

Mercado asegurador, evolución y perspectivas en torno a los nuevos riesgos y la sostenibilidad

El comportamiento más que notable del Seguro durante la pandemia, la necesidad de transformar los modelos de negocio, los déficits y gaps de coberturas, dónde podría ayudar la colaboración público-privada, el poder del cliente en las empresas y la amenaza de los ciberriesgos. Estas fueron algunas de las cuestiones que afloraron durante el debate en la mesa redonda sobre ‘Perspectivas del mercado asegurador’, desarrollada en el marco de las Jornadas Internacionales de MAPFRE Global Risks.

El encuentro fue moderado por José Manuel Inchausti, Vicepresidente Tercero de MAPFRE y CEO de MAPFRE IBERIA. Participaron como ponentes: Pilar González de Frutos, Presidenta de UNESPA; José Antonio Sánchez Herrero, Director General de ICEA; y Ricardo González García, Director Análisis Estudios Sectoriales y Regulación de MAPFRE Economics.

El compromiso con la sostenibilidad, los cambios disruptivos que la pandemia ha traído consigo, tanto económicos como socioculturales, la invasión de Ucrania por Rusia y, en consecuencia, la agudización de los fenómenos de inflación y la ruptura de las cadenas de suministro, a lo que hay que sumar los riesgos crecientes de ciberataques, entre otros elementos, dibujan un panorama “en el que **el puesto de gerente de riesgos, que en realidad nunca ha sido fácil, todavía tiene mayor complejidad**”, comenzó diciendo José Manuel Inchausti.

Una actuación más que notable

La pandemia ha marcado la hoja de ruta durante los ejercicios 2020 y 2021, y el sector asegurador ha dado la talla. Para Pilar González de Frutos, “**el comportamiento como industria durante este episodio ha sido más que notable**” y puso como ejemplos la labor del Seguro como prestador de servicios en el hogar, en un momento en el que estuvo sometido a un uso mayor del habitual, y la adaptación del seguro de salud, que tomó esta oportunidad para hacer un desarrollo acelerado en telemedicina.

Otra muestra de su faceta más social fue la decisión de no negar la asistencia y la cobertura a muchos asegurados, pese a la exclusión de la cobertura, un compromiso que empezó por el ramo de salud y continuó en vida, decesos, etc. Para Pilar González de Frutos, “debemos seguir haciendo conscientes a los ciudadanos de lo que eso significó, porque no teníamos información suficiente para garantizar cuál era el riesgo que estábamos asumiendo con esas decisiones”. También puso en valor la **apuesta por hacer todo lo posible** para que la red de prestación de servicios aseguradora, la más importante en nuestro país, se mantuviera. “**Cada entidad, en la**

medida de su modelo de negocio, puso en marcha acciones para ayudar a los proveedores: desde la anticipación de facturación o ayudas económicas”.

Además, el sector mostró su compromiso social poniendo en marcha durante la pandemia un fondo de 38 millones de euros, financiado por 107 compañías de seguros, para dar cobertura en caso de fallecimiento y hospitalización al personal que trabajaba en sanidad pública o privada y en residencias para mayores o discapacitados. El sobrante está contribuyendo ahora a la investigación sobre la Covid-19 y a ayudar a colectivos vulnerables.

Transformación del sector frente a los retos

El sector asegurador camina en la buena dirección, precisó José Antonio Sánchez Herrero. “Durante estos dos años, y si comparamos 2021 frente al año prepandemia, hemos sido capaces de mantener sus constantes vitales, tanto desde el punto de vista de rentabilidad como, lo más importante, de **solvencia**”. Esto demuestra su capacidad a la hora de gestionar, con la que ha superado desde hace tiempo numerosas crisis.

En su opinión, **la pandemia ha reforzado la ventana de oportunidad del sector a futuro**. “Las personas se han dado cuenta de lo importante que es tener un seguro y no tengo ninguna duda sobre el potencial creciente de la demanda aseguradora, porque vamos en general a una sociedad con un mayor nivel de incertidumbre, de mayor desigualdad, con lo cual el apetito por estar asegurado va a crecer”.

Para José Antonio Sánchez, adicionalmente, “somos una industria que no hemos sufrido un proceso disruptivo todavía severo, como ha pasado en otras, y vamos a tener tiempo de irnos acomodando” y apostó por transformar las organizaciones para aprovechar todas las oportunidades. “Vamos hacia una nueva realidad, un **nuevo escenario competitivo** al que nos tendremos que adaptar para que el modelo de negocio que tenemos ahora y que nos ha traído hasta aquí pueda seguir llevándonos de forma positiva a lo largo del tiempo”.

El poder del cliente y la conquista del talento

El impacto del cliente en el sector asegurador, como en cualquier otro, es muy grande. Para José Antonio, “**se ha desplazado el poder que antiguamente tenían las empresas al cliente**”. Pero, aparte de eso, la pandemia ha producido un cambio radical en su conducta y cada vez es más digital. “Es verdad que en el sector asegurador este proceso es más lento, pero llegará”.

Adicionalmente, llamó la atención sobre los nuevos competidores que van a hacer que la ventaja competitiva, que tradicionalmente estaba en tener producto, se desplace al dato y al conocimiento del cliente. En definitiva, “**debemos contar con una estrategia de orientación al cliente y ofrecerle una experiencia única**”. Esto también supone que, “por encima de la cobertura puramente aseguradora, hay que construir una serie de servicios que en muchos casos darán

incluso empresas que no son de nuestra industria. Con lo cual tenemos también que cambiar un poco la forma de pensar y pasar a una estrategia colaborativa”.

Respecto a la **conquista del talento**, José Antonio Sánchez apostó por “vendernos mejor, porque tenemos una gran realidad, pero a veces la percepción que se tiene de nosotros no es la más justa”. Además, en el nuevo entorno competitivo “lo que necesitamos son culturas organizativas distintas, que sean mucho más ágiles. Los que triunfen van a ser los que mejor capacidad de adaptación tengan”. Y añadió, “tenemos que intentar tener una cierta **cultura de innovación** y cambiar nuestro estilo de liderazgo. Las nuevas generaciones lo que buscan son proyectos y organizaciones que den sentido a su vida y en eso tenemos mucho por hacer en el sector”.

Reacción de las empresas

Pero ¿cuál está siendo la reacción de las empresas frente al riesgo en la situación actual? En principio, para Ricardo González, “**tanto las grandes como las pequeñas siempre tienden a proteger sus márgenes**. No quieren sorpresas en sus cuentas de resultados. Entonces, la idea es gestionar esos riesgos si pueden internamente porque tienen capacidad y medios suficientes para hacerlo; y si no, buscando coberturas externas, si las hay y a un precio razonable”.

Con todo lo que está pasando, desde MAPFRE Economics están observando un **incremento de la demanda de coberturas** por parte de las empresas y también un **endurecimiento del mercado**. “Por poner un ejemplo, en los cinco primeros meses de este año, comparados con el nivel de primas prepandemia de 2019, los riesgos industriales se han incrementado en 25,3% y la responsabilidad civil, el 16,5%. Es decir, todo esto ha estimulado mucho la búsqueda de cobertura por parte de las empresas”.

Colaboración público-privada

No solo están aflorando nuevas amenazas. Los riesgos ya conocidos, en muchos casos, están ganando en frecuencia y en intensidad de daños. Y todo esto, según Pilar González de Frutos, “está generando auténticos retos de cobertura y gaps que se están produciendo en muchísimas jurisdicciones”.

La colaboración público-privada resulta eficaz para trabajar en estas brechas de cobertura. De hecho, España cuenta con dos sistemas en este ámbito que, según González de Frutos “funcionan y nos ayudan mucho a estabilizar el mercado, a poder otorgar protección”. Se trata del papel del **Consortio de Compensación de Seguros** en las catástrofes y el modelo de cobertura para los seguros agrarios.

La presidenta de UNESPA también insistió en que “es el momento oportuno para analizar si estas soluciones y en concreto la cobertura de Consorcio puede evolucionar a la vista de la frecuencia e

intensidad de los fenómenos derivados del cambio climático”. Además, reconoció que “en **nuevos riesgos, como el cibernético**, podemos otorgar ciertas coberturas, pero no una cobertura total, ya que ni siquiera sabemos en este momento valorar hasta dónde llegaría y no sería posible sin esa participación pública y privada”.

Ciberriesgo, la principal preocupación

Ahora mismo, esta amenaza se ha convertido en la principal preocupación de los gerentes de riesgos. Según los datos que manejan en **MAPFRE Economics**, a escala mundial las primas de seguros que cubren estos riesgos podrían estar en torno a los 100.000 millones de dólares, una cifra que parece enorme, pero que, si se compara con los 6,4 billones de dólares del valor global de la facturación, representa solo en torno a un 1,5%. “Es decir, hay un gap de cobertura, una brecha de cobertura muy grande”, manifestó Ricardo González.

Entre los retos para la industria aseguradora, destacó el nivel de sofisticación que han alcanzado los ataques por parte de los hackers, el incremento de la frecuencia y, sobre todo, la falta de datos suficientes para hacer una buena tarificación y construir modelos robustos que intenten modelizar los ataques más graves.

Sobre regulación en sostenibilidad

Otro tema inquietante es la sobre regulación en materia de sostenibilidad. En opinión de Pilar González de Frutos, “si hay un sector donde la sostenibilidad tiene sentido es en el sector asegurador, porque lo llevamos en el ADN. **Cada vez que surge un riesgo nuevo despliega sus capacidades como gestor de medidas de prevención**, con la trascendencia que esto tiene no solo en evitación de daños, sino también de concienciación general de la población”.

En el ámbito europeo, las iniciativas regulatorias en materia de sostenibilidad son enormes. “En este momento, nos encontramos con una cascada de obligaciones, como las de divulgación, que estamos obligados a cumplirlas y lo estamos haciendo sin tener una norma de concreción para saber si lo que estamos haciendo es exactamente lo que deberíamos o nos piden”, concluyó.