

Ofreciendo seguros responsables

Briefing Note

Los consumidores emergentes tienen una necesidad real de protección y los seguros tienen la promesa de reducir su vulnerabilidad frente a los riesgos y ayudar a aumentar la productividad. Igualmente, los segmentos de mercado desatendidos generalmente no están familiarizados con el seguro, pueden tener poca confianza en esta herramienta o tienen dificultades para entender cómo funciona y cómo puede generar beneficios a largo plazo. Por lo tanto, para que el seguro tenga un impacto social y de desarrollo significativo, estas especificidades deben tenerse en cuenta a través de un enfoque de oferta de seguro responsable. ¿Pero qué significa responsable?

La oferta de seguro responsable se puede definir como la entrega de productos apropiados de una manera accesible, transparente, justa, proactiva y respetuosa para los consumidores informados que pueden usar esos productos de forma efectiva.

Un producto de seguro apropiado es aquel que proporciona beneficios relevantes de gestión de riesgos a un precio asequible. Para que los beneficios sean relevantes, deben ser necesarios o deseados por un segmento de mercado específico, y deben adecuarse al contexto de ese segmento. Por ejemplo, los productos que ofrecen una gran cantidad de beneficios o cláusulas adicionales que probablemente nunca serán reclamados no son apropiados. Para que un precio sea asequible, debe establecerse a un nivel y pagarse de manera que se ajuste a los flujos de efectivo del mercado meta. Los beneficios y costos apropiados son los que, juntos, crean la propuesta de valor para un producto de seguro. La accesibilidad se refiere a la facilidad con que los consumidores pueden obtener, comprender y usar un producto de seguro. Algunos de los factores que influyen en la accesibilidad son: la proximidad física, la comodidad, la familiaridad, la fiabilidad, la aceptabilidad cultural, los requisitos de procedimiento, y la disponibilidad y claridad de la información.

La transparencia se refiere a la comunicación clara y abierta sin engaño. Por ejemplo, hacer mucho ruido para llamar la atención, así como los beneficios adicionales o irrelevantes, para aumentar el atractivo del mercado y atraer a más clientes va en contra de la transparencia. Si bien existe una relación entre la transparencia y la accesibilidad, un producto puede ser accesible sin ser transparente, y un producto transparente no será necesariamente accesible.

La justicia se puede describir como estar conforme a los principios de igualdad e imparcialidad. Pero, ¿cómo pueden las aseguradoras ser justas si están en el negocio de la discriminación? Las aseguradoras a menudo discriminan para cobrar las primas apropiadas e incentivar comportamientos menos riesgosos. Este tipo de discriminación puede ser justo cuando el precio y los beneficios son proporcionales, pero puede producir resultados que la sociedad percibe como injustos (por ejemplo, primas de seguro de salud más caras para personas mayores). Si bien no existe una receta secreta para lograr la equidad, los proveedores de seguros pueden tomar medidas para mejorar la probabilidad de que proporcionen un seguro de manera justa y sean percibidos como justos.

La proactividad se refiere a la velocidad y la atención con que los proveedores atienden los siniestros, quejas o problemas de los clientes. Al aplicar este principio de manera proactiva, los aseguradores pueden mejorar continuamente su comprensión de los clientes y proporcionar seguros de una manera que genere un valor sostenible para ellos y sus clientes.

Respeto significa mostrar atención y preocupación por la privacidad, los derechos, las tradiciones y el bienestar de los demás. El seguro respetuoso procurará no causar daño a sus clientes.

Por último, un producto de seguro útil es aquel que permite a los consumidores protegerse más efectivamente de los riesgos. No es suficiente que los proveedores de seguros creen lo que ellos consideren como un producto de seguro útil; los consumidores tienen que usar ese producto de una manera que realmente sea una protección de riesgos más efectiva.

Los siete principios del seguro responsable pueden guiar a los aseguradores a realizar los cambios necesarios para hacerse más responsables. Si se aplica a las cinco etapas de la cadena de valor, a saber 1) diseño de productos, 2) mercadotecnia, educación y ventas, 3) afiliación, renovaciones y pago de primas, 4) administración y gestión de pólizas y 5) gestión de siniestros, se pueden aportar importantes beneficios a largo plazo no solo a los clientes, sino también a los aseguradores.



Si los aseguradores se comprometen a ofrecer seguros de forma responsable, los consumidores emergentes estarán más capacitados y motivados para usar el seguro como una herramienta de gestión de riesgos. Al mismo tiempo, desde un punto de vista de negocios, la provisión de seguro responsable puede atraer nuevos clientes, generar confianza en la marca brindando una ventaja competitiva, aumentar el alcance e incrementar la satisfacción del cliente y del empleado, lo que finalmente generará una mayor retención, mayor productividad y reducción de costos en algunas áreas, tales como el mercadeo y manejo de reclamos.

Siete principios de seguro responsable	
Oportunidad	Ofrecer beneficios de gestión de riesgos relevantes a un precio asequible
Accesibilidad	Que sea fácil de obtener, entender y utilizar
Transparencia	Comunicarse clara y abiertamente, sin engaños
Justicia	Conformidad con los principios de igualdad e imparcialidad
Proactividad	Reaccionar rápida y atentamente
Respeto	Reconocer la privacidad, los derechos, las tradiciones y el bienestar de los demás
Utilidad	Permitir que los consumidores se protejan más efectivamente de los riesgos



El Programa de Finanzas Solidarias de la OIT trabaja con el sector financiero para contribuir a la agenda de la OIT para el trabajo decente. En este contexto, nos relacionamos con bancos, instituciones microfinancieras, cooperativas de crédito, aseguradoras, inversionistas y otros para probar nuevos productos, enfoques y procesos financieros. El Programa Impact Insurance contribuye al Programa de Finanzas Solidarias trabajando con la industria aseguradora, los gobiernos y los socios para aprovechar el potencial del seguro en términos de desarrollo económico y social.