



International
Labour
Organization

DIEZ AÑOS DE IMPACT INSURANCE

El futuro de los seguros con impacto



El Programa de Seguros de Impacto de la OIT celebra diez años de apoyo a la industria de seguros para contribuir al desarrollo social y económico. Durante este período, hemos crecido y evolucionado junto a la industria. Los mercados, productos, actores y tecnología han cambiado drásticamente durante la última década, como se describe en el [resumen reciente](#).

Ahora que hemos mirado [hacia atrás](#), es hora de escanear el horizonte y ver lo que se avecina. Esta reseña considera las tendencias futuras y el trabajo que realiza la OIT, y lo que podría estar haciendo, para facilitar que la industria del seguro contribuya a la agenda de desarrollo sostenible en los próximos años, como se ilustra en la Figura 1. Esto implica no solo extender una valiosa cobertura a segmentos de mercado desatendidos, sino también colaborar con gobiernos para lograr objetivos de política pública gestionando los riesgos de manera más efectiva.

Esta mirada prospectiva sobre cómo puede contribuir el seguro más efectivamente para el desarrollo, considera tanto problemas de oferta y demanda, así como desarrollos tecnológicos, demografía y cambios en las políticas públicas.

SUMINISTRO

1. Rediseño de productos: la tecnología ha ayudado durante mucho tiempo a que las aseguradoras gestionen y distribuyan mejor los seguros. Ahora está cambiando drásticamente la naturaleza de los productos en sí mismos. Con [soluciones digitales](#), como la telemática y el Internet de las cosas (IoT, en inglés), que permite precios individuales instantáneos, recopilación de datos en tiempo real y procesamiento automático de reclamos, están surgiendo nuevos tipos de productos en los seguros convencionales, como los seguros basados en el uso y a pedido.

La industria de seguros se está preparando para estos cambios, pero ¿qué significan para la agenda del desarrollo? La experiencia de otros servicios financieros para clientes de bajos ingresos proporciona pistas sobre cómo el seguro podría cambiar. La elegibilidad para préstamos ya está siendo evaluada en base a análisis de algoritmos que analizan el uso de teléfonos móviles y datos de las redes sociales. La elaboración de perfiles riesgo no se quedará muy atrás a medida que las aseguradoras ganen experiencia en el manejo de fuentes de datos alternativas. De hecho, estas tecnologías serán revolucionarias al reducir los costos operativos a través de la automatización, utilizando información alternativa sobre clientes para la evaluación de riesgo y fijación de precios, y utilizando inteligencia artificial para permitir un mejor servicio. El acceso a los datos y la potencia informática, junto con pensamientos innovadores sobre los perfiles de riesgo y análisis, dará lugar a nuevos eventos asegurables, perfiles de riesgo más completos y la capacidad para penetrar en los mercados desatendidos de manera más eficiente.

La tecnología también permite a las aseguradoras pasar de simplemente conllevar riesgos a proporcionar una gama más amplia de servicios para prevenir, mitigar y gestionar mejor los riesgos. Brindar asesoramiento sobre gestión de riesgos y servicios de valor agregado relevantes, puede permitir a las aseguradoras proporcionar una oferta más atractiva para segmentos de mercado desatendido. Esta promesa aún no se ha cumplido, pero los proveedores con los que estamos trabajando están usando tecnología digital para desarrollar [más productos centrados en el cliente](#), [mejorar la identificación de riesgos](#) y mejorar el servicio y comunicación con el cliente.



Sin embargo, es importante tener en cuenta que estos avances tecnológicos conllevan riesgos en sí mismos, especialmente en lo que respecta a la protección de datos y privacidad del cliente. La exclusión de personas de alto riesgo debido a la mayor disponibilidad de información sobre asegurados individuales por parte de las aseguradoras es otra preocupación importante que debemos tener en cuenta.

2. Reinventar las compañías de microseguros: en la última década, ha habido una tendencia para que los países creen categorías regulatorias especiales para los proveedores de microseguros. Sin embargo, el caso de negocios para atender exclusivamente a hogares de bajos ingresos es un desafío, y un modelo más fácil es tener una unidad de microseguros en una empresa más grande porque permite a la unidad aprovechar los servicios compartidos. Siguiendo adelante, esperamos ver una tendencia lejos de los microseguros independientes y ver a equipos dedicados a los “consumidores emergentes” dentro de las compañías de seguros, especialmente en las que abrazan un compromiso a largo plazo con este segmento de mercado, y están dispuestas a pasar por el necesario proceso de gestión del cambio. Estos equipos dedicados tener un balance independiente, pero pueden usar un modelo de servicios compartidos para aprovechar

los sistemas y recursos existentes, haciendo que el costo de entrada sea más apetecible, siguiendo el modelo desplegado por organizaciones exitosas, como [Pioneer Insurance en las Filipinas](#) y Britam en Kenia.

3. Reimaginar las compañías de seguros: las estructuras tradicionales de las compañías de seguros no serán aptas para el propósito en la próxima década. ¿Demasiado audaz? Quizás, pero la estructura de costos es una preocupación particular para las aseguradoras, ya que están bajo amenaza de avances tecnológicos que probablemente cambien el estándar de su modelo de negocios. Sin embargo, las compañías que han tenido éxito atendiendo al mercado de bajos ingresos han aprendido considerables lecciones sobre la creación de eficiencias que también son relevantes para su negocio convencional.

Por ejemplo, las aseguradoras que intentan servir a nuevos segmentos de mercado a través de puntos de distribución alternativos, donde el negocio se basa en márgenes más bajos por póliza y grandes volúmenes de pólizas, es probable que requieran una reestructuración significativa. Sin embargo, lograr tal cambio en una organización grande y tradicional es una tarea frustrantemente difícil. Para abordarlo, [hemos formalizado algunas lecciones](#) aprendidas de tales transformaciones. Una de las principales conclusiones es que, para ganar confianza y satisfacer las necesidades cambiantes de los clientes, una aseguradora requiere una arquitectura organizacional. Esta arquitectura comprendería la gestión de recursos humanos, la cultura institucional y las estructuras organizativas, todo lo cual le permite escuchar y responder a los clientes. Esta es una visión relevante para todos los segmentos del mercado. Otra conclusión es que las empresas deben estructurarse para atender a los segmentos de clientes, en lugar de seguir las líneas comerciales tradicionales como la propiedad, la vida y la salud.

4. APP para gestionar los riesgos que plantea el cambio climático. El cambio climático es tanto una oportunidad como un desafío para la industria de seguros. Es una oportunidad porque hace que las empresas y los hogares se sientan más vulnerables y, por lo tanto, es más probable que incluyan seguros en su conjunto de herramientas de gestión de riesgos. Pero los cambios en los patrones climáticos, y la necesidad de diversificar los riesgos en todas las geografías, requieren grandes grupos de riesgo que son demasiado para que una aseguradora los pueda soportar. Los gobiernos solían lidiar con estos riesgos en sus programas de gestión de desastres, pero se están asociando cada vez más con el sector privado para hacer que el costo sea más predecible.

Esto reúne a socios inusuales: el sector público y el privado hablan diferentes idiomas y tienen diferentes motivaciones.

Aunque la idea de estos nuevos modelos de negocio (asociaciones público-privadas) es convincente, la forma en que se pone en funcionamiento puede ser un desafío. Para acelerar la curva de aprendizaje entre los formuladores de políticas, la OIT está facilitando una [plataforma de aprendizaje entre pares](#) que permite a los miembros de las agencias gubernamentales – incluidos los ministerios de agricultura y finanzas, bancos centrales, comisiones de planificación y reguladores de seguros - compartir sus experiencias y aprender unos de otros sobre cómo hacer que los seguros agrícolas y de desastres sean más accesibles y responsables. Una posible solución al dilema de APP que surge de estas discusiones es que las aseguradoras se unan y formen un grupo de riesgo que pueda usarse para lograr objetivos de política pública, como se está probando en Kenia y Ghana, en lugar de obtener los servicios de compañías individuales.

Figura 1 : La contribución del seguro a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Seguro para el desarrollo económico y social	ODS relacionados: responde o reduce el riesgo	ODS globales	El seguro puede tener un impacto indirecto en los ODS relacionados
Cambio climático y seguridad alimentaria	13 CLIMATE ACTION 2 ZERO HUNGER	5 GENDER EQUALITY 17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS	1 NO POVERTY 10 REDUCED INEQUALITIES 14 LIFE BELOW WATER 15 LIFE ON LAND 9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE 16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS 11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES
Salud y protección social	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING		
Trabajo decente e inclusión financiera	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH		

DEMANDA

5. Redefiniendo a los clientes emergentes: en los últimos diez años hemos pasado del microseguro al seguro inclusivo, reconociendo que la gran parte del mercado potencial no puede acceder al seguro. En el futuro, tendremos que cambiar cómo comprendemos nuestra base de clientes nuevamente ya que estos mismos clientes experimentan un cambio rápido. Es posible que las características que definen el espacio de seguro inclusivo ya no se mantengan en el futuro. Por ejemplo, los clientes han sido considerados difíciles de alcanzar, con una capacidad de gasto limitada. Con el [aumento de la penetración móvil \(incluidos los teléfonos inteligentes\)](#) en muchos países emergentes, la mejora de las tasas de alfabetización y el [aumento de los niveles de ingresos](#), estas limitaciones aliviarán a partes significativas de la población excluida. A medida que más hogares pasen a ser de ingresos medios, tendrán una mayor capacidad para pagar el seguro y tendrán nuevas necesidades, por ejemplo, para proteger los activos y los medios de vida. También existe una necesidad urgente de cubrir los intereses y necesidades asegurables de las pequeñas empresas, otro segmento de mercado desatendido. Para que las pequeñas empresas crezcan y creen empleos, deben tener acceso a insumos productivos y protectores.



6. Educar a los clientes: no entender el seguro sigue siendo un obstáculo importante para el desarrollo de mercados inclusivos. En los próximos años, eso podría comenzar a cambiar, al menos en algunos países. Cada interacción con el cliente es una oportunidad para educar, que se puede mejorar a través de nuevas herramientas de comunicación. Ya no tenemos una sola ventana para explicar un producto y recibir información de un cliente. La tecnología permite interacciones frecuentes, educación gradual y retroalimentación constante, que son necesarias y bienvenidas. Con el tiempo, el modelo de negocio debe pasar de los modelos de distribución de alto contacto a los de bajo contacto, desde un enfoque basado en el asesoramiento hacia el autoservicio, para hacer viable el seguro de pequeñas cantidades. El momento de esa transición, sin embargo, es delicado. El mercado realmente necesita comprender completamente los seguros antes de que estén dispuestos a adoptar métodos de bajo contacto, por lo que las grandes inversiones en la comprensión del cliente son importantes contribuciones iniciales para el desarrollo del mercado.

¿Será inclusivo el [paso de los canales de alto contacto a los de bajo contacto](#), o existe el riesgo de que ciertos segmentos con menos inclinación digital sean excluidos, como los ancianos, las poblaciones rurales y las mujeres? Las aseguradoras deben considerar estas limitaciones y proporcionar canales alternativos para estos segmentos de población.

Incluso con consumidores educados, la aceptación del seguro solo tendrá éxito si las partes interesadas se centran en los clientes y sus necesidades. A medida que los productos y la tecnología evolucionan, es importante que los nuevos productos aporten valor. La OIT ha sido un defensor implacable del valor del cliente y a lo largo de los años hemos implementado una serie de herramientas (p. Ej., [PACE](#), [evaluación tridimensional para productos de índice agrícola](#)) y programas ([Grupo de aprendizaje profesional sobre valor del cliente](#), [series de investigación sobre seguros de impacto](#), [capacitación en valor para el cliente](#), [e-learning sobre investigación de mercado](#)) para desarrollar capacidades dentro de la industria.

CERRANDO LA BRECHA

7. Proporcionar soluciones integradas de gestión de riesgos: la tendencia actual hacia la concentración en el cliente ha develado una realidad importante: no es posible que los consumidores gestionen todos sus riesgos a través del seguro. Por supuesto, las aseguradoras nunca habrían argumentado lo contrario, pero si el objetivo es el desarrollo sostenible, en lugar de solo vender más pólizas de seguro, entonces se requiere un enfoque más integrado para apoyar la gestión de riesgos.

En consecuencia, esperamos que los proveedores de servicios financieros comiencen a ofrecer soluciones integradas que agrupen diferentes formas de protección, como un préstamo de emergencia o un dispositivo de ahorro de compromiso, que se desbloqueen cuando ocurren eventos de riesgo. Si estos productos incluyen un componente de seguro para eventos de alto costo pero poco frecuentes, además de medidas básicas de prevención para reducir la exposición de los hogares al riesgo en primer lugar, entonces el seguro podría tener un impacto mucho mayor en los consumidores emergentes.

Algunos de estos productos integrados se están probando, especialmente los que se dirigen específicamente a los riesgos para la salud, como se ilustra en [este documento reciente](#). Sin embargo, pocas organizaciones han desarrollado productos que combinen ahorros, crédito y seguros. Es probable que esta sea la próxima frontera.

8. Trabajar con los disruptores: los canales de distribución, como las instituciones de microfinanzas, los minoristas y las empresas de servicios públicos, han estado en el asiento del conductor del seguro inclusivo debido a su acceso a los clientes y la infraestructura de ventas. En algunos casos, las aseguradoras podrían incluso perder su papel como proveedores de seguros primarios, ya que otros tipos de organizaciones, que son más ágiles y más capaces de responder a las necesidades de los clientes, adquieren licencias de seguros.

Las nuevas alianzas con empresas fintech e insuretech brindan oportunidades para que las aseguradoras lleguen a los clientes directamente y agrupen los seguros con una variedad de servicios. Pero estas empresas son disruptivas y tienen culturas y operaciones muy diferentes a las de las aseguradoras más tradicionales. Para trabajar juntos, las aseguradoras deberán pensar de manera más creativa sobre el valor que aportan a las asociaciones y cómo los nuevos modelos pueden permitirles llegar y atender mejor a los clientes. Las nuevas asociaciones solo son posibles si el seguro contribuye al negocio principal del socio o si el seguro fomenta los comportamientos de los clientes que conducen a mejores decisiones de producción.

PONIENDOLO TODO JUNTO

9. Ser responsable: una característica definitoria de este mercado que ha demostrado ser especialmente obstinada es la falta de confianza en la industria de seguros. La presencia limitada, el bajo reconocimiento de marca y una historia inestable de servicio al cliente, han llevado a la industria de seguros a ser [menos confiable que los distribuidores, como los operadores de redes móviles](#). Por lo tanto, las aseguradoras deben hacer un esfuerzo concertado para cambiar esta imagen y deben colaborar si la reputación de la industria cambia. La OIT ha estado promoviendo una agenda de seguros responsables dentro de la industria. La provisión de seguros responsables requiere la entrega de productos apropiados de una manera accesible, transparente, justa, receptiva y respetuosa a consumidores informados que puedan usar esos productos de manera efectiva. Desafortunadamente, puede tomar una década para que este nuevo enfoque se arraigue.

Una dimensión importante de este cambio cultural es la transparencia. La falta de confianza se debe en parte a los precios opacos y las dudosas prácticas de manejo de reclamos que a veces se encuentran en la industria. Sin embargo, los negocios habituales no harán crecer el mercado. Una transición a la transparencia permitirá a los clientes comparar lo similar con lo similar, y tener una mayor confianza de que saben lo que está cubierto y lo que no está cubierto, por lo que no sienten que presentar un reclamo sea difícil. Dicha transición no será fácil de realizar para las compañías individuales trabajando por su cuenta: las asociaciones nacionales de seguros deben tomar una iniciativa mucho más fuerte en estos temas para comenzar el proceso de restauración de la opinión pública.

Esperemos que los reguladores también jueguen un papel más importante en la creación de confianza, pero la confianza en las instituciones gubernamentales es escasa en muchos países. Lamentablemente, los reguladores y las aseguradoras a menudo tienen una relación de confrontación. Pero para apoyar el desarrollo del mercado, las dos partes deben formar un equipo, cada una remando en la misma dirección, ya que ninguna tendrá éxito sin la otra.



¿Veremos progresos en este frente en la próxima década? Ciertamente diferirá de un mercado a otro, pero los países que generen los mejores resultados serán en los que los reguladores y la industria trabajen juntos, y acuerden mecanismos apropiados para proteger a los consumidores que no desalienten a las aseguradoras a llegar a nuevos mercados. Es importante proteger a los clientes, pero no protegerlos del mercado.

10. Creación de mercados de seguros: la industria de seguros tiene el potencial de hacer contribuciones significativas al desarrollo económico tanto a nivel micro como macro. A nivel micro, en un mercado de seguros desarrollado, los hogares y las empresas son más resistentes y están más dispuestos a realizar inversiones productivas. A nivel macro, donde las regulaciones lo permiten, las compañías de seguros pueden contribuir a la infraestructura y al desarrollo del mercado de capitales, especialmente las compañías de seguros de vida que pueden realizar inversiones a largo plazo. La industria puede aprovechar este potencial para hacer contribuciones significativas a los ODS sin poner en peligro sus resultados financieros. Para alcanzar ese potencial, se necesita un programa sistemático de desarrollo de mercado en muchos países que están atrapados en las primeras etapas de desarrollo. Al reunir a toda la gama de partes interesadas, desde reguladores, ministerios financieros, asociaciones industriales, aseguradoras y distribuidores, es posible que logren el objetivo principal de proporcionar un seguro de calidad a escala.



**Programa de Finanzas Solidarias
Departamento de Empresas
Organización Internacional del Trabajo**

4, route des Morillons

CH-1211 Ginebra 22

Suiza

Tel.: +41 22 799 6478

Fax: +41 22 799 6896

Email: impactinsurance@ilo.org

Web: www.ilo.org/impactinsurance

Conéctese con nosotros a través de las redes sociales



Con un énfasis en la justicia social, el Programa de Finanzas Solidarias colabora con el sector financiero para que contribuya al Programa de Trabajo Decente de la OIT. En este contexto, colabora con bancos, instituciones de micro-financiación, cooperativas de crédito, aseguradoras, inversores y otras entidades para poner a prueba nuevos productos, enfoque y procesos financieros. El Programa Impact Insurance contribuye a los objetivos del Programa de Finanzas Solidarias a través de la colaboración con la industria de los seguros, los gobiernos y los asociados para sacar provecho del potencial de los seguros para el desarrollo social y económico.

