

Introducción a la ECS: el rol de las aseguradoras en la educación del consumidor de seguros

Briefing Note

En la última década, las Alianzas de las Aseguradoras (IAs por sus siglas en inglés) han ampliado sus acciones más allá de las funciones básicas, para desarrollar programas de Educación del Consumidor de Seguros (ECS). IAs, como representantes de la industria, se encuentran bien posicionadas e idealmente integradas para invertir en ECS. Al invertir en ECS, no sólo promueven la protección del consumidor, también contribuyen a mejorar la reputación de la industria de los seguros. Este informe, extraído de la publicación no. 31 de microseguros, recapitula los pasos que las IAs deben seguir durante la preparación del ECS.

Las IAs necesitan identificar las debilidades y las amenazas que existen dentro de su contexto y proponer soluciones viables al diseñar sus iniciativas. A continuación se resumen las ventajas y desventajas que se deben considerar cuando se invierte en la ECS.

Análisis DAFO de una iniciativa de ECS dirigida por una aseguradora

FORTALEZAS

- Conocimientos exhaustivos en materia de seguros y en su mercado.
- Buen posicionamiento para ser líder en la ECS dirigida por la industria.
- Relaciones sólidas con instituciones fundamentales en todo el país.

DEBILIDADES

- Dificultades al establecer vínculos entre la ECS y el acceso al producto, la educación acerca de éste y la marca corporativa para las compañías miembro.
- Gastos financieros implícitos en las iniciativas combinadas.
- Falta de experiencia en la implementación de programas de ECS.
- Falta de experiencia en la supervisión y evaluación en las iniciativas de ECS.

OPORTUNIDADES

- Desarrollo del potencial del mercado de seguros, posiblemente influyendo en la contratación y la persistencia.
- Creación de alianzas junto a otros actores clave interesados en desarrollar programas de educación financiera o que ya estén invirtiendo en los mismos.
- Potenciación de la imagen pública de las aseguradoras.
- Contribución a los esfuerzos nacionales de protección del consumidor fomentando el conocimiento de este último.

AMENAZAS

- La incapacidad de demostrar el impacto podría provocar reticencia entre los donantes o miembros para continuar con la ECS ante la ausencia de contribuciones obligatorias.
- Leyes nacionales restrictivas podrían impedir el diseño de iniciativas nuevas.
- Un mayor conocimiento no necesariamente provoca cambios en el comportamiento; los sujetos podrían mostrarse reacios a contratar seguros incluso después de la ECS.

* Esta nota informativa fue escrita por Camyla Fonseca y Aparna Dalal, miembros del programa Impact Insurance (antes conocido como Fondo de la Innovación del Microseguro) y es un extracto del Microinsurance Paper N°31 disponible en <http://www.ilo.org/impactinsurance>

La publicación del informe de microseguros no. 31 analiza cinco programas de ECS implementados por aseguradoras en Brasil, Colombia, Kenia y Sudáfrica. En el informe se detallan las cuatro etapas que una aseguradora debe seguir para diseñar un programa de ECS efectivo y se proporcionan recomendaciones para cada una de dichas etapas.

A continuación se resumen las recomendaciones ►



El momento y la secuencia en los que se impartan los programas de ECS son de gran importancia. Es crucial establecer un vínculo entre los programas ECS y los productos de seguros en el mercado, ya que la educación genera expectativas en el público objetivo y es importante que éste sea capaz de encontrar productos que correspondan a sus aspiraciones. Por lo tanto, el momento en que se ofrezcan los programas de ECS debe coincidir con la disponibilidad de los productos.

Etapa 1: PREPARACIÓN Y PLANIFICACIÓN

Un programa de ECS efectivo requiere una planificación cuidadosa, contenido y diseño de ejecución meticuloso y una asociación estratégica entre varios actores clave.

Establecer una unidad responsable del programa de ECS para asegurar la continuidad de las iniciativas relevantes.

Definir una estrategia de financiación sostenible que garantice la viabilidad a largo plazo del programa de ECS.

Identificar oportunidades de asociación con iniciativas y actores clave en toda la región o el país.

Tener en cuenta a los actores clave y al público objetivo durante todo el proceso para garantizar que las iniciativas resulten relevantes para todas las partes.

Etapa 2: CONTENIDO

Comprender las necesidades del público objetivo e involucrarlo en diversas etapas.

Centrarse en el seguro y en la gestión de riesgo cuando los fondos sean limitados. Las asociaciones de seguros se encuentran muy bien posicionadas para proporcionar información sobre estos temas.

Etapa 3: COMUNICACIÓN

Aunque no siempre resulta posible, una combinación de diferentes canales y herramientas de ejecución hace más efectivas las intervenciones de ECS.

Las intervenciones continuas presentan mejores resultados que las intervenciones únicas.

Etapa 4: SUPERVISIÓN Y EVALUACIONES

Las actividades de supervisión y evaluación, a pesar de ser complejas y costosas, son fundamentales para el desarrollo de un programa educativo efectivo. Debe establecerse una estrategia de supervisión y evaluación desde el comienzo de la iniciativa.

La realización de programas piloto no debe omitirse, ya que puede detectar posibles retos y garantizar que la iniciativa de ECS funcione mejor a mayor escala. *vention fonctionnera bien à plus large échelle.*