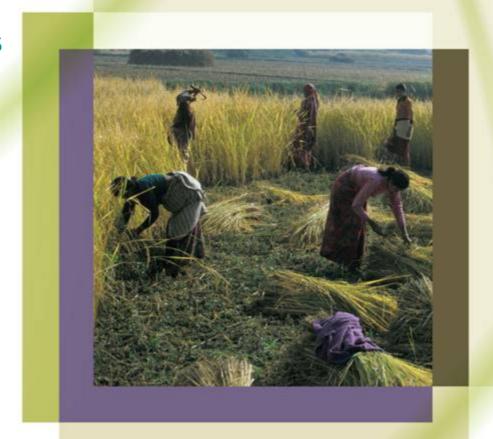




Lecciones en microseguros aprendidas por el Fondo para la Innovación en Microseguros de la OIT

Miguel Solana 30 Mayo 2013







Lo que estamos aprendiendo sobre microseguros...





1) Desarrollo organizacional

- Es el trabajo de solo una persona o área de la organización
- Metas genéricas incentivos
- Sin soluciones para enfrentar la inercia institucional



Sondeo



¿Cómo esta realizando usted la venta de microseguros?

[] Venta directa

[] Institución de microfinanzas

[] Canal alternativo de distribución (empresa de servicios, minorista)





2) Alianzas y distribución

- Depender de agentes y corredores
- Diseño de alianzas con canales alternativos de distribución que no son mutuamente beneficiosas
- Gestión insuficiente de la relación con los socios





3) Modelo de negocio

- Expectativas de resultados en poco tiempo impaciencia. La viabilidad se debe de analizar en el tiempo para todos los eslabones de la cadena de valor
- Proyecciones sobreoptimistas sobre las ventas y las renovaciones
- Los gastos generales pueden ser altos debido a la estructura de las organizaciones
- Importancia de escala y eficiencia en la operación





4) Diseño de productos

- Productos existentes con menores sumas aseguradas
- Falta de estudios de mercado no conocemos las necesidades y preferencias de nuestro mercado objetivo
- Complicaciones y exclusiones
- Primas altas en el momento no indicado
- No hacer de lo intangible algo tangible





5) Educación al consumidor y ventas

- Sin información para los productos obligatorios
- Mercadeo sin educación
- Capacitación e incentivos insuficientes para el personal de ventas
- Priorización de las ventas sobre las renovaciones



Sondeo



¿Cuenta su organización con una estrategia para explicar a los clientes cuando existen siniestros rechazados?

¿Conoce alguna organización que cuente con este tipo de estrategias?

[] Sí

[] No





6) Reclamos

- Rechazar reclamos sin una estrategia de comunicación para tratar los casos con los clientes
- Retrasos en el pago de siniestros



Lecciones aprendidas Mejorar el valor al cliente



Importancia de evaluar el valor al cliente (con nuevas formas para hacerlo)

El valor al cliente evoluciona en el tiempo y se observa que esta correlacionado con la madurez del mercado de microseguros

Beneficios del microseguro de salud se expanden para mejorar la propuesta de valor
 Los productos de hospitalización pueden proveer valor
 Hay opciones más allá del producto de desgravamen y de funeral
 Servicios no financieros (asistencias) prometen poder mejorar la percepción de los clientes y estimular la demanda
 Productos enfocados a migrantes estan en una etapa inicial pero existing oportunidades para desarrollar productos para familias transnacionales
 Productos compuestos son interesantes pero son difíciles de implementar



Lecciones aprendidas Atendiendo la demanda



	Baja demanda o altas expectativas tal vez mercadeo deficiente
	Una visión de la demanda requiere una estrategia de mercadeo completa
	El mensaje correcto, el mercadeo estratégico y mensajes secuenciales permiten llamar la atención de los clientes de bajos recursos
La eje	educación financiera general y la de seguros pueden ser mejor ecutadas por entes gremiales y gobiernos
	El dessarrollo de una fuerza de ventas es un proceso complejo pero existen teécnicas que se pueden utilizar para mejorar las operaciones
	La atención al cliente se vuelve más importante con una complejidad creciente



Lecciones aprendidas Balances



Cómo pueden los productos obligatorios dar valor al cliente Cómo encontrar el balance entre simplicidad y flexibilidad en especial con productos vinculados al ahorro Cómo mejorar los tiempos de respuestas a los reclamos sin limitar los controles necesarios Cómo proveer acceso sin efectivo a productos de salud y agrícolas sin incrementar los costos por fraude y riesgo moral Cómo desarrollar una fuerza de ventas exitosa pero que al mismo tiempo reduzca los problemas de ventas





Gracias