



International
Labour
Organization

DIEZ AÑOS DE IMPACT INSURANCE

Reflexionando sobre las tendencias clave



El Programa Impact Insurance de la OIT está celebrando su décimo aniversario en el 2018. En los últimos diez años, hemos crecido con la industria. A pesar de un entorno que ha cambiado drásticamente, muchos productos, tecnologías y actores que dieron sus primeros pasos con nosotros hace una década ya están bien establecidos, mientras que otras iniciativas prometedoras están recién comenzando. Juntos, estamos orgullosos de este viaje de una década para reclamar el importante papel de los seguros como contribuyentes vitales para el desarrollo social y económico.

En los últimos diez años hemos visto el desarrollo de las siguientes diez tendencias:

1. NO SÓLO PARA LOS POBRES

Hace diez años, el Programa inició con un enfoque en seguros para hogares de bajos ingresos (también conocidos como microseguros), pero rápidamente se dio cuenta de que la necesidad de seguros iba más allá del segmento micro. Si bien la industria de seguros tradicional se enfocaba en empresas y clientes de alto patrimonio neto, una gran parte de la población no era micro, pero no tenía acceso a seguros formales. Este segmento de clientes emergentes está creciendo. [Mil millones de personas ingresarán a la clase consumidora \(ganando más de \\$ 10 por día\) para 2025, y, por primera vez en la historia, la cantidad de personas en la clase consumidora será mayor que las que luchan por satisfacer sus necesidades básicas](#). Sin embargo, los niveles de penetración de los seguros siguen siendo bajos, con estimaciones de 300 a 600 millones atendidos (sólo de un 10 a un 20 por ciento del mercado potencial).

2. UN MUNDO MÁS RIESGOSO

El mundo se ha convertido en un lugar más riesgoso en los últimos diez años. [El Informe sobre Riesgo Global de 2017](#) clasificó los eventos climáticos extremos y los desastres naturales como los principales riesgos en términos de probabilidad e impacto. A medida que los eventos climáticos extremos aumentan en frecuencia e intensidad, éstos conducen a la pérdida de ingresos y del potencial productivo. Los afectados recurren a una variedad de estrategias desesperadas para afrontar esos cambios, tales como reducir el consumo de alimentos, sacar a los niños de la escuela, pedir dinero prestado y vender activos. Estas estrategias disminuyen la capacidad de las personas para hacer frente a los impactos del cambio climático, tanto en el presente como en el futuro. El cambio climático es sólo uno de los riesgos que están cambiando rápidamente nuestro mundo; la migración, los cambios en la naturaleza del trabajo, el desempleo juvenil y la inestabilidad económica han llevado a una mayor incertidumbre. Como resultado, existe una creciente necesidad de explorar [opciones significativas para administrar y transferir dichos riesgos](#).

3. ESCALA Y EVOLUCIÓN DEL PRODUCTO

La buena noticia es que los proveedores de seguros han logrado avances significativos en los últimos diez años. Varios esquemas [han logrado escalar](#) utilizando una combinación de ofertas integradas, agrupadas y voluntarias que cubren riesgos relacionados con la vida, la salud, la propiedad, el clima, la agricultura y el fuego, entre otros. Las herramientas para la investigación del mercado y la evaluación del valor del cliente (tales como [PACE](#) y [3-D](#) (ver gráfico)) han ayudado a las aseguradoras a centrarse más en el cliente.

4. LECCIONES SOBRE CÓMO EDUCAR A LOS CONSUMIDORES

Los productos agrupados no pueden proporcionar valor y crear una cultura de seguros si los consumidores no los conocen. En tales casos, la educación del consumidor es sumamente importante. La evidencia nos ha llevado, tanto a nosotros como a otros en la industria, a [cambiar nuestra forma de pensar acerca de la educación del consumidor](#), especialmente al cambiar nuestro enfoque del aprendizaje en el aula a los “momentos de enseñanza”. Los momentos de enseñanza son instancias en las que es más probable que recordemos algo porque se nos enseñó cuando necesitábamos usar esa información, y por lo tanto la probabilidad de que estuviéramos involucrados era mayor. En el área de las finanzas personales, los momentos de enseñanza ocurren cuando alguien está tomando una decisión financiera o usando un servicio financiero. Hemos encontrado que [las interacciones en el momento preciso para el cliente son generalmente más efectivas que las intervenciones tradicionales en el aula](#).

5. NECESIDADES MÁS AMPLIAS DE GESTIÓN DE RIESGOS

Hoy en día, el seguro no se ve como una solución independiente, sino como un componente de un enfoque más integral de la gestión de riesgos. Las aseguradoras se están comprometiendo con las partes interesadas en la agricultura, salud, medio ambiente y servicios financieros para proporcionar soluciones integradas que promuevan la resiliencia de todas las cadenas de valor. Por ejemplo, [la combinación de seguros agrícolas con servicios como crédito e insumos agrícolas](#) hace que los seguros sean más tangibles, generando mejores resultados sociales y permitiendo que los esquemas se amplíen más rápidamente.

La herramienta de evaluación de valor del cliente 3-D mide el valor en 14 dimensiones:

DISEÑO

1. Indexar predice de forma fiable la experiencia de los agricultores
2. Cubre actividades apropiadas
3. Cubre riesgos apropiados
4. Permite la toma de decisiones de inversión productiva
5. Minimiza brechas en la cobertura

DISTRIBUCIÓN

6. Agricultores cubiertos están informados sobre detalles
7. Personal y agentes están capacitados, incentivados y supervisados para informar a los clientes y vender de manera responsable
8. Los procesos de pago minimizan las restricciones de liquidez
9. El producto es inclusivo

ENTREGA

10. Producto brinda cobertura adecuada por el dinero pagado
11. Beneficios entregados de manera oportuna
12. Procedimiento para entregar beneficios es confiable y entendido
13. El proveedor es receptivo y proactivo ante preguntas, problemas y quejas
14. Agricultores cubiertos reciben evidencia de cobertura

6. HAN SURGIDO NUEVOS ACTORES

En 2008, [los canales de distribución más comunes fueron las instituciones de microfinanzas](#) que proporcionaron a las aseguradoras un acceso fácil a un grupo agregado de clientes para productos de vida crediticia simples. En 2018, las instituciones de microfinanzas aún desempeñan un papel importante en la distribución, pero las aseguradoras se han asociado con una sorprendente variedad de socios de distribución para llegar a nuevos clientes. Estos incluyen a pequeños minoristas, supermercados, cooperativas, agencias de transferencia de dinero, empleadores, fábricas de té, casas de empeño y, por supuesto, operadores de redes móviles. Hacer que el seguro sea una prioridad para estos socios puede ser un desafío, ya que los requisitos centrales del negocio tienen prioridad y el seguro tiene que competir con otras líneas de ingresos, pero estos canales se han convertido en poderosos conductos para el seguro cuando [los incentivos están alineados correctamente](#).

7. MODELOS DE NEGOCIO INTEGRADOS

En los últimos diez años, el panorama de los proveedores ha cambiado. Mientras que algunos proveedores de microseguros especializados continúan sobresaliendo e impulsando los límites de la industria, el seguro para clientes de bajos ingresos y emergentes se ha convertido en una opción principal. En 2016, sesenta de las aseguradoras más grandes del mundo se comprometieron con los segmentos de bajos ingresos y emergentes, en comparación con solo siete en 2005. La posibilidad de utilizar la infraestructura existente, compartir servicios con otros segmentos y productos de subsidios cruzados ha creado un caso convincente para las grandes aseguradoras para entrar en este segmento.

8. REVOLUCIÓN DIGITAL

La conversación en los últimos diez años ha pasado de las hojas de cálculo a cadenas de bloques (block chains); desde formularios en papel hasta datos masivos (big data); y de las líneas directas a los robots de conversación (chatbots). Los avances en tecnología como la ubicuidad de [los teléfonos móviles](#), [mejores análisis de datos](#), sistemas de identificación nacional, satélites y drones permiten a los proveedores llegar a nuevos clientes, automatizar los procesos de back-end, mejorar la identificación de riesgos y reducir los costos. Además, los proveedores de insurtech están compitiendo por interrumpir la industria. Los desafíos en torno a la privacidad y la protección del consumidor continúan, a medida que los datos son más accesibles y los proveedores pasan de los modelos de distribución de alto contacto al de bajo contacto.

9. EL PAPEL DE LOS GOBIERNOS

Los gobiernos utilizan cada vez más los seguros para alcanzar los objetivos de las políticas públicas, especialmente los relacionados con la cobertura universal de salud, la seguridad alimentaria y la adaptación al cambio climático. Hemos visto un aumento en el número de planes patrocinados por el gobierno en todo el mundo que se han asociado con el sector financiero para mejorar la eficiencia. Por ejemplo, los trabajadores del sector informal y sus familias a menudo no están cubiertos por los esquemas de salud pública debido a las dificultades para identificarlos e inscribirlos, y para financiar su cobertura de manera eficiente y equitativa. Los planes de salud gubernamentales buscan cerrar esta brecha en la cobertura de la población mediante el uso de

formas innovadoras de focalizar e inscribir a las poblaciones excluidas (incluidos [los esfuerzos de la Agencia Nacional de Seguros de Salud en Ghana para digitalizar las renovaciones y las reclamaciones](#)). De manera similar, hay consenso en que el seguro debe ser parte de cualquier estrategia nacional de desarrollo agrícola, integrándolo como una herramienta de mitigación de riesgos para lograr que la cadena de valor sea más resistente.

10. ENFOQUE DE DESARROLLO DE MERCADO

A pesar de los progresos realizados, sigue existiendo una necesidad urgente de acelerar el crecimiento de los mercados de seguros inclusivos en muchos países. Hace diez años, el enfoque estaba en trabajar con proveedores de seguros individuales y en desarrollar su capacidad. Esto resultó ser insuficiente. Por otro lado, un proceso de desarrollo de mercado estructurado que reúne a toda la gama de partes interesadas, desde reguladores, ministerios, asociaciones de la industria, aseguradores y distribuidores, ha sido más efectivo. Un [enfoque de desarrollo con múltiples partes interesadas](#) (ver gráfico) en mercados como Zambia, Etiopía, Senegal, Nigeria, Indonesia, Bangladesh y Filipinas ha llevado a un mayor número de clientes cubiertos, y un mayor valor y diversidad de productos en oferta.

El enfoque de la OIT para el desarrollo del mercado con múltiples partes interesadas:

DIAGNÓSTICO Y MEDICIÓN DEL PROGRESO

- Diagnóstico del mercado
- Medición del progreso y seguimiento

INVOLUCRAR A LAS PARTES INTERESADAS

- Taller de compromiso
- Hoja de ruta / plan de trabajo
- Estructura de gobierno y múltiples partes interesadas
- Memorandum de entendimiento
- Pautas para los diferentes grupos de interés

COMPARTIR LAS MEJORES PRÁCTICAS

- Comunidad de práctica regional
- Conferencia de aprendizaje
- Perfiles de países
- Estudio de casos
- Protocolo de difusión nacional

AMBIENTE APTO

- Plan regulatorio
- Directrices de protección del consumidor
- Pautas para aprovechar el seguro para políticas públicas (cobertura de salud universal, seguridad alimentaria, mitigación del impacto del cambio climático)
- Directrices para gestionar las APP y desarrollar subvenciones inteligentes

DEMANDA ESTIMULANTE

- Directrices sobre educación del consumidor
- Encuestas de demanda
- Formación en investigación de mercados y herramientas para profesionales

La OIT se complace en celebrar diez años de promoción de seguros de calidad a escala. Únase a nosotros para hacer un balance de dónde estamos, lo que hemos aprendido y cómo planeamos seguir adelante. A lo largo de 2018, compartiremos lecciones y experiencias del pasado y presentaremos nuevas ideas para el futuro.

FORTELECIMIENTO DE LA OFERTA

- Evaluación de las necesidades del proveedor/distribuidor
- Creación de capacidad (módulos de capacitación, enfoque de entrega, capacitación de capacitadores (ToT), evaluación del instituto de capacitación, Memorandum de entendimiento)
- Fondo de aceleración de microseguros (combinado con asistencia técnica)
- Exposición de emparejamiento de distribución
- Taller de casos de negocios
- Evaluación del valor del cliente a nivel país
- Bases de datos propiedad de la industria



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

4, route des Morillons
CH-1211 Genève 22

Suiza

Tel.: +41 22 799 6478

Fax: +41 22 799 6896

Email: impactinsurance@ilo.org

Web: www.ilo.org/impactinsurance

Encuentrenos en las redes sociales



/impactinsuranceFacility



@ILOFacility



Social Finance & Impact Insurance

Desde una perspectiva de justicia social, el programa de Finanzas Solidarias trabaja con el sector financiero para facilitar su contribución a la Agenda de Trabajo Decente de la OIT. En esta perspectiva, trabaja con bancos, instituciones de microfinanzas, cooperativas de crédito, aseguradoras, inversores y otros actores para probar nuevos productos, enfoques y procesos financieros. El programa Impact Insurance contribuye a este trabajo ayudando a la industria aseguradora, los gobiernos y sus socios a darse cuenta del potencial del seguro en términos de desarrollo económico y social.



Nos gustaría agradecer a nuestro socio, la GIZ, por apoyar la publicación de este documento.