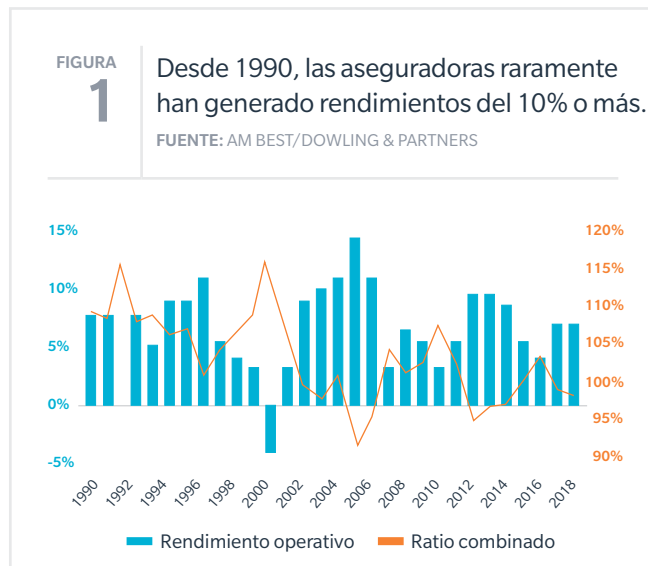


Gestionar las renovaciones en un mercado desafiante

El mercado mundial de los seguros se caracteriza por largos ciclos de primas decrecientes o estables, interrumpidos por breves períodos de aumento de los precios y restricciones de la cobertura. Durante más de una década, a partir de mediados de 2000, el rendimiento financiero de las aseguradoras comerciales estuvo impulsado en gran medida por los ingresos de las inversiones que compensaban el modesto rendimiento de las suscripciones. La capacidad en todas las líneas era abundante, lo que ayudó a mantener los precios bajos y, en general, proporcionó a las aseguradoras rendimientos operativos de medio dígito (véase la Figura 1). Durante este tiempo, los precios de los seguros disminuyeron constantemente, incluso en medio de un importante crecimiento económico y empresarial.



Sin embargo, a finales de 2017 y en 2018, los precios de los seguros comerciales comenzaron a aumentar. Y en 2019, el mercado comenzó una rápida transición impulsada por el aumento de la gravedad y la frecuencia de las reclamaciones. A nivel mundial y en todas las líneas principales, los precios de los seguros comerciales aumentaron un 19% de media en el segundo trimestre de 2020, de acuerdo con el Índice de mercado mundial de seguros de Marsh, marcando el undécimo trimestre consecutivo de aumento de precios y el mayor incremento interanual registrado desde la creación del índice en 2012. Si bien los datos todavía no están completados, se espera que los resultados del tercer trimestre sigan esta tendencia.

¿Por qué ha cambiado el mercado?

- Disminución de los ingresos de las inversiones.** Después de haber estado de manera constante por encima del 6% a principios de la década de 1990, el rendimiento neto de los ingresos de inversiones de las aseguradoras ha caído constantemente durante las últimas tres décadas hasta su nivel actual estimado del 2,8%, según un análisis de Dowling & Partners.
- Modesto beneficio de suscripción.** El ratio combinado del sector se ha mantenido generalmente cerca del 100% durante la última década, y superó el 100% durante algunos años especialmente difíciles. Para generar un rendimiento operativo del 10% o más, el ratio combinado de una aseguradora debe estar en el 90% o por debajo.
- Reducción del superávit de los asegurados.** Este es el resultado de años con precios moderados que han afectado negativamente a la rentabilidad.
- Precios históricamente inferiores de la cobertura a largo plazo.** A lo largo de los años, esto ha provocado aumentos masivos de las reservas de las aseguradoras.
- Confluencia de eventos del sector sísmico.** La COVID-19 no hace más que aumentar las presiones que las aseguradoras ya sentían por los veredictos de los jurados "nucleares", las catástrofes naturales provocadas por el cambio climático y la inflación social, entre otros.



FIGURA
2

Los mayores cambios en el precio medio de los EE. UU. en el segundo trimestre fueron en seguros de daños materiales, de responsabilidad civil-automóvil, de cobertura ampliada/exceso, y de D&O.

FUENTE: MARSH'S ANALYTICS SOLUTIONS



*Total de programas

Nota: Las cifras anteriores representan los cambios en los precios en el segundo trimestre de 2020. Los resultados individuales variaron, y algunos compradores renovaron a tasas significativamente más altas.

Los aumentos de los precios se manifiestan ahora en la mayoría de las líneas de negocio y en la mayoría de las geografías. Esto incluye a los Estados Unidos y a Canadá, donde los aumentos más sustanciales se producen en daños materiales, D&O, responsabilidad civil-automóvil y la cobertura ampliada/exceso (véase la Figura 2).

La actividad perdida durante la primera mitad de 2020, dominada por la COVID-19, y las bajas tasas de interés han exacerbado las ya complicadas condiciones del mercado. Con una considerable incertidumbre sobre las pérdidas definitivas de las aseguradoras por la COVID-19 y los aumentos de precios de dos dígitos que se están convirtiendo en la norma, somos conscientes de que el mercado seguirá siendo un desafío durante algún tiempo.

Se avecinan renovaciones más difíciles

Aunque los resultados para los compradores individuales variarán, en la actualidad se observan aumentos de las tasas en la mayoría de las líneas de negocio, sectores y geografías, incluso para los compradores que no han sufrido pérdidas importantes. Todos los compradores con renovaciones próximas deben estar preparados para un mayor escrutinio de la suscripción y un proceso más desafiante. Las aseguradoras pueden ser más firmes en la denegación de prórrogas del plazo de la póliza, en la reducción de las coberturas y los límites, en la aplicación de exclusiones y en un escrutinio más estricto de las reclamaciones.

A pesar de estas condiciones, los profesionales de riesgos pueden trabajar con sus asesores para posicionar a sus organizaciones y lograr resultados más favorables en la renovación y gestionar mejor el coste total del riesgo. Las estrategias de renovación sólidas incorporarán la inteligencia de mercado para estimular la competencia, considerar nuevas opciones y estrategias innovadoras, y hacer uso de datos y analíticas.

Mejores prácticas para los compradores de seguros



Gestionar las expectativas de los altos cargos y de los consejeros.

Los que participan directamente en las transacciones de seguros, así como sus superiores, deben estar preparados para procesos de renovación y negociación largos, y potencialmente más difíciles. Las aseguradoras solicitan habitualmente información más detallada que en las renovaciones anteriores; si bien algunos compradores pueden considerarlo gravoso, las aseguradoras lo consideran esencial para el proceso de suscripción. Los compradores deben mantenerse en contacto regular con sus corredores durante el proceso para asegurarse de que están bien informados del estado de sus solicitudes y de cualquier inquietud que planteen las aseguradoras y para que estas, a su vez, puedan mantener al día a los directivos.



Establecer una estrategia clara antes de comenzar las conversaciones de renovación.

Las preocupaciones y necesidades de una organización pueden ser radicalmente diferentes en otra. Trabaje con su corredor para crear un plan basado en su apetito por el riesgo, la cultura y las consideraciones presupuestarias concretas. Entre otros temas, debería debatir:

- Su(s) objetivo(s) principal(es). Es posible que algunas organizaciones deseen reducir los gastos de las primas, aunque ello signifique retener un mayor riesgo. Otras tal vez deseen asegurar una cobertura sólida, incluso si requiere un coste adicional. Y algunas pueden tener objetivos específicos y variables según la línea de cobertura.

Dónde se encuentran las prioridades específicas, es decir, qué se necesita lograr frente al qué le gustaría lograr y en qué se puede ser flexible.



Implicar a los altos mandos en los procesos de negociación.

Además de datos sólidos y otros elementos clave de una solicitud de suscripción, las aseguradoras necesitan un contexto para tomar decisiones, y si bien los asesores pueden proporcionar una valiosa asistencia, nadie está mejor posicionado que usted para contar su historia. La personalización del proceso, por ejemplo mediante reuniones en las que participen sus altos directivos y los principales ejecutivos de la aseguradora, puede ayudarle a presentar una combinación de información cuantitativa y cualitativa para poner de relieve la forma en la que su riesgo se diferencia del de sus homólogos y cómo ha evolucionado con el tiempo. Incluir a la alta dirección en las conversaciones con las aseguradoras también puede ayudarle a comprender las preocupaciones y el razonamiento de los suscriptores.



Considerar diferentes perspectivas y soluciones.

Dado el aumento de los precios de los seguros, tal vez valga la pena explorar nuevas estrategias de financiación del riesgo. Piense en:

Modificar la estructura de los programas. Esto incluye el ajuste de los franquicias/retenciones, límites y/o aseguradoras participantes.

Ampliar las relaciones con aseguradoras específicas. Colocar varias líneas con una sola aseguradora podría dar mejores resultados, incluido un mayor acceso a la capacidad.

- Conformar una nueva aseguradora cautiva o expandir el uso de una existente. Una aseguradora cautiva podría ayudar a controlar los costes y al mismo tiempo asegurar una protección sólida.

Complementar las pólizas de seguro tradicionales con soluciones paramétricas. Esas pólizas son altamente personalizables y pueden centrarse en un riesgo específico o en una combinación de riesgos.

Adoptar un enfoque global para la comercialización del programa. Explorar todo el mercado global podría dar mejores resultados para los compradores que tradicionalmente se han centrado únicamente en las aseguradoras nacionales.

Cómo puede ayudar Marsh

Independientemente de las condiciones generales del mercado, Marsh sigue actuando en el mejor interés de nuestros clientes. Podemos ayudarle a elaborar estrategias antes de las próximas renovaciones, incluida la identificación de nuevas aseguradoras potenciales para la estructura de su programa, y el remarketing enérgico de su cuenta con un enfoque en sus objetivos y prioridades.

Para obtener más información sobre cómo puede ayudar Marsh, póngase en contacto con su representante de Marsh.

Marsh es una de las compañías de Marsh & McLennan, junto con Guy Carpenter, Mercer, y Oliver Wyman.

Este documento y cualquier otra recomendación, análisis o asesoramiento proporcionado por Marsh (de forma colectiva, "Análisis de Marsh") no tiene la intención de servir como consejo en relación a cualquier situación individual y no se deberá considerar como tal. La información contenida aquí está basada en fuentes que consideramos fiables, pero no somos representantes de ellas ni garantizamos su exactitud. Marsh no estará obligado a actualizar el análisis de Marsh y no tendrá ninguna responsabilidad hacia usted ni hacia ninguna otra parte que se derive de esta publicación o de cualquier tema contenido en la misma. Cualquier declaración relativa a asuntos actuariales, fiscales, contables o legales se basa únicamente en nuestra experiencia como corredores de seguros y consultores de riesgos y no se deberá considerar como asesoramiento actuarial, fiscal, contable o legal, para lo cual usted debe consultar a sus propios asesores profesionales. Cualquier modelo creado, analíticas o predicción estarán sujetos a una incertidumbre inherente, y el Análisis de Marsh, podría verse afectado sustancialmente si cualquier suposición, condición, información o factores subyacentes son inexactos o incompletos o deben cambiar. Marsh no representa ni garantiza la aplicación de la redacción de la póliza ni la situación financiera o solvencia de las aseguradoras o reaseguradores. Marsh no garantiza la disponibilidad, el coste ni los términos de la cobertura de seguro. Aunque Marsh puede proporcionar asesoramiento y recomendaciones, todas las decisiones relacionadas con la cantidad, el tipo o los términos de cobertura son responsabilidad última de quien suscriba el seguro, además de que deberá decidir sobre la cobertura específica apropiada para sus circunstancias particulares y su posición financiera.