

ubicadas en las ciudades de Trujillo y Piura, donde los clientes demandan cada día centros hospitalarios con mejor infraestructura y calidad de atención.

Y es que las provincias se han convertido en un destino atractivo para expandir el negocio asegurador. "La contratación de los seguros en provincias se está expandiendo a un ritmo de 35% en lo que va del año, lo que refleja un mayor dinamismo que el crecimiento de los seguros en Lima", dice Raúl de Andrea, de Apeseg.

ETERNA COMPETENCIA

Pacífico Seguros no es la única compañía del sector que está reforzando su negocio de prestación de salud. Rimac Seguros, del grupo Brescia, su principal competidor, también hace lo propio. "Queremos tener una integración vertical. Ya tenemos

varias clínicas y medicentros. Queremos entrar a provincias, esa es una forma importante de crecer. Esto se ha hecho en otros países y vamos a hacerlo en el Perú. Pensamos hacer esto vía adquisiciones o asociaciones estratégicas", dice Rafael Venegas, gerente general de Rimac Seguros. "Vamos a realizar ampliaciones de nuestras clínicas del Centro de Lima y San Borja, para esto hemos comprado propiedades en casi toda la manzana para construir dos torres. Allí vamos a invertir US\$ 90 millones y tenemos planeado convertir algunos de nuestros medicentros en clínicas".

Según información de la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS), a diciembre de 2010, los ingresos del mercado asegurador se distribuían de la siguiente manera: Rimac (33,53%), Pacífico Seguros (26,05%), La Positiva (11,97%), Mapfre (10%), Interseguro (7,19%), Inventa

(7,64%) y otros (3,62%).

Si bien Rimac Seguros lidera el mercado, eso –según el propio David Saettone– no le quita el sueño. "Hay líneas de negocios que nosotros no manejamos tan agresivamente porque sentimos que no hay las condiciones necesarias para tener la rentabilidad que nuestros accionistas esperan; preferimos manejarlas de una manera más conservadora que otras compañías", dice. "Nuestro enfoque no está en participación de mercado, sino en dar soluciones a los clientes, que sean buenas para ellos y para los accionistas de Pacífico".

Para Mario León y León, analista de Equilibrium Clasificadora de Riesgo, durante 2010 Pacífico Seguros priorizó el mantenimiento de un alto estándar de calidad en su cartera de productos y clientes con lo que logró niveles de rentabilidad más estable. "Con respecto

ahí para que se restablezca y puedan seguir adelante. En el negocio de salud hay innovaciones importantes. Lo más reciente es la decisión de ingresar al negocio de prestación de salud con una inversión de US\$ 150 millones que hacemos este y haremos el próximo año, lo que nos ha permitido comprar dos clínicas en Lima, una en Arequipa y estamos adquiriendo dos o tres más que no podemos divulgar porque nos encontramos en el proceso de confidencialidad.

Deben estar invirtiendo bastante en tecnología para ver qué productos demandan los clientes.

Sí. A veces se habla de que no hay cultura de seguro en el país, pero en realidad la limitante más grande es que las personas puedan acceder a un seguro. Es muy importante el sistema de canales de distribución, el hacer que nuestros productos sean más simples y fáciles de entender, pero a la vez que se puedan comprar fácilmente. Esto nos está permitiendo distribuir los seguros a través de casas comerciales. Tenemos

seguros que se venden a través de los bancos, de la cuenta de luz de Edelnor. Ahora si vas a los grifos Primax, puedes comprar el SOAT al instante, y esto es pura tecnología. Hay un teléfono, das tus datos del vehículo y te acercas a caja, pagas e inmediatamente el cajero te da tu SOAT. Esto se procesa acá centralizadamente y a través de las telecomunicaciones se hace todo eso. Nos está yendo bien con eso y es un canal que se puede replicar en muchos puntos.

Hace poco anunciaron la compra de Willis Perú, un broker de seguros. La competencia dice que esto no es ético.

Totalmente de acuerdo. Si una aseguradora compra un broker no sería factible; es más, la ley no lo permite. El que ha comprado es Credicorp, que es completamente diferente a Pacífico, y el broker también es diferente a nosotros. Cualquier corredor de seguros tiene la función de asesorar al asegurado y conseguir la mejor opción de aseguramiento para él. Esa responsabilidad fiduciaria está por encima de todo. De

hecho el broker Willis, que es uno de los tres más importantes del mundo, va a trabajar con todas las compañías de seguros. No hay ninguna relación entre Pacífico, y se están tomando todas las medidas necesarias para que dentro de Credicorp se maneje de esa manera. En el mundo hay experiencias muy exitosas de conglomerados financieros que ofrecen seguros, productos de banca. Brasil es un mercado que está sumamente desarrollado en ese sentido. En Estados Unidos tenemos a bancos como Wells Fargo que han adquirido brokers de seguros.

¿Cómo ve el mercado de seguros? ¿Las primas van a subir?

La competencia en bastante dura. Este año hemos visto presiones a la baja en tasas, presiones al alza en las comisiones en los intermediarios de seguros. La competencia va a ser un factor por siempre. Eso es bueno porque hace que haya más mercado, que nos esforcemos más por servir a los clientes. Lo veo como un punto positivo.