

Los microseguros: un momento para analizar y evaluar

Reseña de la 8th International Microinsurance Conference “Making insurance work for Africa”

Por:

Sergio Alejandro Vélez Rincón

OIT-IIE Fellow (Microseguros & RS)

FASECOLDA

Una vez concluida la 8ª Conferencia Internacional de Microseguros 2012, realizada por la Fundación Munich Re en Dar Es Salaam – Tanzania – entre el 6 y el 8 de noviembre, se abre la discusión acerca del momento actual de los microseguros, de las oportunidades que presenta este interesante mercado, y de los pasos a seguir para consolidarlos como una herramienta de apoyo en la lucha contra la pobreza, así como un

producto viable e interesante de comercializar para las compañías de seguros.

En el marco de esta conferencia, más de 500 participantes y expertos de todo el mundo (representantes de compañías de seguros y reaseguros, de organizaciones internacionales, ONG's y organismos de ayuda al desarrollo, así como académicos, formuladores de

políticas y representantes de reguladores y supervisores) intercambiaron experiencias y discutieron los desafíos de los microseguros.

Los principales temas tratados en los distintos paneles realizados se centraron entre otros en estudios de caso de soluciones de microseguros viables y enfocadas en el cliente, análisis económico de los mercados de seguros inclusivos, seguros de salud para los más pobres, microseguro agrícola, herramientas tecnológicas para optimizar la eficiencia y extensión de los programas, experiencias fallidas y enseñanzas que nos dejan, protección al consumidor, regulación y políticas públicas¹.

Particularmente en el panel “Failures in microinsurance”, se resaltó el rápido crecimiento que han tenido los microseguros. Sin embargo, el panorama general se encuentra aun en una fase de aprendizaje, y las lecciones cultivadas son muy interesantes para todos los participantes en el mercado. Siendo que es un campo de acción aun muy joven, y dado que los errores podrían ser fácilmente evitados si fuesen evidentes, los expositores presentaron algunas experiencias de fracasos y las lecciones que se pueden aprender de ellos.

Los expertos expusieron las que a su criterio han sido fallas recurrentes en programas que han terminado frustrados, como haber diseñado un producto que no fue bien recibido por el mercado por no identificar asertivamente los intereses de los consumidores, así como calcular erróneamente el volumen de colocación esperado; la falta de educación de los consumidores, y poco conocimiento de los productos hace que no se comercialice de la manera esperada; en algunas

oportunidades, las estrategias de comercialización utilizadas, las alianzas de distribución, o la participación de agentes demasiado costosos han repercutido en proyectos inviables; entre otras.

Recomendaron entonces trabajar en la confianza que el consumidor debe sentir hacia los proveedores de seguros, entender la cultura y el ambiente del público objetivo, diseñar productos simples en su contenido y en su operatividad, añadiendo un poco de “dulzura” que atraiga a los clientes, y verificando que cuando se utilicen aliados estratégicos, estos sean capaces de atender a un gran grupo de consumidores en el manejo de una gran cantidad de primas y en la atención de muchos siniestro. En todos los casos se expuso que la educación es la clave del éxito para este tipo de proyectos.

Richard Leftley, CEO de MicroEnsure – uno de los principales proveedores de servicios para microseguros basado en el Reino Unido – manifestó la necesidad de que las entidades interesadas en explotar microseguros se enfocaran en productos especializados y particularmente diseñados (bien puede ser geográficamente o según las necesidades específicas de una colectividad), se aproveche la actividad de partnerships que aporten productividad en la cadena de valor, y se dé primacía a la ejecución (principio de

» En todos los casos se expuso que la educación es la clave del éxito para este tipo de proyectos.

Referencias Bibliográficas

1 - Las memorias finales de este evento estarán disponibles en el 2013, y podrán encontrarse en www.munichre-foundation.org

Microseguros

“Do it well”). Como conclusiones generales resaltó que los aliados estratégicos y terceros involucrados deben entender las necesidades del público final, al igual que las compañías de seguros; y el diseño de las operaciones de ventas y mercadeo deben ser muy cercanas al cliente, mientras que las administrativas y financieras – así como las demás operaciones transversales – pueden estar centralizadas.

En el panel “Consumer protection for the low-income market”, se reiteró la necesidad de una protección aun más profunda para el consumidor de microseguros, que la que puede recibir un cliente de seguros regulares, teniendo en cuenta su mayor situación de vulnerabilidad. Así lo expresó Janina Voss, de GIZ – Agencia alemana para la cooperación internacional –

quien también expuso la dificultad que demuestra dicha colectividad en la comprensión y acceso a estrategias de administración de riesgos, generalmente debido a un bajo nivel educativo, a unos ingresos fluctuantes, y a la poca confianza que suele generarle el mercado asegurador.

El proceso “ideal” de los microseguros (y los seguros en general) debe basarse en los siguientes aspectos:

1. Tener un consumidor informado y educado
 2. Contar con una amplia gama de productos que aporten valor al consumidor
- » Es necesaria una protección más profunda para el consumidor de microseguros, teniendo en cuenta su mayor situación de vulnerabilidad.

ELIGE CÓMO ASEGURARTE Y CREA CON NOSOTROS TU SEGURO COMO REALMENTE LO NECESITAS

Con un Seguro de vida de SURA podrás tener más beneficios*:

- **Obtener** la devolución de un porcentaje de lo que pague, en el momento que termine el seguro.
- **Pagar** solamente por el tiempo que quieras estar protegido.
- **Recibir** el ingreso diario que necesites en caso de incapacidad.
- **Pagar** una cuota constante o que esta aumente una suma fija cada año.
- **Garantizar** tu bienestar frente a una enfermedad de alto costo.

*Aplican condiciones

Comprueba esta realidad ingresando a www.creatuseguro.com.co o contactando a tu asesor profesional llamando a nuestra LÍNEA DE ATENCIÓN: #888.

Asegúrate de vivir hoy.



Seguros | **sura**

3 MAS SOLO DEFECTIVO QU
TE SIEMPRE NO CON LA PRI
HAN LOCUBRE
ESO ES PARA AHORA Queda
VIEJOS AHORA Queda
ARTE CON SURA TIENES
SOLO POR HOY
RA LA LIBERTAD
CUANDO DE ELEGIR
18 DE ELEGIR
TU SEGURO DE VIDA
PARA VIEJOS NO EL
FRISCO PASANADA MANA VEREMOS DE SEMA
SOLO POR HOY TOCA ASI
MANANA VEREMOS ESOS

3. Administradores del riesgo (aseguradoras) robustos y dignos de confianza
4. Contar con un proceso de ventas y distribución apropiado
5. Procesos de pago y renovación transparentes y confiables
6. Sencilla atención y liquidación de siniestros

Mecanismos de atención de quejas y reclamos eficaces
Para Abayomi Sule, coordinador del programa Hygeia Community Healthcare en Nigeria dedicado a proveer soluciones de salud para los más pobres, las compañías que participan en el mercado de los microseguros deben implementar internamente políticas y regulaciones que aseguren la protección de sus clientes, así como entender la percepción que tiene el consumidor final del valor que le aporta el contar con este tipo de productos.

Entre tanto, Pedro Bulcao de SINAL Seguros Brasil fue consistente al expresar que la función final del marco normativo de protección al consumidor, ya sea de orden legal o por regulación propia que haga cada compañía, es garantizar un mercado saludable para los proveedores y los clientes, y que brinde a los usuarios la información suficiente para decidir qué, cuándo, y cuál seguro es el apropiado para sus necesidades, y si lo es (en algunos casos el seguro puede no ser la mejor alternativa de administración de riesgos).

Así mismo, el centro CENFRI de Suráfrica expuso sus consideraciones en cuanto a una solución holística que incluya las políticas del gobierno, la idiosincrasia del mercado local, los estándares internacionales, y las experiencias de los demás países en la definición del mejor esquema para cada mercado. Vale resaltar que considera que el consumidor debe ser responsable por sus decisiones, pero para esto necesita estar suficientemente informado.

Es muy importante resaltar que en el panel “Case studies”, en el que se expusieron experiencias exitosas

de microseguros a nivel internacional, fue destacada una experiencia colombiana.

En efecto, Michael McCord de Microinsurance Centre en USA presentó el programa de la póliza exequial de MAPFRE Colombia en alianza con CODENSA como “la combinación de valiosos productos de seguros funerarios con un sólido desarrollo de negocios”.

Particularmente destacó la forma de distribución y la gran acogida que recibió por el mercado nacional, sirviendo como una estrategia de la administración de riesgos de familias muy vulnerables.

Los otros casos presentados fueron el sistema Takaful del mundo musulmán en África por parte de ICMIF, y el programa de seguros de salud de VimoSEWA en la India.

Todas estas experiencias nos invitan a hacer un alto en el camino, y evaluar los proyectos de microseguros desarrollados en Colombia. ¿Están siendo dirigidos a la población que verdaderamente los necesita? ¿Han sido diseñados entendiendo las necesidades propias y particulares de los menos favorecidos? ¿Han cumplido con la función social de ser herramientas en la lucha contra la pobreza, sin perder su vocación de ser un negocio sostenible? ¿Han aprovechado las herramientas de proveedores de servicios especializados, tecnologías, actuariales y financieras que se encuentran actualmente en el mercado? ¿Se está brindando al consumidor toda la protección y educación que requiere debido a su mayor nivel de vulnerabilidad?

Son preguntas que quedan sobre la mesa, que esperamos sean tenidas en cuenta y repercutan en cada día más y mejores programas de microseguros que cumplan con un fin: la protección de los más necesitados.