

Estrategias para enfrentar la crisis: lecciones para América Latina

La actual crisis financiera no es ajena al sector asegurador, y aunque según estimaciones del Fondo Monetario Internacional la afectación de la industria del seguro y reaseguro no será considerable y oscilaría entre el 10% y el 5%, lo cierto es que puede considerarse como una gran oportunidad para aprender y poner a prueba la creatividad del sector.

Adaptado por:

Laura Reyes Yunis

Directora Cámara Técnica de Cumplimiento
FASECOLDA

Adaptado por:

Alejandra Díaz Agudelo

Directora Fundaseg - Coordinadora Microseguros
FASECOLDA

Así lo expresaron los presidentes de los gremios de Brasil, Antonio Cassio, Venezuela, Alesia Rodríguez, y de México, Recaredo Arias, al presentar su visión sobre la crisis financiera en Latinoamérica y su impacto en el campo de los seguros, en la pasada Convención de Fasecolda.

Respecto de la crisis, coincidieron en afirmar que América Latina no será ajena a ella, sin embargo en su concepto su capacidad de recuperación será mayor, toda vez que no es el subcontinente el epi-

centro de la misma. En cuanto a las repercusiones sobre los seguros, aclararon que las compañías se han visto afectadas como consecuencia de las inversiones efectuadas y no en desarrollo de su labor de suscripción de riesgos.

No obstante, consideraron que esta época de crisis debe ser percibida por el sector asegurador como una oportunidad de aumentar la cultura de seguro, para lo cual los microseguros y la educación financiera constituyen herramientas decisivas.

Según la opinión de estos expertos, la crisis también debe dejar lecciones, dentro de ellas la más importante es la relacionada con el mejoramiento de la regulación existente.

Microseguros y educación financiera: estrategias frente a la crisis

Países como México y Brasil le apuestan a dar continuidad a sus acciones para fomentar la cultura del seguro, gracias al desarrollo de campañas de comunicación y de programas de educación financiera, los cuales invitan a reflexionar sobre los riesgos y sobre la importancia de la protección.

Esos programas, además de ser una gran inversión para atraer una nueva demanda, son una muy buena estrategia para evitar que, dada la crisis, se desplomen las renovaciones y los hogares y empresas prescindan de los seguros en momentos en los que tiene un mayor sentido estar asegurado.

Sin embargo, ninguna estrategia de tipo mediático o de formación a los potenciales clientes sobre el adecuado manejo de los riesgos y sobre el seguro es suficiente si no va de la mano del desarrollo de productos masivos que logren penetrar en todas las capas de la población, especialmente, en la de menores ingresos. Ésta debería ser también una apuesta de la industria aseguradora en tiempos de crisis. En efecto, en momentos en que se espera una caída de la demanda, incluida la de seguros, se pone a prueba la capacidad de las aseguradoras por mantener sus asegurados y por ganar un nuevo mercado, con productos que respondan a las necesidades de aseguramiento de la población y que estén al alcance de todo tipo de bolsillos.

Con respecto a la necesidad de mantener a los clientes, la industria mexicana del seguro propone

una mayor eficiencia en los procesos de reclamación y agilidad en el pago de siniestros, financiación de las primas, modificaciones a los valores asegurados, de ser necesario, y ajustes temporales a los deducibles.

Por su parte en la estrategia por alcanzar un nuevo mercado, las experiencias de nuestros países cercanos dan muestra de la importancia de promover productos novedosos en sus coberturas, que sean simples, estandarizados, de fácil acceso y de bajo precio como los microseguros, los cuales están dirigidos a ofrecer protección a la población de menores ingresos, quienes de paso son los más vulnerables a los riesgos, entre ellos el del desempleo.

Finalmente cabe mencionar otros esfuerzos que las agremiaciones de Brasil, Venezuela y México vienen haciendo para contrarrestar los efectos de la crisis en los seguros, entre ellos, el desarrollo de nuevos canales que faciliten la masificación de los seguros y el fomento a la obligatoriedad de ciertos seguros.

Lecciones de la crisis: administración basada en riesgos y otras oportunidades

De acuerdo con los representantes de los gremios citados, lo más rescatable de las crisis son sus enseñanzas. Según Recaredo Arias, esta crisis deja como gran legado la necesidad de fortalecer la supervisión, que en nada implica sobrerregular sino mejorar la existente y dar un salto cualitativo a la administración basada en riesgos, lo cual sugiere una gestión integral de los riesgos como el de suscripción, crédito, mercado, liquidez, operativo, primas y el de reservas.

En ese sentido, se deben generar acciones concertadas con las autoridades para la revisión de las

Visión Latinoamérica

reservas técnicas, los requerimientos de capital, las inversiones, el gobierno corporativo y todo aquello que promueva la transparencia, el control, la responsabilidad y las buenas prácticas del mercado.

Bajo la premisa según la cual la adecuada administración de los riesgos reduce la posibilidad de insolvencia, los países de la región le apuestan al modelo de Solvencia II para lograr un equilibrio entre solvencia, rentabilidad, crecimiento y supervisión.

Según Antonio Cassio, Brasil es un ejemplo de cómo un fuerte proceso de suscripción, un mercado sobre reservado y una clara regulación en las inversiones, lo hace menos vulnerable a la crisis, producto de una regulación y una supervisión eficiente, donde hasta el patrimonio de los accionistas se puede ver comprometido por prácticas insanas, lo que les lleva a ser muy rigurosos en la operación del negocio.

Para la Cámara de Aseguradores de Venezuela el reto, como agentes receptores de riesgos, es hacer una buena gerencia de los mismos, pues esa es la garantía que tiene el regulador, el supervisor, pero sobre todo el cliente, y lo que a largo plazo genera confianza en la industria.

Finalmente, más allá de las lecciones de la crisis, lo que sin duda queda al final son importantes oportunidades que la industria del seguro debe capitalizar. Para las asociaciones de seguros de Brasil y México las perspectivas sobre el futuro son positivas y coinciden en afirmar que una vez finalizada la crisis el aumento de la demanda por seguros será inminente, pues quienes la sufrieron de cerca tendrán una mayor aversión a los riesgos, y es allí donde las soluciones de seguros deberán estar atentas a responder a demandas de aseguramiento cotidianas y complejas que tendrán que ser aprovechadas con innovación y creatividad, ello motivado por un incremento en la conciencia sobre la adecuada administración de los riesgos.

Conclusión

Tanto desde la perspectiva de las estrategias para afrontar la crisis, como de las lecciones respecto de la regulación, el papel del gremio como representante de las aseguradoras es vital, toda vez que es un dinamizador de los procesos de profundización de la cultura del seguro, además de ser un actor fundamental en la construcción de la regulación del sector.



Alesia Rodríguez
Presidente de la Cámara de Aseguradores
de Venezuela

Recaredo Arias
Presidente de la Asociación Mexicana de
Instituciones de Seguros

Antonio Cássio dos Santos
Vicepresidente de Fenaseg, Brasil