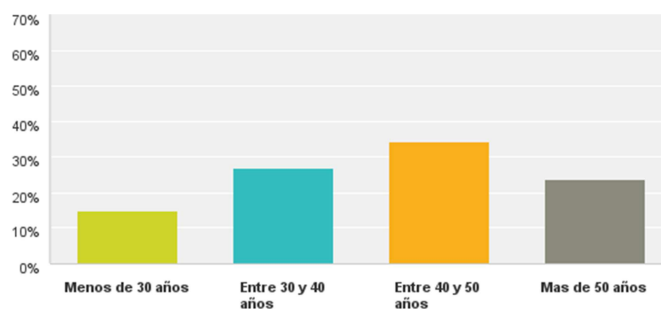
El objetivo del presente cuestionario es determinar cuál es la opinión de aquellos miembros del sector que se encuentran cerca de los clientes y pueden brindar un enfoque desde la base de la pirámide e influenciado por la respuesta que reciben de los clientes en el desarrollo de la actividad.

En primer lugar se presentan datos del perfil de los encuestados:

1 - Sexo?

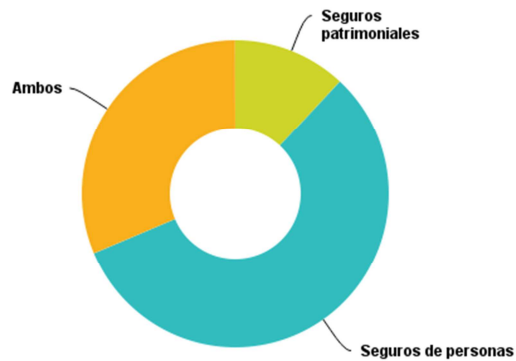


2 – Que edad tiene?

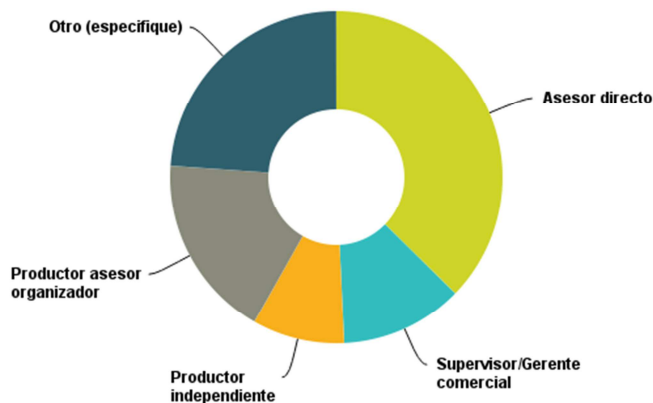




3 – En que segmento de seguros se desempeña?



4 – Indique su posición dentro de la industria



Se determina a través lo expuesto que la muestra se realizó equitativamente entre personas de ambos sexos. En cuanto a la edad de los encuestados también se logró diversidad siendo las respuestas obtenidas un 15% de personas de menos de 30 años, 27 % de personas de entre 30 y 40 años, 34% de personas de entre 40 y 50 años y un 24% de personas de más de 50 años.

En cuanto al segmento en el que se desempeñan dentro de la industria, un 12% pertenece exclusivamente al segmento de seguros patrimoniales, un 57% se desempeña en seguros de personas y un 31% opera en ambos segmentos.

Respecto de su posición en la industria, un 37 % se desempeña como asesor directo, un 12 % como supervisor/ gerente comercial, un 15 % como productor independiente, un 19 % como productor asesor organizador y un 17 % cubriendo otros cargos como capacitador, analista de siniestros, responsable de emisión, entre otros. Este parámetro deja expuesta la representatividad de la muestra dado

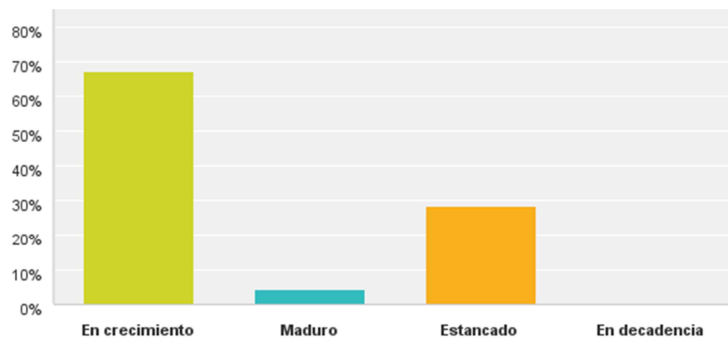


que se trata de roles que ocupan en la industria cercanos a los clientes y coinciden con el objetivo del presente instrumento de medición.

A continuación se exponen los resultados buscados con la investigación.

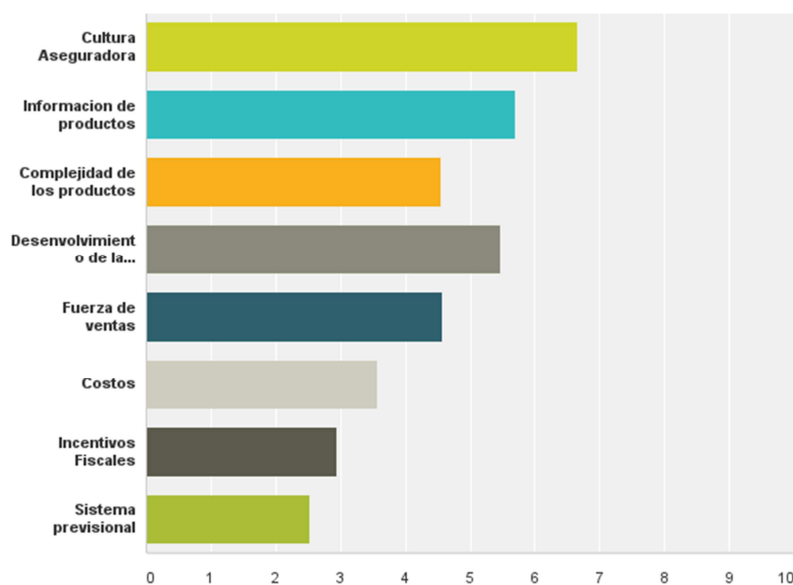
Consultados sobre:

5 – Según su perspectiva en qué etapa de desarrollo se encuentra en mercado de Seguros de Vida y Retiro en Argentina?



Las respuestas coinciden en determinar que consideran que el sector se encuentra en crecimiento, un 67% de los encuestados aunque una porción importante opina que el sector se encuentra estancado.

6 -De acuerdo a su respuesta anterior, cuál cree que son los motivos que generan esa situación? En caso de respuesta múltiple indique como 1 el que crea que tiene mayor importancia y sucesivamente.

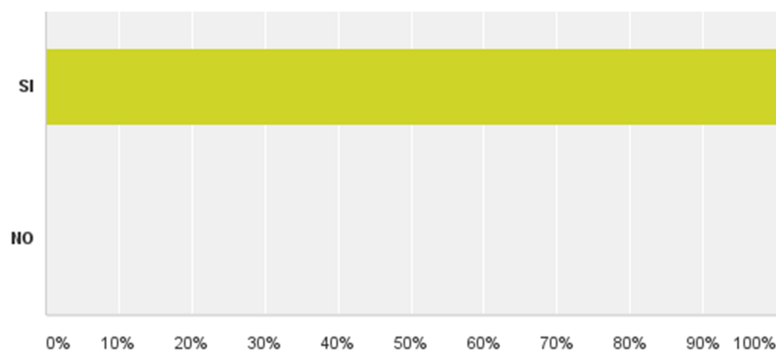




De la valoración relativa de puntos presentados se visualiza que en opinión de los encuestados, el parámetro de mayor relevancia es el de Cultura Aseguradora, le siguen pero en menor escala, Información de producto y Desarrollo de la economía, a continuación continúan Fuerza de ventas y Complejidad de productos y terminan con Incentivos Fiscales, Sistema Previsional y Costos.

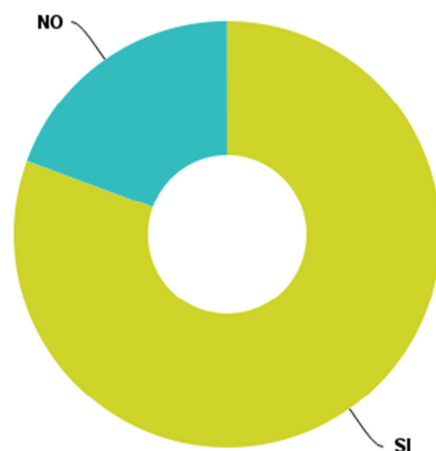
Se presentaran durante el presente capítulo las conclusiones sobre estos resultados.

7 - Considera apropiado que exista una fuerza de ventas especializada para la comercialización de Seguros de Vida y Retiro?



Dadas las respuestas obtenidas, esta pregunta no aporta resultados relevantes a los fines de la investigación.

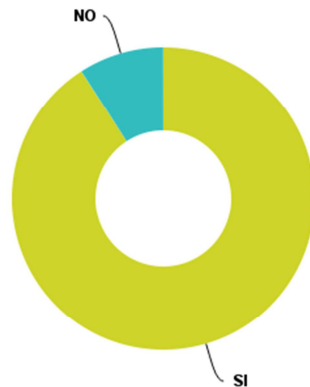
8 - Considera apropiado que el estado participe junto con las compañías en el desarrollo de sector?





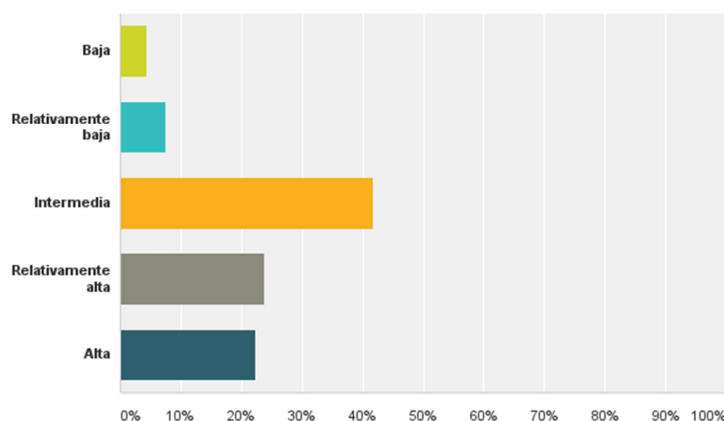
Aquí encontramos una marcada inclinación a la participación del estado en el desarrollo del sector, así es que un 80% de los encuestados afirman que sería apropiado que el estado participe junto con las compañías en el desarrollo del sector.

9 - Cree que la existencia de incentivos fiscales mejoraría la performance comercial de los Seguros de Vida y Retiro?



Aquí también coinciden el 90 % de los encuestados en que la existencia de incentivos fiscales mejoraría la performance comercial de los Seguros de Vida y Retiro.

10 - Considera que la influencia de la situación económica del país en la comercialización de Productos de Vida y Retiro es...

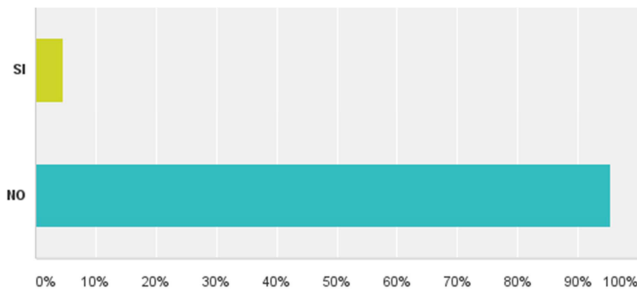


En este caso según los datos recogidos, el 42 % de los encuestados considera que la influencia de la situación económica es intermedia y el 45 % considera alta o relativamente alta incidencia.



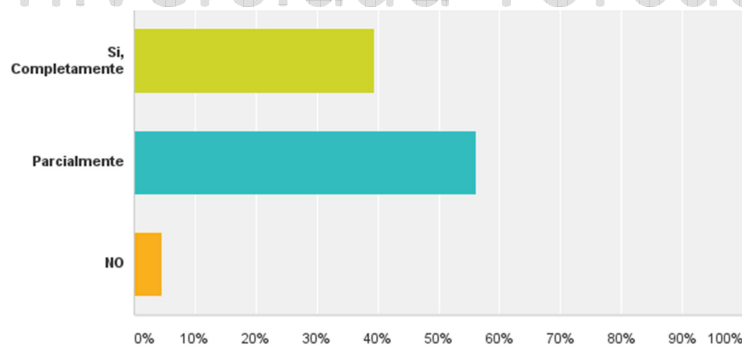
Solo un 12 % considera que es baja o relativamente baja la influencia de la situación económica del país influye en la comercialización de seguros de vida y retiro.

11 - Considera que el público en general dispone de información previsional?



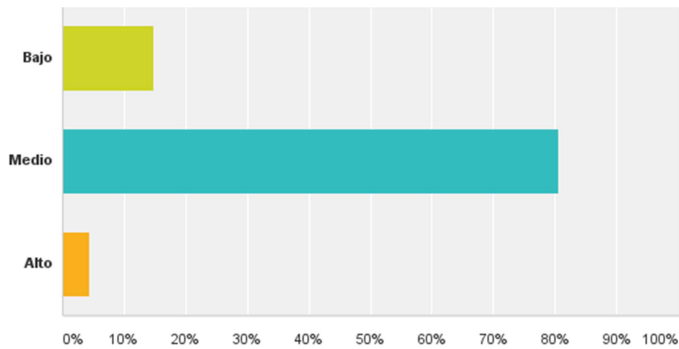
Aquí claramente los encuestados consideran que el público en general no dispone de información previsional. Siendo el 95% los que optaron por el NO.

12 - Según su conocimiento, considera que los productos de vida y retiro disponibles en el mercado pueden cubrir las necesidades previsionales de los clientes?



Las respuestas obtenidas a esta cuestión revelan que la mayoría de los encuestados (56 %) consideran que los productos de vida y retiro disponibles en el mercado cubren solo parcialmente las necesidades previsionales de los clientes. Mientras que el 39 % considera que si lo cubre totalmente.

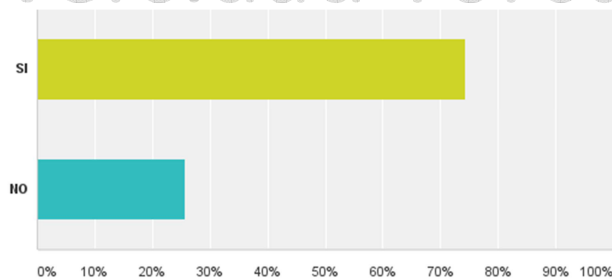
13 - En relación a la confianza del público en las compañías que comercializan productos de Vida Y Retiro, cuál cree que es el nivel de confianza?



Ante esta cuestión el 80% de los encuestados considera que el nivel de confianza en las compañías de seguros de vida y retiro es medio.

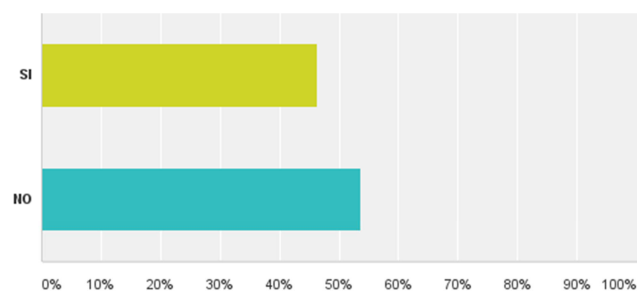
Llegando al final del análisis se indaga sobre la contratación de productos por parte de los encuestados en busca de evidenciar la importancia que le dan los miembros del sector a los productos de vida y retiro y las respuestas recibidas fueron las siguientes:

14 - Por último, posee Ud. Seguro de Vida Individual?



Según lo indagado, el 75 % posee seguro de vida.

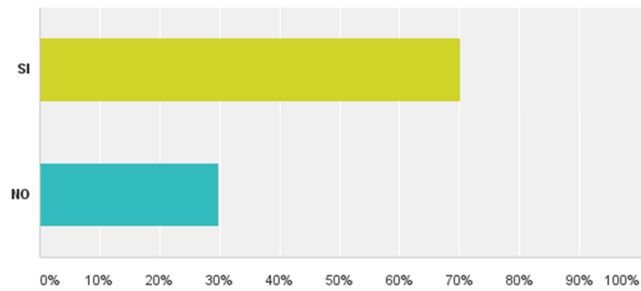
15- Posee un Plan de Retiro Individual que cubra su brecha previsional?





Solo un 45% posee en Plan de Retiro.

16 - Conoce su brecha previsional?



Sorprendentemente el 70 % de los encuestados conoce su brecha previsional.

Universidad Torcuato Di Tella



8.3 Entrevistas

CPN. CLAUDIO CARLETTI

Gerente Comercial

SAN CRISTÓBAL SEGURO DE RETIRO S.A.

“Consideramos que, para el desarrollo de este tipo de productos, resulta de suma importancia contar con un contexto económico estable, sin inflación, que le permita a los asegurables pensar en el ahorro a mediano o largo plazo sin la problemática de la pérdida del poder adquisitivo, situación que en los últimos tiempos no se viene cumpliendo.

Asimismo, en el año 2015 el seguro de retiro seguirá siendo una alternativa de inversión para el pequeño y mediano ahorrista, dada la escasez de instrumentos financieros existentes en el mercado que permitan satisfacer dicha demanda.

Por otra parte, resultaría sumamente atractivo contar con incentivos fiscales acordados con las características del seguro de retiro, fundamentalmente frente al impuesto a las ganancias, dado que potenciaría de manera significativa este mercado.”

DANIELA NAIMO

Account Opening & Servicing – Manager (Jefe de Emisión)

HSBC SEGUROS

“Mi visión es que el seguro de vida en Argentina tienen un potencial de crecimiento enorme que no está desarrollado. Si buscamos el “¿porqué?”, creo que está ligado a que no tenemos una cultura aseguradora que ayude a que todos los sectores tengan conocimiento de la importancia del seguro de vida y creo que ayudaría muchísimo.

Algo que viene hablándose en seminarios de AVIRA y hasta ahora no prospero, es aumentar los beneficios impositivos. Esta es una variable que contribuiría a dar impulso.



Si se pusiera foco en estos dos puntos considerados, la industria tendría mejores resultados”

CARLOS MARTIN

Bróker de seguros (entre los 5 Bróker con mayor prima de seguro de vida y retiro de ZURICH Argentina)

CARLOS MARTIN Productor de Seguros

Carlos en la entrevista que concedió a los fines del presente informe nos presenta un análisis que da cuenta el lugar que ocupa en la industria.

Asegura que su teoría es que la principal restricción para el crecimiento del sector es la fuerza de ventas. Considera que la falta de asesores en el mercado hace que el crecimiento sea lento. A colación de lo que plantea nos trae la experiencia vivida en una convención en Dubái en la que participaron referentes del sector de todo el mundo en donde se planteaba la difícil tarea de reclutar asesores profesionales. Asegura que coincidían que de 700 reclutados solo 1 cumple con condiciones apropiadas para desarrollar la actividad.

Sobre este tema cree que en Argentina los Productores matriculados se vuelcan a la comercialización de Seguros Patrimoniales dado que resulta más fácil su comercialización y no requiere de un trabajo tan profundo como el que demanda la comercialización de seguros de vida y retiro.

Por otro lado coincidió en manifestar que en nuestro país hay mucho por hacer en cuanto a Cultura Aseguradora se refiere, pero vuelve al mismo punto sobre la fuerza de ventas, insiste en asegurar que si lográramos desarrollar profesionales en este área, serán los que transfieran de primera mano la cultura aseguradora a la sociedad, complementando otras acciones realizadas por el sector.



CONCLUSION

Se presentado aquí un informe acerca de las características del sector de Seguros de Vida y Retiro Individual en Argentina, su evolución y perspectivas, además de realizar un análisis comparativo respecto de Latinoamérica y el mundo.

A lo largo del presente se han evaluado los condicionamientos para el desenvolvimiento del sector en nuestro país, identificando las variables de análisis por los referentes del sector y luego, a través de una investigación de campo se presentó la opinión de actores de sector.

La educación cívica sobre la previsión y el seguro es un camino a seguir y ya se están dinamizando actividades de instrucción en escuelas que, aunque hay mucho trabajo por hacer, marcan un rumbo adecuado en la búsqueda de instalar el concepto de la previsión.

Se ha presentado en el trabajo la evolución del sector, se ha comprobado que no se ha modificado la participación relativa en cuanto al total de primas emitidas en la industria y se han verificado incrementos en las primas emitidas pero con cierta irregularidad en comparación con el crecimiento de seguros patrimoniales y que además se encuentra influenciado por la devaluación del peso respecto del dólar (muchos de los productos ofrecidos por las compañías son en Dólares Estadounidenses) y la inflación ya conocida existente en nuestro país cuyo análisis no se realizó en el presente trabajo.

Reconocemos y hemos comprobado que es común entre los actores del sector reconocer que la falta de incentivos fiscales como los valores desactualizados de la deducción en el impuesto a las ganancias restringe el crecimiento.

Respecto del Sistema Previsional Argentino representa una oportunidad para el sector dado que dicho sistema genera una brecha previsional de cobertura ante eventualidades y coberturas para la vejez, es por eso que debería el sector a través de sus asesores comerciales poseer mayor capacitación respecto del cálculo previsional para mejorar la información que se traslada a la sociedad y operar como un docente previsional.



Otro tema recurrente es la inestabilidad o incertidumbre que percibe la sociedad sobre el desenvolvimiento de la economía que no genera un ámbito de confianza en el largo plazo y la falta de conocimiento respecto de instrumentos financieros generan un combo de desconfianza. Se coincide en este punto pero aquí nuevamente surge el rol de las compañías en generar un ambiente propicio para instalar en la sociedad confianza a través de productos que revistan la nobleza y transparencia que los clientes demandan. La idea de generar difusión neutral y colectiva de la importancia de los seguros de vida parece ser

Sobre este tema es importante destacar que dentro de los objetivos estratégicos de PLANES ³¹ se encuentra el de brindar transparencia a la operatoria de mercado que permita generar confianza, y tal como se citó en el presente trabajo de fuente de la consultora D'Alessio IROL, **“La CONFIANZA es la condición macro”**.

Se han presentado distintas problemáticas planteadas desde todos los ámbitos en los que se desenvuelve el mercado de seguros de personas, en lo particular los Seguros de Vida y Retiro y considero que ellas pueden ser atendidas por una fuerza de ventas profesional y consistente, amplia, abarcativa y sin distinción de clases.

Hoy poseemos una fuerza de ventas profesional en el mercado, con muchos referentes con amplios conocimientos en el mercado pero la misma no alcanza a cubrir el espectro de población a la que está destinada, además que no se han difundido productos para los distintos niveles socioeconómicos existentes, de modo que gran parte de la población no accede a las propuestas por considerar que este tipo de servicios son destinados a personas de un poder adquisitivo alto.

La difícil tarea de reclutar asesores productores que se desempeñen en el segmento de seguros de vida y retiro individual se encuentra de la mano de la falta de capacitación instalada desde la SSN³².

La penetración de mercado de este segmento de seguros no logra valores consistentes en comparación con la realidad de la región, como por ejemplo en

³¹ Plan Estratégico Nacional de Seguros 2012 - 2020

³² Superintendencia de Seguros de la Nación



Brasil, donde el porcentaje de participación de los seguros de vida en el total de primas de seguros emitidas es del 54% y en Argentina es de un poco más del 20%.

El sector, según la información relevada y la opinión de los analistas, se encuentra dentro de una etapa con mucho potencial de crecimiento. Se han analizado en el presente trabajo diferentes variables. Como conclusión puedo mencionar que gran parte de la problemática surge por la falta de conciencia aseguradora de los individuos que no permite el desarrollo de unos de los segmentos más importantes de seguros y que ante el crecimiento general del sector, las compañías han puesto foco en los seguros patrimoniales y aún no han atendido consistentemente las coberturas de vida y retiro individual.

Ante lo expuesto, y para concluir, considero que la fuerza de ventas a través de sus productores asesores debe ser el principal motor para el crecimiento del sector, asesorando consistentemente, transfiriendo confianza sobre los servicios previsionales que se pretenden, generando conciencia aseguradora al difundir la importancia de la previsión y planificación, eliminando mitos de los seguros solo para ricos, y concientizando en diferentes formas de metodización del ahorro previsional.



BIBLIOGRAFIA

- El seguro de vida en América Latina (2011) – Camilo Pieschacon Velasco. Instituto de Ciencias del seguro – FUNDACION MAPFRE
- ANUARIO DE SEGUROS (2015) – 100 %SEGUROS
- Facal, Carlos José María (2007) “El Seguro de Vida en la Argentina”, 1° Edición, Editorial Lexis Nexis Argentina S.A., Argentina.
- Mecca, Roberto (1995) “Manual Profesional del Seguro”, 4° Edición, Editor Roberto Mecca Argentina.
- Revista ESTRATEGAS
- Revista MERCADO ASEGURADOR
- Revista TODO RIESGO

Referencias WEB

- www.ssn.gov.ar/
- www.avira.org.ar
- www.buenafuente.com.ar
- www.goseguros.com
- www.indec.gob.ar
- www.revistaestrategas.com.ar
- www.revistatodoriesgo.com.ar
- www.sellingpoint.com.ar
- www.vacs-seguros.com.ar
- www.100seguro.com.ar/
- www.mapfre.com/ccm/content/documentos/fundacion/cs-seguro/libros/Cuaderno-173-el-seguro-de-vida-en-america-latina.pdf
- www.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/44911/texact.htm
- www.afip.gov.ar
- www.anses.gov.ar
- www.infoleg.gob.ar/



- www.cepal.org/notas/74/EnFoco_2.html
- www.mercadoasegurador.com.ar/

Universidad Torcuato Di Tella

ANEXOS

Universidad Torcuato Di Tella



ANEXO I

Primas Emitidas Netas de Anulaciones		Evolución Anual a Valores Corrientes												Cuadro N° 2b
Ramos	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2014		
TOTALES	10.578.442.932	12.728.348.507	15.126.025.966	18.963.941.914	23.934.549.817	27.610.870.117	33.396.843.769	45.007.786.124	59.388.331.758	80.626.466.784	108.913.424.013	108.913.424.013		
Seguros de Daños Patrimoniales	7.223.436.780	8.179.044.663	10.318.957.024	12.926.287.661	17.040.205.868	21.395.801.147	26.760.295.633	36.096.106.155	47.185.289.644	64.608.953.730	87.528.012.903	87.528.012.903		
Incendio	643.727.009	667.148.532	750.381.475	832.362.528	986.595.102	1.179.864.720	1.493.726.388	1.727.014.037	1.938.408.320	2.631.940.474	3.866.718.458	3.866.718.458		
Combinado Familiar	383.227.265	442.530.342	533.008.716	645.897.760	863.014.908	1.106.792.501	1.393.037.063	1.811.228.675	2.376.062.895	3.140.031.451	4.188.068.475	4.188.068.475		
Vehículos Automotores	3.635.864.891	3.947.784.209	4.716.843.866	5.748.010.837	7.730.031.152	9.806.857.591	12.163.746.284	15.810.530.966	20.687.697.885	27.942.091.671	39.183.852.437	39.183.852.437		
Transporte Público Pasajeros	44.717.877	51.445.854	56.571.543	61.308.501	66.448.085	77.537.185	83.401.209	111.408.537	145.272.150	188.864.674	243.475.028	243.475.028		
Riesgos del Trabajo	1.157.331.883	1.535.243.072	2.410.738.830	3.208.363.783	4.288.345.434	5.648.135.200	7.421.585.898	11.152.868.238	15.350.217.288	21.835.811.853	28.183.873.594	28.183.873.594		
Granizo	313.044.086	266.527.764	312.332.735	459.857.219	763.866.809	673.869.503	811.673.685	1.143.949.628	1.143.141.579	1.694.779.855	2.183.675.329	2.183.675.329		
Responsabilidad Civil	282.159.184	331.451.847	363.975.829	420.890.613	470.310.571	619.493.288	739.854.901	866.642.284	1.052.902.114	1.396.160.084	1.780.287.039	1.780.287.039		
Robo	94.264.974	84.338.302	84.581.843	110.238.853	124.683.362	182.874.135	238.793.424	331.010.575	415.355.355	578.419.578	888.087.772	888.087.772		
Cuasiro	152.454.702	213.910.729	288.575.459	380.866.909	478.577.732	561.437.140	604.832.773	797.867.432	998.367.549	1.185.565.694	1.555.366.299	1.555.366.299		
Credito	16.404.590	12.482.197	16.605.701	20.944.754	27.511.462	41.551.502	58.491.016	82.956.288	98.482.371	100.393.827	148.494.699	148.494.699		
Accidentes a Pasajeros	231.270	257.274	280.604	277.075	457.708	1.938.675	4.678.909	7.707.226	13.199.480	29.286.140	69.351.319	69.351.319		
Aeronavegación	70.465.419	81.820.364	75.479.785	88.070.984	79.398.170	99.780.488	129.555.664	149.881.396	162.102.888	188.724.119	239.957.448	239.957.448		
Técnico	83.840.704	122.242.038	145.753.659	232.545.610	286.728.225	339.970.927	451.673.625	500.451.880	668.611.783	757.121.818	961.140.501	961.140.501		
Transporte Caeos	52.134.861	46.419.109	57.160.369	69.141.708	73.294.686	83.205.894	101.739.508	107.981.788	117.036.025	146.006.670	186.208.154	186.208.154		
Transporte Mercaderías	206.640.068	243.644.067	276.894.260	327.600.593	418.489.648	462.768.180	480.429.709	663.415.966	828.552.713	931.093.931	1.180.418.205	1.180.418.205		
Otros Riesgos	78.108.370	141.799.935	230.692.452	319.961.844	403.502.795	410.563.118	573.077.499	831.391.279	1.223.880.459	1.852.857.891	2.679.077.148	2.679.077.148		
Seguros de Personas	3.355.006.152	4.549.303.844	4.807.068.942	6.037.554.253	6.894.343.949	6.215.068.970	6.636.548.116	8.911.679.969	12.203.042.114	16.017.519.054	21.385.411.110	21.385.411.110		
Accidentes personales	157.115.972	192.346.909	247.153.182	346.812.249	480.795.417	577.919.391	778.241.229	1.077.815.772	1.524.713.427	2.048.079.687	2.691.855.023	2.691.855.023		
Seguros de Vida	2.102.374.817	2.310.987.559	3.006.067.210	3.968.997.737	4.261.999.882	4.343.959.416	5.170.386.350	6.943.484.673	9.447.049.590	12.314.355.655	16.752.801.467	16.752.801.467		
Salud	10.731.701	15.793.500	18.339.360	20.640.658	28.472.078	37.951.524	55.040.027	83.156.416	128.460.855	184.612.485	235.907.425	235.907.425		
Vida Individual	389.560.287	312.282.970	398.313.432	522.460.800	629.763.601	749.560.490	967.617.088	1.304.455.596	1.465.441.430	1.833.853.249	2.689.024.594	2.689.024.594		
Vida Colectiva	1.017.666.118	1.048.010.854	1.348.112.481	1.752.114.202	2.515.486.079	3.328.341.329	3.864.603.278	5.181.039.347	7.381.596.199	9.804.265.296	13.184.362.728	13.184.362.728		
Vida Previsional	605.662.067	837.692.141	1.125.389.841	1.533.056.121	910.332.368	705.293	-547	0	0	0	0	0		
Sepelio Individual	9.853.981	11.319.921	13.222.362	16.280.130	21.728.297	27.247.567	33.616.282	44.148.957	55.837.371	64.519.858	80.354.794	80.354.794		
Sepelio Colectivo	68.900.683	85.888.074	102.689.733	124.415.826	156.217.461	200.122.213	249.510.222	330.884.357	415.683.735	427.104.767	563.151.977	563.151.977		
Seguros de Retiro	1.065.515.363	2.045.960.375	1.563.848.550	1.721.844.288	2.171.568.650	1.293.190.163	687.920.637	890.379.524	1.231.279.097	1.655.077.712	1.940.754.620	1.940.754.620		
Retiro Individual	85.666.868	41.609.737	33.172.828	33.991.577	53.389.188	43.354.603	44.896.069	49.539.133	69.095.067	71.168.579	104.093.233	104.093.233		
Retiro Colectivo	159.030.840	189.314.046	251.002.935	308.450.066	403.276.055	450.476.720	486.126.712	717.793.589	1.048.033.190	1.512.508.503	1.832.289.990	1.832.289.990		
Rentas Vitalicias y Periódicas	850.817.554	1.815.045.593	1.289.672.787	1.379.402.625	1.714.893.407	799.358.840	166.897.756	123.046.822	113.150.840	71.400.630	4.391.427	4.391.427		





ANEXO II

CUESTIONARIO TRABAJO DE CAMPO

Seguro de Vida y Retiro

1. ¿Sexo?

- Masculino
- Femenino

2. Que edad tiene?

- Menos de 30 años
- Entre 30 y 40 años
- Entre 40 y 50 años
- Mas de 50 años

3. En que segmento de seguros se desempeña?

- Seguros patrimoniales
- Seguros de personas
- Ambos

4. Indique su posición dentro de la industria

- Asesor directo
- Supervisor/Gerente comercial
- Productor independiente
- Productor asesor organizador
- Otro (especifique)

5. Según su perspectiva, en que etapa de desarrollo se encuentra el mercado de Seguros de Vida y Retiro en Argentina?

- En crecimiento
- Maduro
- Estancado
- En decadencia



6. De acuerdo a su respuesta anterior, cual cree que son los motivos que generan esa situacion? En caso de respuesta multiple indique como 1 el que crea que tiene mayor importancia y sucesivamente.

<input type="checkbox"/> Cultura Aseguradora
<input type="checkbox"/> Informacion de productos
<input type="checkbox"/> Complejidad de los productos
<input type="checkbox"/> Desarrollo de la economia
<input type="checkbox"/> Fuerza de ventas
<input type="checkbox"/> Costos
<input type="checkbox"/> Incentivos Fiscales
<input type="checkbox"/> Sistema previsional

7. Considera apropiado que exista una fuerza de ventas especializada para la comercializacion de Seguros de Vida y Retiro?

- SI
 NO

8. Considera apropiado que el estado participe junto con las compañías en el desarrollo de sector?

- SI
 NO

9. Cree que la existencia de incentivos fiscales mejoraria la performance comercial de los Seguros de Vida y Retiro?

- SI
 NO

10. Considera que la influencia de la situacion economica del pais en la comercializacion de Productos de Vida y Retiro es...

- Baja
 Relativamente baja
 Intermedia
 Relativamente alta
 Alta



11. Considera que el publico en general dispone de informacion previsional?

- SI
- NO

12. Segun su conocimiento, considera que los productos de vida y retiro disponibles en el mercado pueden cubrir las necesidades previsionales de los clientes?

- Si, Completamente
- Parcialmente
- NO

13. En relacion a la confianza del publico en las compañías que comercializan productos de Vida Y Retiro, cual cree que es el nivel de confianza?

- Bajo
- Medio
- Alto

14. Por ultimo, posee Ud Seguro de Vida Individual?

- SI
- NO

15. Posee un Plan de Retiro Individual que cubra su brecha previsional?

- SI
- NO

16. Conoce su brecha previsional?

- SI
- NO