

1. Introducción

La pandemia del COVID-19 azotó al mundo por sorpresa y ha pasado factura a las personas, las empresas y la economía en general de todo el planeta. Si bien toda la economía mundial se ha visto gravemente perturbada, los clientes de microseguros se han visto particularmente afectados por la crisis mundial. Las aseguradoras se enfrentan a enormes desafíos a la hora de tratar de encontrar la manera de proteger el futuro de miles de millones de hogares y pequeñas empresas de bajos ingresos contra esta nueva crisis. Al mismo tiempo, se enfrentan a repercusiones relacionadas con los costes operacionales que han aumentado debido a las medidas de gestión de la crisis, mientras se van reduciendo las primas cobradas por muchas líneas de negocios.

Recientemente encuestamos a nuestros miembros para evaluar las repercusiones mundiales y las implicaciones del COVID-19 en el caso de los microseguros, conocer las respuestas inmediatas a la pandemia de los aseguradores y los retos y presiones a los que se enfrentan, y si la crisis también ha originado nuevas oportunidades a medio y largo plazo.

El sondeo se concibió para evaluar la situación actual e inspirar un debate más amplio sobre cómo gestionar la crisis y las líneas de errores sistémicos que ha dejado en evidencia, y cómo gestionar estos riesgos emergentes mediante productos de seguros inclusivos que ofrezcan una mayor preparación para el futuro a los consumidores con ingresos bajos y medios-bajos y a las mipymes.

Principales conclusiones

Repercusiones negativas

- Una reducción significativa de la actividad
- Retrasos en las relaciones de asociación y los nuevos acuerdos
- Aumento del riesgo para la reputación

Repercusiones positivas

- Oportunidades para acelerar la digitalización
- Refuerzo de la solidaridad
- Catálisis para la innovación y la creación de resiliencia

2. El marco de la crisis del COVID-19

Enfoque en el caso comercial de los microseguros

La mayoría de los hogares de bajos ingresos no cuenta con seguro. Carecen desesperadamente de medidas formales de gestión de riesgos y de mecanismos de protección social para hacer frente a los posibles riesgos y responder a desastres imprevisibles. Para las micro, pequeñas y medianas empresas, la recuperación de las pérdidas sufridas por el tropezón financiero —o algo aún peor— es en el mejor de los casos difícil, y más frecuentemente resulta fulminante.

Inevitablemente, este segmento de la población está deplorablemente mal preparado para afrontar una pandemia mundial y responder ante ella. El COVID-19 ha generado repercusiones significativas en todo el sector de los seguros, pero particularmente en los microseguros. Dado que el capital en riesgo con respecto a los clientes de bajos ingresos es menor, los aseguradores que prestan servicios a este segmento de consumidores deberían ofrecer paquetes de productos

4. Resultados de la encuesta

Repercusiones en las operaciones

Casi el 75% de los encuestados (15 de 19) informaron de que la crisis ha acelerado la digitalización de sus operaciones. Una persona de una compañía de seguros indicó que los envíos digitales y el autorregistro se han multiplicado por ocho, lo que demuestra el aumento de la demanda de los clientes. Las primas se cobran a través de empresas de transferencia de dinero, y se utilizan métodos y servicios similares para pagar las solicitudes de indemnización. Otro encuestado indicó que su organización está diseñando una aplicación para que los clientes se autorregistren para solicitudes de cuantía menor a una cantidad específica, las cuales de otra manera habrían requerido numerosos justificantes. La mayoría de los encuestados se mostraron orgullosos de su conectividad interna por Internet, su infraestructura basada en la nube y sus sistemas de pago digital que están en funcionamiento, todo lo cual garantiza que la tramitación de pólizas y de solicitudes de indemnización se mantenga tan fluida como antes de la crisis.

También hicieron referencia a su personal que trabaja desde casa (TC), la educación escolar en casa, el aprendizaje por Internet y las reuniones por Internet a través de Skype para negocios, las llamadas VoIP, Microsoft Teams, WebEx, Zoom, TeamViewer, WhatsApp, y el uso de los servicios Meetings y Hangouts de Google. Los encuestados estaban de acuerdo en que su nueva normalidad consiste en operar mediante videoconferencia y formatos virtuales.

En cuanto a los inconvenientes, 11 de los encuestados dijeron que las ventas a través de socios locales eran bajas y mencionaron retrasos en la aplicación de nuevas soluciones y en el desarrollo de nuevas relaciones de asociación debido a los TC. El temor al virus ha reducido drásticamente el número de personas que solicitan préstamos en persona, lo que ha dado lugar a un número cada vez menor de suscripciones en los últimos meses, así como a una reducción del número de solicitudes de indemnización.

Las repercusiones económicas negativas del COVID-19 —cierres y disminución del comercio, el turismo y las remesas— han afectado duramente a los países en desarrollo y a los mercados emergentes. Esta conmoción económica ha afectado considerablemente a los clientes finales de las instituciones de microfinanciación (IMF)³, que dependen en gran medida de la actividad no estructurada y han tenido dificultades para mantenerse al día con los reembolsos de los préstamos. Se ha observado un descenso en la actividad de las IMF: la mayoría de los proyectos se han suspendido o se han retrasado a medida que las IMF han pasado al modo de supervivencia. Un encuestado explicó que los desembolsos y los préstamos de ahorros se han suspendido a menos que puedan realizarse digitalmente. Otro entrevistado dijo que sus socios de distribución, en este caso centros comerciales y puntos de venta, habían sido cerrados casi por completo.

Los programas de investigación y los lanzamientos de productos también se han retrasado. La prohibición del contacto directo y de los viajes ha imposibilitado realizar análisis sobre el terreno, generar nuevos negocios, difundir investigaciones, intercambiar con las partes interesadas y realizar actividades de divulgación de las maneras que se han considerado más eficientes durante mucho tiempo.

Por el lado positivo, tres encuestados sostuvieron que el COVID-19 ha generado un contexto

³ Instituciones de microfinanciación

favorable para la era pospandémica, principalmente debido a la mayor demanda manifiesta de microseguros por parte de los sectores vulnerables y a un proceso de educación financiera forzada de la población que ahora tiene que utilizar aplicaciones y monederos digitales para realizar pagos. Afirmaron que se han producido muchas nuevas suscripciones asociadas al COVID-19. Más específicamente, un encuestado dijo que las ventas aumentaron entre un 40% y un 50% por agente debido al aumento de la demanda de seguros.

Solo dos encuestados informaron de que las repercusiones en las operaciones fueron muy escasas y dijeron que el trabajo a distancia, por ejemplo, ya formaba parte de su cultura y modelo empresarial antes.

Caso comercial existente para los microseguros

La mayoría de los encuestados (casi el 85%) confirmó que los microseguros de salud y de indemnización por hospitalización que cubren los gastos médicos hasta cierto punto ya protegen a los consumidores emergentes, los hogares de bajos ingresos y las mipymes de algunos de los riesgos de pandemia.

Menos de la mitad de los entrevistados informaron de que las aseguradoras ya ofrecen protección de los ingresos en los mercados emergentes (para consumidores emergentes) o que se dispone de teleconsulta. Menos del 20% de los encuestados informaron de la disponibilidad de un seguro de interrupción de la actividad comercial para este segmento del mercado, mientras que los profesionales sanitarios de primera línea rara vez tienen un acceso sistemático a un seguro de vida (solo se mencionó un país).

Las aseguradoras están sometidos a presión externa para que ofrezcan alguna forma de conciliación o asistencia a los que sufren por la pandemia y/o sus efectos; en muchos casos, esta presión proviene de los gobiernos nacionales. En un caso, el gobierno estaba presionando a las IMF para que fueran flexibles en cuanto a los reembolsos de los préstamos y siguieran aprobando nuevos, pero omitió completamente a las compañías de seguros en su plan de respuesta.

Dos tercios de los encuestados citaron el comportamiento de los competidores y la sociedad civil como las fuentes de la presión externa. Una pequeña minoría de los encuestados indicó que no había sufrido ningún tipo de presión externa o que cualquier presión que sintieron fue autoinfligida, es decir, en situaciones en las que las pólizas de seguro no excluían la cobertura del riesgo de pandemia.

También hubo pruebas de que las relaciones de asociación se vieron sometidas a presión, y una persona hizo hincapié en la necesidad de equilibrar y gestionar el riesgo para garantizar la supervivencia de los productos, la reputación y la pertinencia después del COVID-19.

Respuesta inmediata

Los profesionales que respondieron han reaccionado de manera masiva ofreciendo nuevos productos de seguros o modificando las condiciones de los existentes para incluir prestaciones que ayuden a los clientes a hacer frente a las repercusiones del COVID-19. En su mayor parte, entre los nuevos productos que se ofrecieron como respuesta —y los que están proyectados— se incluyen indemnización por hospitalización adaptadas para el COVID-19, coberturas específicas para el COVID-19, nuevas ideas de productos disruptivos que aborden específicamente los riesgos

relacionados con el COVID-19, y/o la adición del COVID-19 como una ampliación de los productos existentes, aunque con una cantidad y un alcance de cobertura limitados.

En unos pocos casos, se ha puesto a disposición de las mipymes un seguro de interrupción del negocio con un tope en la duración de la cobertura. De igual modo, se ha ofrecido cierta cobertura de protección de los ingresos a las personas que han perdido su empleo y a las personas que trabajan en sectores muy específicos o en el sector no estructurado.

Las respuestas también se han extendido a los servicios de valor añadido a los socios y clientes. En un caso, se ofreció a los asociados un servicio de concesiones monetarias para ayudarles a sufragar los gastos extraordinarios relacionados con la crisis (equipo de saneamiento, ordenadores portátiles para permitir el trabajo a distancia, campañas de comunicación, etc.). También se ofreció asistencia técnica para ayudar a los asociados a definir y aplicar planes de continuidad de las actividades, proyecciones financieras, reestructuración de cartera, encuestas a los clientes, etc. En otro ejemplo, las aseguradoras estaban proporcionando acceso a consultas médicas por Internet y a las prestaciones de la Red Mundial de Alerta y Respuesta ante Brotes Epidémicos de la OMS para los casos confirmados de COVID-19, y añadiendo las prestaciones relacionadas con el COVID-19 a los seguros de viaje existentes, aunque estas respuestas no estaban dirigidas específicamente a los consumidores emergentes.

Los inversores en instituciones de microfinanzas —que siguen siendo un canal de distribución clave para los microseguros y tienen un papel crucial que desempeñar en mantener el acceso al crédito— también se han comprometido a coordinar el enfoque del sector para proteger tanto a las instituciones de microfinanzas como a sus clientes durante la crisis del COVID-19.

Como se ha señalado anteriormente, se ha acelerado la digitalización y esto ha afectado a los procesos comerciales, incluidas las ventas; las "ventas a distancia" han sustituido a los procesos de "ventas directas". Se ha utilizado todo el espectro de soportes digitales para llegar a los clientes en lo que respecta a solicitudes de indemnización y renovaciones, como correos electrónicos, SMS, llamadas telefónicas, Facebook Messenger, Viber y WhatsApp. En un caso, se había aprovechado Facebook para generar pistas de venta avanzadas mediante publicaciones más frecuentes, combinadas con una comunicación directa mediante un software de centro de llamadas. Las soluciones de InsurTech para la compra y gestión de seguros a través de una aplicación móvil también han pasado al primer plano.

La preparación para el futuro ya está en marcha: como dijo un encuestado, están "engrasando la maquinaria" para estar listos para la recuperación. Esto incluye el análisis de los planes futuros, la revisión de las proyecciones basadas en los escenarios de recuperación y la realización de más investigaciones para comprender la situación y su evolución. También se está prestando atención a la forma de realizar investigaciones en el futuro, a medida que los encuestados exploran nuevas tecnologías para superar algunas de las barreras creadas por las respuestas a la pandemia, como la prohibición de viajar y las normas de distanciamiento social.

Ha aumentado la motivación para colaborar con otros interesados a fin de promover un mayor uso de los seguros para colmar las deficiencias de protección. La situación ha impulsado un cierto grado de examen de conciencia institucional a medida que los equipos y los dirigentes reflexionan sobre lo que pueden hacer para favorecer y apoyar la batalla contra la pandemia. Esto se hace a través de conversaciones, escuchando y conectando a las diversas partes interesadas a través de diversos medios y foros. Más allá de las repercusiones inmediatas sobre la salud, se plantea la cuestión de modelar la conversación mundial a medida que la atención se centra en las

consecuencias económicas a largo plazo y en las repercusiones sobre los modelos sociales, económicos y de desarrollo.

5. Observaciones finales

La encuesta ha sido especialmente significativa para revelar de manera crucial si las aseguradoras están reinventando la rueda o bien acelerando las tendencias que ya estaban en marcha. Ciertamente, la crisis del COVID-19 ha ocasionado una caída en las actividades de las instituciones de microfinanzas, retrasos en la obtención de nuevas asociaciones, retrasos en la aplicación de nuevas soluciones y, en realidad, una reducción del número de solicitudes de indemnización. Por otra parte, ha obligado al sector de los seguros a adaptarse, especialmente en materia de digitalización, a asegurarse de que se ajusten a las expectativas de los clientes, y a ofrecer productos valiosos que los clientes conozcan y comprendan.

Microinsurance Network, Luxemburgo, 15 de julio de 2020

Acerca de Microinsurance Network

Microinsurance Network (MiN), una asociación sin fines de lucro basada en la afiliación, está impulsada por su visión de un mundo en el que las personas de todos los niveles de ingresos sean más resilientes y menos vulnerables a los riesgos diarios y catastróficos gracias a un mayor acceso a instrumentos eficaces de gestión de riesgos. Nuestra misión se focaliza en los consumidores de bajos ingresos. MiN trabaja con una amplia variedad de partes interesadas de todo el mundo para dar prioridad a las necesidades, los intereses y el bienestar de sus beneficiarios finales.