

El futuro de la industria aseguradora

Carlos Varela, vicepresidente Técnico
Fasecolda

Rob Galbraith es el autor del libro de éxito internacional "El fin de los seguros como los conocemos", que fue seleccionado por BookAuthority como uno de los mejores libros de seguros de todos los tiempos.

En su intervención en la Convención Internacional de Seguros de Fasecolda 2020, Rob hace un resumen de su libro. La conferencia comienza con la siguiente afirmación: «En la próxima década vamos a ver más cambios en la industria aseguradora que en los últimos 30 años combinados.»

De acuerdo con Rob, durante los últimos 20 años hemos sido capaces de percibir los cambios que se han presentado en los seguros, algunos de ellos de trascendencia en el devenir de la industria. Sin embargo, la transformación que se van a presentar en las próximas dos décadas será mucho más rápida y mucho más profunda de lo que nadie se imagina. Consecuentemente, resultará insostenible seguir haciendo los negocios de la manera tradicional.

Esta afirmación categórica trae consigo unos enormes retos para el sector asegurador. Es claro que esta profunda transformación ha sido catalizada por los impresionantes avances tecnológicos, el incremento de la información disponible y la forma como fluyen los datos en la sociedad, las herramientas cada vez más poderosas para analizar los datos y, finalmente, por el entendimiento más certero del comportamiento de las personas.

A pesar del enorme esfuerzo del sector por visibilizar el valor de los seguros y su rol para proteger a las personas, los negocios y las economías como un todo, Rob plantea que el seguro debe atender siete (7) fallas o errores que pueden ser fatales para el sector. A continuación se explica brevemente cada uno de ellos.



➤ Rob Galbraith, escritor y experto en seguros, conferencista en la Convención Internacional de Seguros 2020

El costo de los seguros

De acuerdo con Rob, los seguros son percibidos por las personas como costosos. Por diversas razones, entre las cuales se encuentran las incertidumbres asociadas al cálculo de las pérdidas, los costos de intermediación, el costo de los canales de distribución y los costos operativos, entre otros, el costo final de los seguros tiende a ser alto. De acuerdo con Rob, existe la necesidad de revisar la estructura de estos costos de los productos y tratar de ganar eficiencias a través de la tecnología.

Es necesario reconocer igualmente que las personas perciben costosos los seguros porque gran parte de ellas no se siniestran y sienten que pasan años sin que el seguro les entregue algún retorno de su dinero. Desafortunadamente, muchos de los asegurados no comprenden los beneficios tangibles del seguro, hasta el momento de la pérdida, y no valoran o no perciben la protección que ofrece la cobertura.

➔ Rob tiene más de 25 años de experiencia en la industria de servicios financieros, en una variedad de posiciones de liderazgo con USAA, Citigroup y la Junta de la Reserva Federal.

El seguro sigue siendo confuso

De acuerdo con el autor, el seguro continúa siendo confuso. Los términos que se utilizan en las pólizas son frecuentemente contraintuitivos y facilitan los malentendidos con los aseguradores. Las demoras en los pagos, los acuerdos ofrecidos por los aseguradores y las objeciones en el pago de indem-

➔ Las aseguradoras deben empezar a usar la tecnología que se está desarrollando en la actualidad para resolver los problemas que siempre han tenido.



nizaciones, en Estados Unidos son las tres causas principales de quejas por parte de los consumidores; todas ellas están relacionadas con la complejidad del producto.

El seguro es vulnerable al fraude

Los seguros son considerados un contrato de adhesión. Desde el punto de vista jurídico, las ambigüedades que se presenten en el contrato se dirimen en favor del asegurado. Esta característica es deseable, pues protege al asegurado, sin embargo, también genera vulnerabilidades a los aseguradores frente al fraude.

El fraude en seguros puede tomar muchas formas que generan ineficiencias al producto, lo que se traduce en el aumento del costo.

El seguro es percibido como un gasto

Un argumento que el autor ha encontrado en sus investigaciones sobre los seguros es la sensación que tienen las personas respecto de este instrumento financiero, consideran que representa un gasto y no una inversión.

Esto en razón a que, para la mayor parte de la población asegurada, la probabilidad de afectar el seguro es baja.

Para riesgos como las hipotecas o los carros, el seguro es visto como un requisito. El tema se exagera por la condición necesaria de que la prima debe ser pagada en su totalidad y por adelantado, esto hace que las personas no tiendan a asegurarse por períodos largos de tiempo.

El seguro no cubre todas las causas de las pérdidas

En conexión con los puntos anteriores, Rob señala que para el consumidor no es fácil entender cabalmente cuáles son las pérdidas que están cubiertas. Esto se agudiza cuando las pólizas llevan consigo condicionamientos respecto de las diferentes causas que generan el riesgo. Por ejemplo, el riesgo de inundación puede generarse por un exceso de lluvia en el lugar donde está el bien inmueble o por el desborde de un cuerpo de agua cercano, y el seguro podría eximirse de pagar la indemnización si la inundación se produce por la segunda causa. Esto genera frustración por parte de los asegurados y comúnmente les hace preguntarse cuál es el punto de tener un seguro.



El seguro no cubre todas las pérdidas

Además de las causas de las pérdidas, existe el hecho de que no todas ellas, independiente de su origen, están cubiertas; algunas deben estar claramente establecidas en el contrato y ser solicitadas como un beneficio adicional en la compra del seguro.

Generalmente estas coberturas adicionales, por su frecuencia o severidad, se ofrecen con sublímites o con deducibles altos. Desafortunadamente, el asegurado no comprende estas restricciones y critica duramente al seguro por ello.

El seguro no cubre a todos

Existe lo que se llama una *brecha de aseguramiento* en todos los países. Está conformada por personas que pueden adquirir una cobertura pero no lo hacen y por aquellos que no podrían adquirir un producto en el mercado porque son considerados altos riesgos.

Ante la ocurrencia de eventos, especialmente de naturaleza catastrófica, estas brechas son cerradas de manera imperfecta por los gobiernos, quienes


terminan asumiendo los costos, que frecuentemente son trasladados a las personas vía impuestos.

El tamaño de la brecha de aseguramiento representa una enorme oportunidad de negocio para los aseguradores, pero ha resultado difícil para la industria penetrar el mercado por las razones expuestas anteriormente.

¿Por qué debemos preocuparnos por estas fallas y cómo salvarlas?

De acuerdo con Rob, las aseguradoras deben atender estos retos en los próximos años. A nivel mundial, los seguros representan una industria de 5 trillones de dólares. Este mercado masivo está atrayendo a nuevos jugadores, casi todos ellos de la industria tecnológica, que están encontrando soluciones a los problemas que se han relacionado y están rompiendo los paradigmas del seguro. Estos futuros competidores se aproximan a los problemas de manera diferente a lo que tradicionalmente ha hecho el sector.

Las aseguradoras deben empezar a usar la tecnología que se está desarrollando en la actualidad para resolver los problemas que siempre han tenido. Se cuenta con telemática, inteligencia artificial, datos históricos, datos en línea, soluciones paramétricas, la cadena de bloques para crear confianza entre las partes, el internet de las cosas, etc.

Estas herramientas constituyen un arsenal que aún no han sido utilizado en todo su potencial por el sector, mientras que otros jugadores están viendo desde fuera el enorme mercado y las oportunidades que hay en él. El futuro espera por un nuevo tipo de aseguradoras; espera por una nueva generación de medición de riesgos, de evaluación del comportamiento del asegurado y de formas de interactuar con él. 



Consulte **las memorias** de la Convención Internacional de Seguros 2020 en:

fasecolda.com/eventos