

Resultados de la encuesta lanzada por PartnerRe a nivel mundial

Impacto del Covid-19 en el sector de los Seguros de Vida y Salud

Información sobre la encuesta

PartnerRe

Se trata de la primera encuesta de Covid-19 en la que se pregunta directamente a los expertos del sector de los seguros de Vida y Salud de todo el mundo por su opinión. Se realizó durante la segunda quincena de enero de 2022.

Estamos muy agradecidos a los 212 encuestados de América del Norte (EE.UU. y Canadá), América Latina (LATAM), Asia-Pacífico (APAC), Europa, África y Oriente Medio, que amablemente han dedicado su tiempo a completar esta encuesta.

En el siguiente informe presentamos una opinión de mercado imparcial y fundamentada para ayudar al sector a planificar el futuro.



John Mok

CEO Life & Health Asia Pacific
john.mok@partnerre.com



Chris Shanahan

Director General de North America Life
chris.shanahan@partnerre.com



Kevin O'Regan

CEO Vida y Salud EMELA
kevin.oregan@partnerre.com

Para más información sobre nuestras soluciones de riesgo de Vida y Salud: partnerre.com/risk-solutions/

Presentación ejecutiva

PartnerRe



Marc Archambault
CEO Vida y Salud

El impacto de la pandemia Covid ha sido grave y generalizado. Con la alta tasa de transmisión de Omicron y la vacunación generalizada, nos hemos tomado un momento para averiguar lo que piensan los expertos del sector de Vida y Salud de todo el mundo sobre el impacto del Covid en el sector y lo que depara el futuro.

Los resultados muestran, en general, que ya se han producido cambios considerables y que hay una expectativa de nuevos cambios, desde el aumento de la incidencia de los siniestros, pasando por la aceleración de la transformación digital y soluciones analíticas para mejorar aún más la experiencia del cliente, hasta un panorama de productos en continua evolución. Se considera fundamental aprovechar el impulso del cambio y la mayor concienciación global sobre la necesidad de protección. No hacerlo sería perder una oportunidad.

Espero que este informe sea de su interés y que le sirva de apoyo a la hora de planificar el futuro. En PartnerRe, tenemos una visión clara a medio y largo plazo de cómo el Covid afectará a la suscripción y a los siniestros, así como capacidades analíticas de primer orden que están apoyando a nuestros clientes con la digitalización y con soluciones innovadoras de modelos predictivos, incluso para acelerar la suscripción y la gestión de siniestros. Póngase en contacto con nosotros si desea obtener más información sobre cómo podemos ayudar a su negocio a tener éxito en estos tiempos llenos de nuevos desafíos.

Resumen de contenidos

PartnerRe



- 1. Impacto en la suscripción, los precios y los siniestros** 5-10
- 2. Expectativas de los canales de distribución y necesidades de los clientes** 11-13
- 3. Cambios en los procesos de la empresa, las necesidades de los clientes y las estrategias** 14-25
- 4. Principales oportunidades del sector** 26-28
- 5. Principales amenazas del sector** 29-32



1. Impacto en la suscripción, los precios y los siniestros

Principales conclusiones de esta sección



El mercado está dividido a partes iguales sobre si una contracción previa de Covid-19 debe ser un factor de suscripción, pero hay más claridad (el 64% está de acuerdo) que el estado de vacunación es un factor de diferenciación.



El 65% cree que los precios no deberían verse afectados por un contagio anterior, y a pesar de que la vacunación es un elemento diferenciador para la suscripción, la mitad de los encuestados tampoco cree que deba afectar a los precios.



El 75% está de acuerdo en que habrá un aumento a largo plazo de la incidencia de la mortalidad y en los siniestros de enfermedades graves.



El 54% espera que el producto de invalidez sufra un aumento a largo plazo de la incidencia de los siniestros debido al Covid. El 29% espera que se produzcan más reclamaciones por incapacidad y que estas se alarguen.



Nuestro análisis más profundo de los resultados de la encuesta identificó una correlación entre los que están de acuerdo en que la contracción previa y/o el estado de vacunación deberían ser un diferenciador para la suscripción o la fijación de precios, con los que esperan un aumento a largo plazo de la incidencia de los siniestros de mortalidad, enfermedades graves y/o invalidez.

¿Cree que las aseguradoras deberían poder diferenciar la suscripción médica de un solicitante en función de:

¿Contracción previa de Covid-19?



Como indicación de la incertidumbre existente en torno al impacto del Covid en la salud a largo plazo, los encuestados se mostraron al 50% en cuanto a si una contracción anterior debería ser un factor de riesgo de suscripción.

Por el contrario, hubo un consenso mucho más claro en cuanto a que el estado de vacunación influye en la salud del solicitante y, por tanto, es un factor de riesgo importante para el futuro.

¿Estado de vacunación?



¿Cree que las aseguradoras deberían poder diferenciar los precios en función de:

¿Contracción previa de Covid-19?



La mayoría de los encuestados considera que la contracción previa de Covid no debería repercutir en los precios, aunque el 51% opina que es un factor de riesgo (página 6).

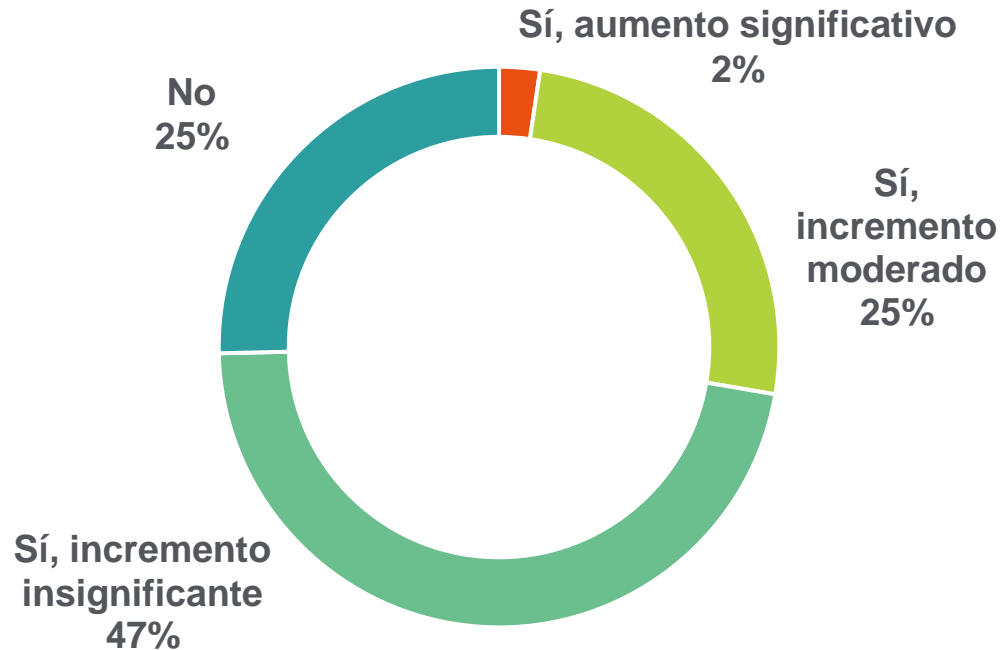
Del mismo modo, a pesar de que existe un claro consenso en que el estado de vacunación es un factor de riesgo (página 6), no todos los que piensan así lo trasladan a la tarificación. Un encuestado señaló que, en lo que respecta a la contracción y la vacunación, "las disminuciones a grandes rasgos o los aumentos de precios que impiden la cobertura, aunque sean fáciles, reducen aún más la agrupación del riesgo y no benefician a los clientes ni a la sociedad". Otro señaló que hacer esto sería una mala publicidad para la industria.

¿Estado de vacunación?



Nuestro análisis más profundo de los resultados mostró que, de los que consideraban que el estado de vacunación debería influir en los precios, los encuestados con funciones directivas eran los más propensos a estar de acuerdo, y los encuestados de América* eran los más unánimes al respecto.

¿Cree que la pandemia Covid-19 tendrá un impacto a largo plazo en la incidencia de los siniestros de mortalidad?



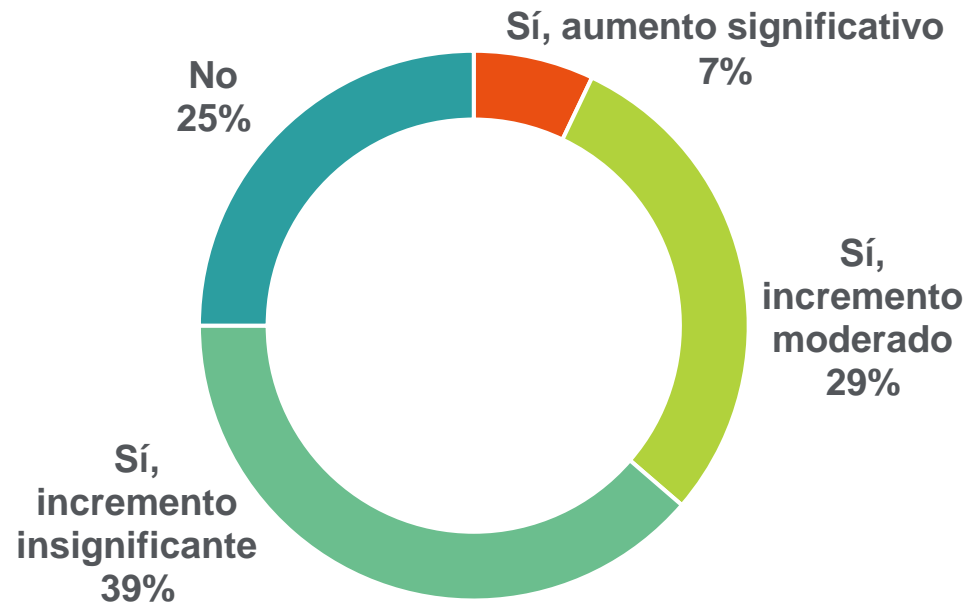
El 75% cree que sí, que habrá un aumento a largo plazo de la incidencia de los siniestros de mortalidad, aunque la mayoría espera que este aumento sea insignificante.

Es probable que la expectativa de un aumento ligero refleje la anticipación de que la tendencia al alza de la mortalidad que está surgiendo ahora - es decir, la sobre mortalidad por las muertes directas por Covid e indirectamente por los retrasos en el diagnóstico y el tratamiento de otras enfermedades - mejore con el tiempo y luego se estabilice en los niveles anteriores.

Sin embargo, una cuarta parte de los encuestados respondió "Sí, aumento moderado", lo que indica la necesidad de vigilar este apartado con atención. Además, muchos encuestados incluyeron la incertidumbre sobre los impactos de la mortalidad como una amenaza clave para la industria (páginas 29-32).

Nuestro análisis más profundo de los resultados mostró que los encuestados de América* tuvieron el mayor porcentaje de respuestas afirmativas (en todos los niveles de "sí") a esta pregunta en comparación con otras regiones del mundo.

¿Cree que la pandemia Covid-19 tendrá un impacto a largo plazo en la incidencia de los siniestros de enfermedades críticas?



En resultados idénticos a los del impacto esperado sobre la incidencia de los siniestros de mortalidad (página 8), el 75% espera que haya un aumento a largo plazo de la incidencia de los siniestros de enfermedades críticas, aunque el porcentaje que espera que el aumento sea significativo o moderado fue ligeramente superior al de la mortalidad.

Una vez más, la razón más probable para las expectativas de aumento ligero es que se espera que el aumento sea de corta duración, y que la incidencia se ajustará después, es decir, a largo plazo, a los niveles anteriores.

En cuanto al impacto esperado en la incidencia de los siniestros de enfermedades graves, los encuestados de América* tuvieron el mayor porcentaje de respuestas afirmativas (en todos los niveles de “sí”).

¿Cree que la pandemia Covid-19 tendrá un impacto a largo plazo en las reclamaciones por invalidez?



Una vez más, la mayoría, en este caso el 61%, espera que el Covid tenga un impacto a largo plazo en las reclamaciones por incapacidad, principalmente un aumento de la incidencia de las reclamaciones (54%). El hecho de que el 29% espere tanto una mayor incidencia como una mayor duración de las reclamaciones por incapacidad es significativo.

Muchos encuestados incluyeron la incertidumbre sobre el impacto del Covid en la invalidez como una amenaza clave para la industria (páginas 29-32).

2. Expectativas de los canales de distribución y necesidades de los clientes

Principales conclusiones de esta sección

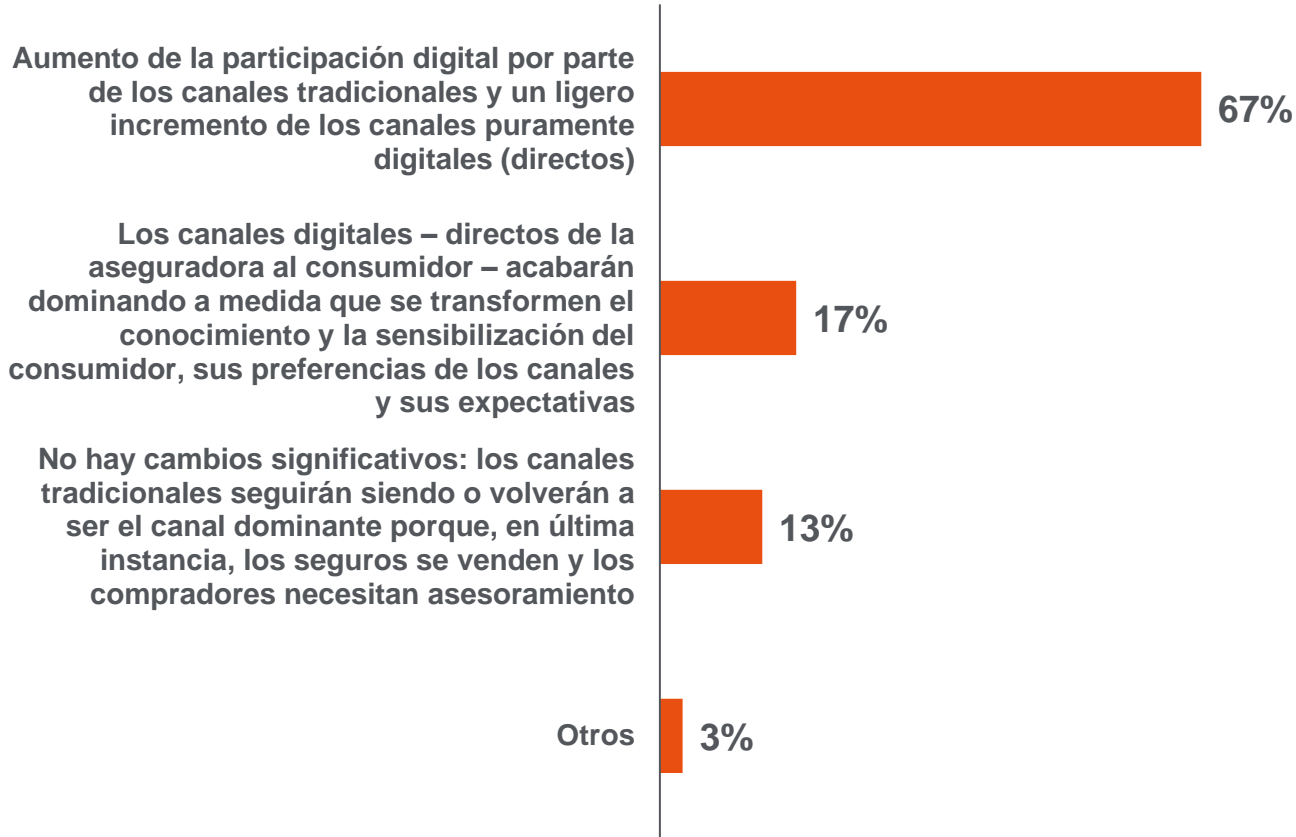


La expectativa es que se produzca un cambio hacia la distribución digital: el 84% considera que la importancia de lo digital es cada vez mayor. Aunque la mayoría lo ve principalmente como una mayor digitalización de los canales tradicionales, casi uno de cada cinco encuestados espera que los canales digitales dominen. Curiosamente, en los comentarios realizados sobre las principales amenazas y oportunidades del sector (páginas 26 a 32), la digitalización se considera una oportunidad clave (para satisfacer las expectativas de los clientes) y también una amenaza clave (si no se implementa y debido a que un mercado digitalizado fomentará una nueva competencia digital).



El 59% espera que las necesidades de los clientes cambien de alguna manera; de ellos, la mayoría espera un aumento de los productos que se adaptan a los marcos de gestión de la salud.

¿Cómo cree que cambiará el entorno de la distribución como consecuencia de Covid-19? Seleccione una respuesta.

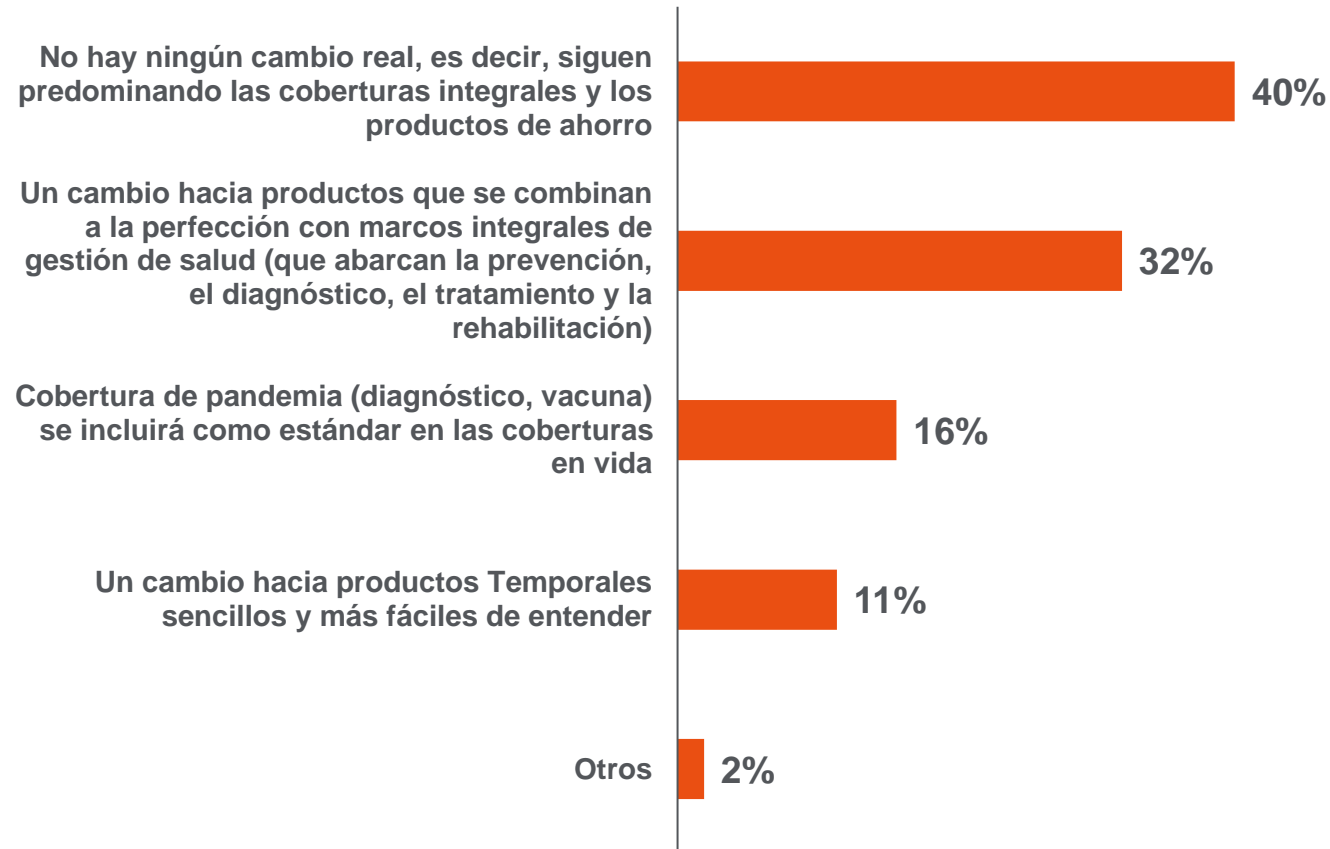


Los encuestados de todas las regiones del mundo coinciden en que el Covid está impulsando un cambio en el entorno de la distribución hacia las soluciones digitales. La mayoría ve este cambio como un aumento de la digitalización de los canales tradicionales: mientras navegamos por la pandemia, la relevancia y el valor de los asesores tradicionales para los seguros siguen siendo claros y fuertes. El hecho de que el 17% vea que los canales digitales acabarán dominando es significativo para el sector.

En los comentarios, varios encuestados señalaron que se espera una proporción del 50% entre los canales tradicionales y los digitales. Otros señalaron que el Covid no está impulsando, sino acelerando, un aumento de las soluciones digitales que ya estaba en marcha.

Curiosamente, los encuestados consideran que la digitalización es tanto una oportunidad clave para el sector (expectativas de los clientes) como una amenaza (complacencia, competidores digitales) (páginas 26 - 32).

¿Cómo cree que cambiarán las necesidades de productos de los clientes como resultado de Covid-19? Seleccione una respuesta.



El 59% espera que el panorama de los productos cambie de alguna manera como resultado del Covid, con productos que encajen en los marcos de gestión de la salud a la cabeza. El 40% restante espera que se mantenga el statu quo, es decir, que los productos tradicionales sigan teniendo valor, siendo los encuestados estadounidenses estar más de acuerdo en este punto.

Puede que el Covid no esté impulsando un cambio radical, pero sin duda está teniendo un impacto y las aseguradoras tendrán que asegurarse de que sus soluciones satisfacen el nuevo espectro de necesidades de los clientes.

3. Cambios en los procesos de la compañía, las necesidades de los clientes y las estrategias

Principales conclusiones de esta sección

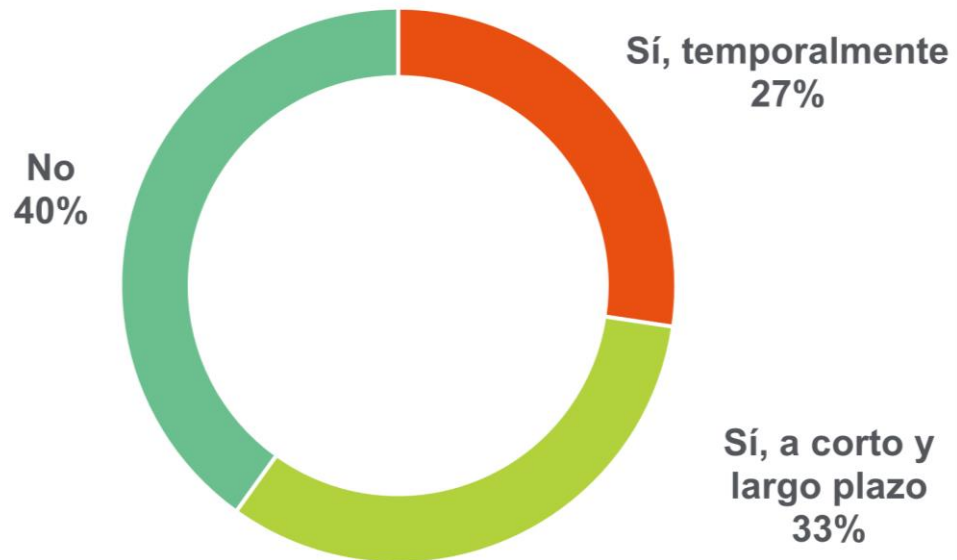


El 60% ha realizado cambios en sus procesos de suscripción y venta, y el 33% afirma que los cambios no son sólo temporales. Los cambios a largo plazo son principalmente los que mejoran la experiencia del cliente, sobre todo la digitalización y la suscripción automatizada.



La mayoría -el 65%- no ha ajustado su estrategia de innovación de productos y el 50% no ha ajustado su estrategia con respecto a las nuevas herramientas y fuentes de datos -esto puede parecer sorprendente, pero los comentarios indican que esto se debe a que muchos ya estaban implementando una mayor digitalización y estrategias de suscripción aceleradas- El Covid simplemente ha acelerado este cambio.

¿Han cambiado sus procesos de suscripción o venta debido al Covid-19?



El 60% ha introducido cambios en sus procesos de suscripción y venta, y el 33% afirma que los cambios realizados serán a largo plazo.

Hubo diferencias regionales. En América del Norte se produjeron la mayoría de los cambios: en Canadá, por ejemplo, el 88% de los encuestados respondió "Sí, a corto y largo plazo".

Los comentarios (véanse las dos páginas siguientes) indicaron que, en los casos en los que se han introducido cambios, éstos tienden a ser de naturaleza similar: un cambio acelerado hacia las ventas digitales y la comunicación con los clientes, la introducción de cuestionarios Covid, restricciones en las edades más avanzadas, la aceleración de la suscripción y productos más sencillos. Se espera que algunos de estos cambios persistan a largo plazo, principalmente los que representan una mejora para el cliente.

¿Han cambiado sus procesos de suscripción o venta debido al Covid-19?



Sí, temporalmente - Ejemplo de comentarios

"Aumento de las ventas a través de canales remotos". (Europa)

"En la suscripción, hemos incluido preguntas adicionales en el cuestionario médico. En los procesos de venta, hemos aumentado la comunicación digital con los clientes". (Europa)

"Restricciones temporales a las edades inferiores y superiores" (EE.UU.)

"Durante el cierre la distribución cambió a Zoom, pero desde entonces se ha normalizado en su mayor parte". (EE.UU.)

"La suscripción se reforzó inicialmente debido a efectos desconocidos, pero la mayoría se ha revertido ahora". (LATAM)

"El cuestionario COVID es ahora obligatorio". (África)

"Se hacen preguntas específicas de Covid-19 en la entrega de la póliza y la posible cancelación de la misma con la posibilidad de volver a solicitarla 30 días después del diagnóstico". (Canadá)

"En el proceso de suscripción detallado, se está solicitando una prueba de vacunación". (LATAM)

"Durante el cierre, reducción de las preguntas médicas adicionales, sustitución del examen (médico) por la solicitud de documentos en posesión del asegurado". (Francia)

"Alternativas utilizadas en lugar de laboratorios y restricciones en edades avanzadas y personas con comorbilidades". (EE.UU.)

¿Han cambiado sus procesos de suscripción o venta debido al Covid-19?



Sí, a corto y largo plazo - Ejemplo de comentarios

"Nos estábamos volviendo más digitales y Covid ha aumentado la velocidad de esa tendencia". (Canadá)

"A corto plazo, la mayor parte de la interacción con los clientes se realiza en línea, en lugar de cara a cara (F2F face-to-face en inglés). A largo plazo, volverá a haber algo de F2F, pero no al mismo nivel (que antes de Covid), ya que el formato en línea se ha normalizado". (Canadá)

"Adopción de límites no médicos más altos debido a Covid como cambio permanente". (Canadá)

"Los programas de suscripción acelerada han evolucionado rápidamente". (Canadá)

"Requisitos de suscripción adaptados para reconocer la dificultad de completar los exámenes de seguros. Haber proporcionado más soluciones digitales para asesores y clientes". (EE.UU.)

"Desarrolló un nuevo programa de suscripción racionalizado/acelerado para 18-45 años y menos de 1 millón de dólares". (EE.UU.)

"Lo digital ha tomado el relevo y el enfoque en la suscripción no médica es el punto clave". (Canadá)

"Algunos cambios se convertirán en permanentes, ya que constituyen una mejora de la experiencia del cliente". (Canadá)

"Hay que ser súper sencillo en el discurso de ventas para cerrarlas más rápido". (Japón)

"Suscripción de más clientes sin los tradicionales exámenes de seguros y laboratorios". (EE.UU.)

"Las preguntas de Covid-19 son un apartado importante en nuestra solicitud y en las entrevistas telefónicas. Nos interesa especialmente saber si hay secuelas o complicaciones". (LATAM)

"Restricciones de edad y calificación a determinadas edades. Aumento de la cantidad en el programa acelerado y adición de más elementos de datos, es decir, datos de reclamaciones médicas". (EE.UU.)

"Mayor cuidado en las exclusiones y especialmente en la cobertura de pandemias". (Europa)

"Tenemos restricciones de edad y clase de riesgo que son de carácter temporal, pero también hemos pasado a un enfoque de suscripción más acelerado que requiere menos intervención física. Creo que el cambio hacia la aceleración será duradero". (EE.UU.)

¿Han cambiado las exigencias/expectativas de sus clientes debido al Covid-19?



El 44% ha experimentado un cambio en las demandas/expectativas, pero un significativo 56% no. Por regiones, los encuestados de Europa son los que más coinciden en que las exigencias no han cambiado.

Los comentarios (véase la siguiente página) indican que la evolución de las expectativas de los clientes refleja muchos de los cambios en las ventas y la suscripción que ya se están llevando a cabo por las compañías encuestadas, es decir, Comunicaciones y procesos comerciales simplificados y digitalizados, y una suscripción más rápida. El 56% de "No", por tanto, refleja probablemente el hecho de que el Covid no ha provocado estos cambios en las expectativas, que ya existían, sino que ha acelerado la necesidad de implementar soluciones para ellos. Se espera que los cambios en estas áreas se mantengan a largo plazo.

Los encuestados también mencionaron que los clientes esperan contar con la cobertura de Covid. Otro punto clave es que el Covid ha aumentado la concienciación sobre la necesidad de los seguros.

¿Han cambiado las exigencias/expectativas de sus clientes debido al Covid-19?

¡ Sí - Ejemplo de comentarios

"Nuestros clientes quieren un nuevo proceso electrónico más simplificado y sin que sea "cara-a-cara", que incluya menos requisitos de suscripción, reuniones virtuales con sus asesores y firmas electrónicas." (Canadá)

"Mayores expectativas digitales. Mayor conciencia de la necesidad de los seguros". (Canadá)

"Los clientes quieren procesos más rápidos y menos invasivos". (EE.UU.)

"Solicitudes específicas de cobertura Covid" (LATAM)

"Mayor atención a los productos de protección de la salud y a la protección de antigüedad". (Europa)

"Más demanda de prestaciones sanitarias que de muerte". (Corea)

¿ Qué tendencia espera? - Ejemplos de comentarios

"Continúa la tendencia hacia las solicitudes electrónicas y la suscripción sin requisitos médicos tradicionales". (EE.UU.)

"El alto índice de adopción de soluciones digitales continuará después de la pandemia". (Canadá)

"Continuación de las mejoras en el nuevo proceso de negocio: más digitalización y menos requisitos de suscripción. Esto llevará a más análisis de datos y modelos predictivos". (Canadá)

"Unas especificaciones del producto más claras que no dejen lugar a discusiones sobre la cobertura. Exclusiones claras". (Europa)

¿Ha influido la pandemia Covid-19 en la estrategia de su compañía en cuanto a la innovación de productos?



Aunque el 59% prevé algún tipo de cambio resultante en las necesidades de productos de los clientes (página 13), la mayoría de las compañías encuestadas no están ajustando sus estrategias de innovación de productos.

Los comentarios realizados (véase la siguiente página) indican que para muchos no se ha producido ningún cambio en su estrategia porque esta ya estaba/está en un camino sólido que incorpora los impactos del Covid y las expectativas cambiantes de los clientes; el único cambio es que el Covid ha acelerado la implementación, por ejemplo, de una mayor digitalización y suscripción automatizada.

Los comentarios también destacan una serie de cambios de cobertura relacionados con el Covid, por ejemplo, la cobertura de pandemias y soluciones de salud mejoradas.

¿Ha influido la panCovid-19 en la estrategia de su compañía en cuanto a la innovación de productos?

Sí - Ejemplo de comentarios

"Creo que el Covid ha acelerado la aplicación de estrategias más que ha creado otras nuevas, pero es innegable el enfoque en la suscripción automatizada y los productos simplificados." (EE.UU.)

"Pruebas menos invasivas, explorar nuevas fuentes de datos en lugar de los requisitos tradicionales, la innovación del producto incluirá una suscripción más continua y el compromiso del cliente durante toda la vida de la póliza". (Canadá)

"Más énfasis en la obtención de capacidades digitales antes de lo previsto". (EE.UU.)

"Todavía se está debatiendo, pero se está avanzando hacia la cobertura del ciclo de vida/prestaciones vitalicias". (EE.UU.)

"Ofrecer más protección frente a enfermedades de tipo pandémico, incluyendo una mayor protección de salud y antigüedad de cobertura". (Japón)

"Atención a las garantías". (Francia)

"Ampliación del seguro médico para ancianos y enfermos". (Corea)

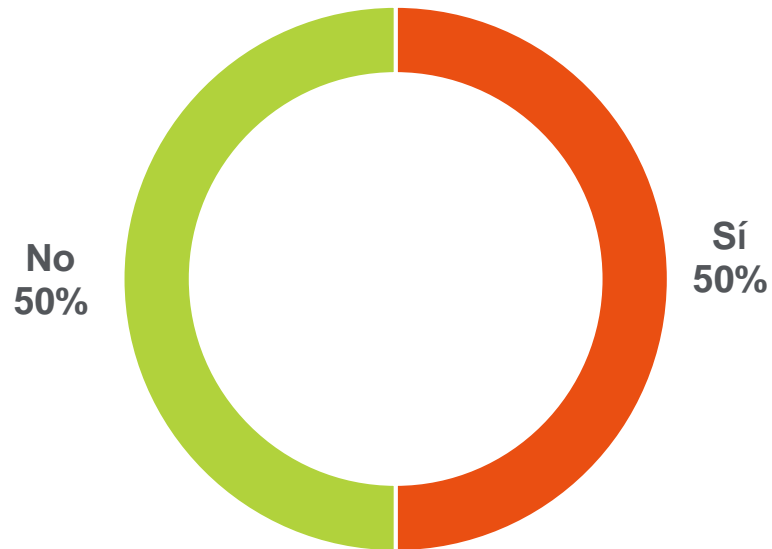
"Menos clases de riesgo (preferentes) para apoyar límites no médicos más altos; simplificación de la oferta de productos". (Canadá)

"Más atención a la prevención, el bienestar y las oportunidades más allá de los seguros". (Europa)

"Asegurar la cobertura de las pandemias". (Francia)

"Hemos desarrollado un producto que puede distribuirse en línea sin contacto físico con el agente, el médico o el laboratorio. Este es el futuro del sector de los seguros". (LATAM)

¿Ha influido el Covid-19 en la estrategia de su compañía de cara al futuro con respecto al uso de nuevas herramientas/fuentes de datos?



Encontramos un mercado perfectamente dividido. Dado que la digitalización y la suscripción automatizada ya estaban en marcha para muchos encuestados antes del Covid, la aceleración de la implementación del Covid en estas áreas no se considera un cambio de estrategia.

Los comentarios (véase la siguiente página) incluyen la recopilación de datos de suscripción y siniestros más granulares, el paso a datos de suscripción no invasivos y la aceleración de la modelización predictiva.

¿Ha influido la pandemia Covid-19 en la estrategia de su compañía de cara al futuro con respecto al uso de nuevas herramientas/fuentes de datos?

II Sí - Ejemplo de comentarios

"Obtención de datos más granular". (Japón)

"Más atención a la analítica de datos y a los modelos predictivos". (Canadá)

"Acelerar el desarrollo del análisis predictivo". (Canadá)

"Con el impulso de la suscripción acelerada, esto nos ha empujado a considerar fuentes de datos alternativas para ayudar a la modelización". (Canadá)

"Invertir más en servicios digitales/herramientas de autoservicio y en gestión y validación no "presencial" (cara-a-cara)". (Canadá)

"Datos de siniestros más detallados". (Europa)

"La pandemia ha impulsado la innovación tecnológica en todos los aspectos". (Francia)

"Sí, centrado en fuentes médicas no tradicionales". (EE.UU.)

"La herramienta y las fuentes de datos que pueden eliminar los retrasos/requisitos manuales son el centro de atención". (EE.UU.)

"Más énfasis en las fuentes de datos de suscripción no invasivas (EHR electronic health record en inglés, datos médicos)". (EE.UU.)

¿Ha influido la pandemia Covid-19 en la estrategia de su compañía de cara al futuro con respecto a otros aspectos de sus operaciones comerciales y/o productos?



De nuevo, vemos un mercado bastante dividido. Parece que para muchos, la innovación y las nuevas herramientas y fuentes de datos son las principales áreas de impacto.

Los comentarios (véase la siguiente página) identificaron otras áreas de impacto estratégico, principalmente relacionadas con los empleados: las compañías se han adaptado al trabajo a distancia y esperan que esto se mantenga, pero también ven desafíos en torno a eso. También se identificó como resultado la necesidad de encontrar nuevas eficiencias operativas.

¿Ha influido la pandemia Covid-19 en la estrategia de su compañía de cara al futuro con respecto a otros aspectos de sus operaciones comerciales y/o productos?

” Sí - Ejemplo de comentarios

"Se han acelerado los acuerdos de trabajo flexible". (Japón)

"La rotación de personal ha sido baja durante la pandemia. Espero que ahora aumente, lo que supone un riesgo para las operaciones comerciales y la ejecución de la estrategia." (Francia)

"Aumento del trabajo a distancia". (Europa)

"La pandemia ha cambiado los negocios tal y como los conocemos, desde las reuniones en persona, las comunicaciones, los beneficios, etc.". (EE.UU.)

"Permitir a los empleados trabajar desde casa ha sido un gran reto para nuestra empresa, pero ha resultado ser un cambio productivo". (EE.UU.)

"El Covid ha tenido una gran repercusión en la actividad diaria. En particular, en las interacciones entre colegas, pero también en la relación entre el colaborador y la dirección. Una evolución negativa, cuyas repercusiones sociales aún no pueden medirse". (EE.UU.)

"Eficiencia operativa en los sistemas (árboles de decisión)". (LATAM)

4. Principales oportunidades del sector

Principales conclusiones de esta sección



La aceleración de la pandemia en la **digitalización** de las ventas, la suscripción (incluidas las fuentes de datos alternativas y la suscripción acelerada) y los servicios, fue lo más destacado. Estos cambios mejoran sustancialmente la experiencia del cliente. Mantener esta tendencia se considera una oportunidad de cambio crítica para el sector y decisiva para la futura supervivencia del mismo.



La mayor conciencia de riesgo de mortalidad y morbilidad de la población, así como la **mayor conciencia de la necesidad y el valor de los seguros**, fue considerada por muchos como una oportunidad clave. El sector se encuentra ahora en una posición excelente para reducir el déficit de protección.



Otros **ajustes de productos**, como la simplificación de los productos, el aumento de la claridad de la cobertura y la adaptación de los productos al trabajo a distancia, también se consideraron oportunidades clave.

¿Qué oportunidad clave ve para el sector de cara al futuro en relación con la pandemia Covid-19?

"

Ejemplo de comentarios (1 de 2)

"Todas las compañías deben darse cuenta de que la transformación digital es clave en este momento: no debemos considerar esto solo como un "nice-to-have" (extra opcional). (EE.UU.)

"El impulso a la digitalización y más opciones de autoservicio". (Canadá)

"Inversiones en tecnología para obtener datos en tiempo real para tomar decisiones rápidas". (EE.UU.)

"Acelerar el uso de datos nuevos y existentes para evaluar el riesgo". (Canadá)

"Más análisis de datos gracias al proceso digital. " (Canadá)

"Digitalizar todo el recorrido del cliente y todos los procesos de "back-end" para que cualquier interrupción futura no tenga ningún impacto en las operaciones. " (Europa)

"Agilizar la gestión/suscripción al tener más en cuenta las declaraciones de los asegurados y no buscar documentos de soporte". (Francia)

"Llevamos la suscripción automatizada a otro nivel: nos alejamos de las tablas de montos y pasamos a un proceso de suscripción más individualizado". (EE.UU.)

" Mantener las ventajas de este entorno remoto, combinándolo al mismo tiempo con interacciones en persona cuando sea apropiado/beneficioso." (EE.UU.)

"Tenemos la oportunidad de ayudar a proporcionar herramientas a nuestros clientes para mantenerlos más sanos y comprometidos con nuestra compañía durante más tiempo. Esto repercutirá favorablemente en la retención y la longevidad". (EE.UU.)

"El seguro de vida, como sector, existe para apoyar a nuestros clientes en tiempos difíciles: este es "nuestro momento de brillar"". (Corea)

¿Qué oportunidad clave ve para el sector de cara al futuro en relación con la pandemia Covid-19?

"

Ejemplo de comentarios (2 de 2)

"El virus ha provocado una mayor concienciación sobre la mortalidad y las enfermedades graves y la necesidad de cobertura en la población general. " (Francia)

"Una mayor conciencia del valor de los seguros de salud y vida en la Generación Z". (EE.UU.)

"Colectivamente, tenemos que aprovechar este momento para impulsar la resolución del déficit de protección. " (Canadá)

"Ofrecer seguros de vida a mercados desatendidos". (EE.UU.)

"Simplificación y legibilidad de las garantías". (Francia)

"Ofrecer una cobertura contra la pandemia podría captar la atención de más clientes y provocar un aumento de las ventas". (Japón)

"Potencial para el desarrollo de productos específicos, por ejemplo, el mercado de viajes es más consciente del riesgo y está revisando la eficiencia de las carteras aseguradas actuales, por ejemplo, soluciones de run-off". (Reino Unido / Irlanda)

"Aprovechamos esta oportunidad para demostrar que estamos verdaderamente centrados en el cliente, proporcionando opciones rápidas y flexibles para ayudar a nuestros clientes en estos momentos difíciles". (Corea)

"Concienciación sobre productos relacionados con la enfermedad y paquetes de productos de bienestar por cambios de estilo de vida; trabajar desde casa, etc." (Israel)

5. Principales amenazas del sector

Principales resultados de esta sección (1 de 2)



La amenaza número uno de los encuestados fue el **impacto desconocido y a largo plazo del Covid sobre la mortalidad, la morbilidad y las reclamaciones por incapacidad**, tanto directamente como indirectamente por el retraso de las pruebas y las cirugías relacionadas con otras enfermedades. Muchos señalaron que el impacto desconocido del Covid a largo plazo sobre las coberturas en vida era una preocupación particular. En relación con esto, otros llamaron la atención sobre la amenaza de que no sea posible aplicar los ajustes de suscripción necesarios por motivos normativos, de relaciones públicas y/o de competencia. Además, si surgen nuevas variantes más agresivas, o variantes para las que no hay vacuna, un sector ya exprimido se vería sometido a una presión considerable.



Otra de las amenazas identificadas fue la de **no adoptar plenamente la digitalización** (o hacerlo mal). Muchos señalaron que si esto ocurre, otros, como los gigantes tecnológicos, llenarán rápidamente el vacío. Sin embargo, varios encuestados vieron la digitalización como una amenaza en sí misma, (1) ya que permite a los nuevos actores digitales entrar más fácilmente en el mercado, y potencialmente en un momento en el que los actores tradicionales están teniendo que endurecer la suscripción; y (2) las ventas cara a cara tienen valor, como vimos en la página 12; y (3) ya que el uso de datos de suscripción alternativos podría aumentar la mortalidad en algunos segmentos.

5. Principales amenazas del sector

Principales resultados de esta sección (2 de 2)



Muchos encuestados señalaron las enfermedades **mentales** como una amenaza. Aparte de las enfermedades mentales debidas a la contracción de Covid, muchos lo relacionaron con la desaceleración económica si la pandemia se prolonga, es decir, con la quiebra de las pequeñas empresas a medida que los gobiernos retiran los planes de apoyo financiero, lo que hace que la gente pierda sus medios de vida.



La desaceleración económica continuada se mencionó no sólo como una amenaza relacionada con la enfermedad mental, sino también en relación con una menor demanda de hipotecas por la reducción de la oferta de viviendas, las cancelaciones de pólizas y la menor capacidad de adquirir productos de seguros.



Varios encuestados señalaron que la **regulación** podría ser una amenaza si no se ajusta a las nuevas normas de riesgo y en relación con la antiselección para las aseguradoras.



Otras amenazas fueron una **inflación médica** mayor de la prevista, un aumento de **la volatilidad** y de las necesidades de capital, y una menor interacción entre los empleados y la generación de ideas vinculada al **trabajo a distancia**.

¿Qué amenaza clave ve para el sector de cara al futuro en relación con el Covid-19?

"

Ejemplo de comentarios (1 de 2)

"Implicaciones inciertas y de largo plazo, por lo que las posibles repercusiones financieras son mayores de lo previsto, lo que podría crear una mayor reducción de la rentabilidad en un mercado que ya opera con márgenes estrechos". (Japón)

"El "Covid a largo plazo" (long-Covid) y el impacto potencial en los productos de coberturas en vida". (Canadá)

"Las repercusiones a largo plazo sobre la mortalidad, la morbilidad y la discapacidad son totalmente desconocidas y podrían provocar un aumento de las reclamaciones en el futuro". (Canadá)

"Las consecuencias a largo plazo sobre la salud de los asegurados: un análisis y seguimiento detallados serán esenciales". (Europa)

"La imprevisibilidad del virus y su duración". (África)

Posible deterioro de la cartera por otras enfermedades: la población lleva dos años sin chequeos médicos, controles, etc." (Europa)

"Los impactos desconocidos de la mortalidad/morbilidad a largo plazo de la infección por Covid (es decir, "long-Covid") y el retraso de los tratamientos/procedimientos médicos que se han tenido durante la pandemia". (EE.UU.)

"Creo que habrá una mortalidad adicional por Covid y existe el riesgo de que nos veamos limitados respecto a poder hacer frente a la mortalidad adicional en términos de nuestras calificaciones". (EE.UU.)

¿Qué amenaza clave ve para el sector de cara al futuro en relación con el Covid-19?

"

Ejemplo de comentarios (2 de 2)

"Lo digital reduce la barrera de entrada y el potencial de disrupción". (APAC – Asia-Pacífico)

"El paso a lo digital hará que otras empresas digitales entren en el mercado". (EE.UU.)

"Complacencia" (Japón)

"La incapacidad de ajustar los modelos de negocio a un mundo cada vez más digital y online. Además, aumento de las reclamaciones relacionadas con la salud mental en caso de que la pandemia se prolongue más allá de 2022 y una reducción importante de la prosperidad de un segmento de clientes en el que se aceleran los fracasos de las pequeñas empresas." (Japón)

"La entrada de [los gigantes tecnológicos] en el ámbito de los seguros, ya que estas empresas disponen de infraestructuras digitales para ofrecer bienes y servicios y ya hacen uso de la modelización predictiva para mejorar la presentación en el mercado y a un menor coste". (Canadá)

"Si las intervenciones del gobierno introducen el riesgo moral". (Europa)

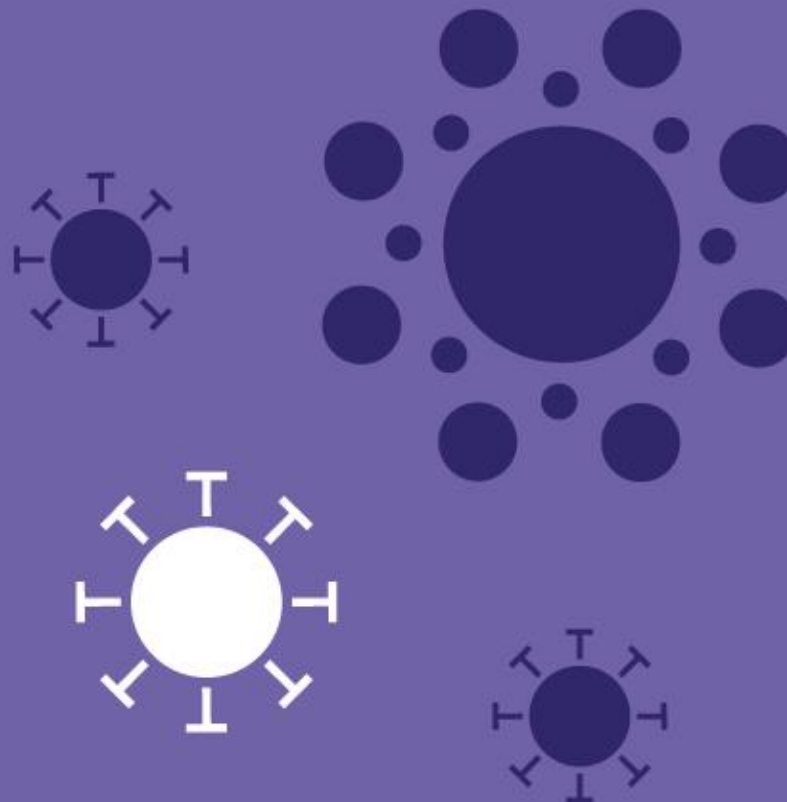
"Debemos gestionar bien los riesgos y sus consecuencias económicas, ya que se trata de un riesgo sistémico". (Europa)

"Ninguna. La mortalidad apenas ha afectado a las carteras debido a la antigüedad de los productos de riesgo de vida y se ha visto compensada por la disminución en la siniestralidad de accidentes como consecuencia de la no movilidad." (Europa)

"Mayor volatilidad y, por tanto, mayores necesidades de capital y rendimientos requeridos". (LATAM)

"Que la pandemia siga extendiéndose en los próximos años y el sector asegurador no sea capaz de diversificar ese riesgo". (LATAM)

"La falta de requisitos generados por el seguro, como exámenes y pruebas de laboratorio, nos expondrá a una mortalidad adicional en determinados segmentos (edades más jóvenes, consumo de alcohol y drogas, antecedentes no admitidos o desconocidos)". (EE.UU.)



Editor: Dra. Sara Thomas, PartnerRe;
sara.thomas@partnerre.com

La información contenida en este informe puede ser reproducida sin consentimiento escrito. No obstante, se ruega incluir siempre la referencia: *PartnerRe Worldwide Survey Results - Impact of Covid-19 on the Life & Health Insurance Industry (Resultados de la encuesta mundial de PartnerRe – Impacto de Covid-19 en el sector de los Seguros de Vida y Salud)*; PartnerRe, 2022.

El material y la información a los que se hace referencia y que están contenidos en este documento se han elaborado a partir de fuentes que se consideran fiables. Sin embargo, no se ha investigado ni verificado la exactitud e integridad de dicho material e información. PartnerRe no hace declaraciones ni ofrece garantías (expresas o implícitas) en cuanto a la exactitud o integridad de este material o información, ni acepta ninguna responsabilidad legal al respecto. Este material e información no debe interpretarse como asesoramiento comercial, de gestión de riesgos o jurídico, ni como opinión legal.