

Alberto Atienza, director técnico de ramos Personales de **Metrópolis Seguros**

El crecimiento más fuerte de **DECESOS** se producirá a través de los corredores

Nadie discute el buen momento por el que atraviesa el ramo de Decesos que espera un crecimiento de entre el 5 y el 10% este año. Eso y el hecho de que es un seguro que solo da trabajo en el momento de la contratación y que tiene una comisión atractiva, está haciendo que muchos corredores lo vean como una oportunidad de negocio. De hecho Alberto Atienza, director técnico de ramos personales de Metrópolis, augura que “el crecimiento más fuerte del ramo se producirá a través de los corredores”.

¿Cuál es el secreto del ramo de Decesos, que consigue crecer mientras que la mayoría decrece?

Por un lado, se trata de un seguro de Vida y la prima va creciendo en función de la edad. Por lo tanto, es normal que el volumen de prima crezca. Por otro lado, se da la circunstancia de que la mediación cada vez está entrando más en este ramo. Se han dado cuenta de que es un seguro que solo da trabajo en el momento de la contratación y después va generando una cartera. El crecimiento más fuerte del ramo de Decesos se producirá porque los corredores van a tratar de vender más este producto.



Las aseguradoras tienen que poner en las condiciones particulares cómo va a evolucionar la prima en función de la edad

¿Qué crecimiento se espera que tenga este año?

El crecimiento será entorno a un 5 y un 10%. En este ramo no hay ajuste de prima porque los asegurados no piden reducción de precio.

Teniendo en cuenta que más del 50% de la población española ya dispone de una póliza de Decesos y que es el primer ramo en España en cuanto al número de clientes en seguros no obligatorios. ¿Hay buenas perspectivas de crecimiento en cuanto al número de pólizas?

Sí porque el mediador está creando la necesidad de este producto. Por parte de las aseguradoras se les está pidiendo objetivos y se incentiva la venta. Hay que tener en cuenta que es un seguro en el que piensa todo el mundo, no es caro y además se puede fraccionar hasta en 12 meses.

Finalmente... ¿cómo va a quedar Decesos en Solvencia II?

En Solvencia II se equipara al seguro de Vida porque las técnicas de tarificación son exactamente las mismas. El establecimiento de sus primas se basa en las tablas de mortalidad.

Hasta ahora, el negocio de Decesos estaba muy concentrado pero eso parece que está cambiando. ¿Cómo influye en el ramo el hecho de que haya otras aseguradoras generalistas que estén apostando por él?

A pesar de que el seguro de Decesos está muy concentrado, se da la paradoja de que también está muy atomizado porque había muchas compañías que eran muy locales. En cualquier población, una funeraria medianamente grande podía montar su aseguradora porque no es complicado y el capital necesario para montar una



compañía no es elevado. La principal diferencia entre las entidades especializadas y las generalistas es que en éstas últimas no prestamos el servicio nosotros, sino que los subcontratamos. Mientras que las especializadas lo prestan con sus propias plataformas.

El hecho de que haya más aseguradoras que comercializan este seguro provoca una mayor oferta en el mercado y mayor presión para conseguir cuota de mercado. Pero a pesar de eso, es difícil que se produzca una bajada de precios porque todas nos sometemos a las mismas tasas de mortalidad.

¿Quizás la presión se produzca en el aumento de coberturas que se ofrecen?

Sí. Como no se tiene mucha maniobra de cara al precio de la



prima, se ofrecen coberturas que la competencia no tenga. Empezamos incluyendo la asistencia en viaje. Cuando ya se generalizó, se comenzó a dar la cobertura de Accidente, después el testamento online... Son coberturas que cuando se venden en masa no son caras y se pueden añadir a la póliza. En ocasiones se solapan con otras coberturas que tenemos en otras pólizas (por ejemplo Accidentes la podemos tener en Autos, en Hogar y en la tarjeta de crédito). Lo último que he visto es que por tener una póliza de Decesos se tiene derecho a una limpieza bucal al año o una visita al podólogo.

Recientemente, Metrópolis ha añadido como cobertura el pago de un capital para cubrir el gasto pendiente en tarjetas de crédito por muerte por accidente

¿Se producen muchos cambios de una aseguradora a otra?

Depende de la edad. Dentro de las modalidades de Vida, el seguro de Decesos siempre ha sido de Vida entera. Donde tú entras a una determinada edad y la prima se mantiene constante hasta el fallecimiento, solo se incrementa el coste del servicio. Hasta hace 15 ó 20 años se vendía así. Aunque ese producto sigue estando ahí,

se ha introducido el seguro a prima seminatural en el que se cobra una prima cada 5 años y en función de la edad, la prima va subiendo. Cuando se tiene una edad relativamente joven, con un seguro de vida entera la prima que está pagando es mayor que la seminatural. Por lo tanto ahí sí que puede haber movimiento de asegurados. Según se cumplen años, llegará un momento en el que la prima seminatural es más elevada que la de vida entera y a ese asegurado no le compensará cambiarse. Las aseguradoras tenemos que poner en las condiciones particulares cómo va a evolucionar la prima en función de la edad. Pero es labor del corredor explicar a cada cliente el producto que le interesa.

Recientemente Metrópolis ha ampliado su oferta de Decesos con 'Asistencia Familiar Esencial' y 'Asistencia Familiar Plus'. ¿Qué aportan estos productos que no tuviera ya esta entidad?

Hemos querido cubrir las diferentes necesidades de las personas. La cobertura principal sigue siendo la prestación de servicios por fallecimiento, pero hay diferencias en las coberturas complementarias. Por ejemplo, la asistencia en viaje la tenemos como cobertura opcional y se ha añadido el pago de un capital para cubrir el pago pendiente del gasto realizado en tarjetas de crédito. Es decir, si una persona muere, nos hacemos cargo de lo que pueda deber en sus tarjetas de crédito siempre y cuando el fallecimiento sea por accidente.

'Asistencia Familiar Plus' permite la comercialización del seguro de prima única para las personas de más de 70. ¿Cree que es adecuada la comercialización del seguro de Decesos a prima única?

Sí me parece adecuada la prima única en Decesos. Está pensada para las personas mayores que tienen dinero ahorrado y quieren dejar resultado a sus hijos el tema de su entierro.

En Decesos no hay ajuste de prima porque los asegurados no piden reducción de precio



Un seguro rentable y fácil de vender

Últimamente, los corredores se han dado cuenta de que Decesos es un producto rentable y lo están comercializando. Alberto Atienza, director técnico de ramos Personales de Metrópolis, dice que “en el momento que empiezan a vender este ramo y ven que va bien, se comienza a correr la voz y todos los corredores quieren trabajar en él porque es rentable y no es difícil venderlo, si vas con un producto medianamente competitivo, porque las primas no son muy altas. A esto hay que unir que tiene una comisión atractiva para el corredor. Aunque también es verdad que ésta varía en función de su producción. Por otra parte, se trata de un seguro que da trabajo el primer año y después es como el seguro de Vida riesgo. Además no se tienen que preocupar por el siniestro, porque se llama directamente a la compañía”.

Metrópolis pide a todos los corredores que trabajan con la entidad que sepan explicar el seguro adecuadamente para que no haya problemas. En estos momentos, la aseguradora obtiene entre el 75 y el 80% del volumen de negocio de este ramo a través de corredores de seguros. Y están viendo como año a año sube este porcentaje.

Alguna aseguradora ha creado campaña de regalos por la contratación de un seguro de Decesos. ¿Qué piensa de ello?

Son políticas comerciales y no me parece mal. Nosotros no hemos entrado ahí porque, como la prima no es elevada, los regalos no pueden ser cuantiosos y además tienes que hacer frente a la logística que supone entregar ese regalo.

¿Qué opina del hecho de que haya bancos como Bankinter que esté comercializando seguros de Decesos? ¿Es el canal adecuado?

Entiendo que no es el canal adecuado porque la banca está para vender créditos y préstamos y no seguros. Pero también es verdad que lo tiene fácil, porque tiene muchos puntos de venta y es

un seguro muy simple. Hasta ahora, son pocas las entidades bancarias que están entrando en este ramo, pero entiendo que poco a poco irán comercializándolo.

¿Qué opina de la venta de Decesos a través de Internet?

No es muy complicado vender Decesos por Internet, pero hay que tener en cuenta que la salud del asegurado está implicada en su contratación. En este canal es más fácil que se produzca una falsedad de datos si está enfermo. Pero hemos detectado que, por lo menos a nivel de ofrecimiento, cada vez se utiliza más ese canal por parte del corredor.

Carmen Peña
Fotos: Irene Medina