



Oficina
Internacional
del Trabajo

CASE BRIEF: **NAYA JEEVAN**

Jeanna Holtz y Alice Merry

CASE BRIEF:

NAYA JEEVAN

Nombre del producto: Naya Jeevan Health Plan

Lugar de Implantación: Pakistán

Descripción: Plan de asistencia de salud para trabajadores de bajos ingresos, subvencionado por su empleador u otra organización patrocinadora.

Prestaciones: Servicios sin pago en efectivo, basado en tarjetas en más de 190 hospitales privados de alta calidad en todo Pakistán. El producto cubre la totalidad de hospitalización, incluyendo todas las traumatologías, urgencias de medicina interna, procedimientos ambulatorios (p. ej. colonoscopia) y cirugía ambulatoria. También cubre todos los gastos de medicina ambulatoria dentro de los 30 días siguientes a la hospitalización y asociados con la causa de la hospitalización.

La suma asegurada es de US\$1.500 l año, referenciada a la cobertura de cirugía de bypass cardiaco en la red nacional de servicio médico. Se usa un fondo filantrópico cuando algún miembro presenta patologías que están excluidas de la póliza de seguro.

Las prestaciones aseguradas se complementan por servicios de valor agregado, que incluyen:

- Orientación in situ sobre el servicio y talleres de formación
- Una línea de telemedicina 24 horas/ 7 días a la semana de “médico de familia”
- Sesiones enfocadas de educación preventiva de salud
- Una evaluación inicial de riesgo de salud de los beneficiarios asegurados, con informes sobre el “perfil de riesgo” de la plantilla laboral para el empleador

Prima: Aproximadamente US\$2 mensuales por persona

Número de clientes: 25.190 beneficiarios asociados a 83 empresas patrocinadoras a finales de 2013.

UN MODELO INNOVADOR PARA LA FINANCIACIÓN DEL MICROSEGURO DE SALUD

Financiar los gastos de salud para hogares con bajos ingresos es un reto significativo. Naya Jeevan está probando un método innovador orientado a hacer que los servicios de asistencia de salud de calidad sean accesibles a los trabajadores de bajos ingresos en Pakistán. Naya Jeevan busca patrocinadores que paguen la mayor parte de la prima en nombre de los trabajadores a los que dan empleo o con los que tienen una relación comercial, p. ej. cadenas de suministro de las empresas. Al mismo tiempo que facilita una forma de financiar un diseño más generoso de prestaciones de seguro de asistencia médica, este modelo da a Naya Jeevan acceso a grupos de clientes con bajos ingresos. Hasta ahora, Naya Jeevan se ha centrado en tres grupos de beneficiarios:

1. Trabajadores domésticos de servicio, tales como cocineros o chóferes (los directores y ejecutivos de las grandes compañías multinacionales subvencionan la asistencia sanitaria de los trabajadores de servicio que tienen en sus hogares).
2. Empleados de bajos ingresos, como trabajadores de fábricas o personal de restaurantes.
3. Trabajadores de bajos ingresos dentro de las cadenas de valor de las empresas, tales como proveedores o pequeños minoristas.

Como resultado, Naya Jeevan sirve efectivamente a dos grupos de clientes: los patrocinadores empresariales y los beneficiarios de bajos ingresos. Los beneficiarios reciben una asistencia médica accesible y de calidad y se les evitan los gastos económicos de incidentes de salud graves. Los empleadores demuestran su responsabilidad social como empresas y pueden recompensar e incentivar la fidelidad entre los trabajadores de bajos ingresos.

ASOCIACIÓN CON UNILEVER

La primera asociación de Naya Jeevan con una compañía multinacional fue con Unilever. Como resultado de esta colaboración, Unilever requirió a todos sus más de 100 distribuidores (de pequeñas a medianas empresas) que ofrecieran el seguro de asistencia médica a sus empleados de servicio y formales como condición previa para hacer negocios con Unilever. Como resultado de esta medida solamente, más de 1.400 beneficiarios gozan ahora de cobertura gracias a Naya Jeevan. Unilever está planificando la expansión de esta colaboración para cubrir también a los agentes móviles de venta de helados que venden los diferentes productos de helados de Unilever con bicicletas o triciclos.

La motivación de Unilever no es puramente filantrópica – empleados informales de uno de sus distribuidores sufrieron un accidente mientras trabajaban que murieron porque el distribuidor no pudo pagar los gastos médicos. La atención de

“Unilever Pakistán está entusiasmada al actuar como pionera en la asociación con Naya Jeevan en términos de su plan de asistencia sanitaria para los hogares de bajos ingresos... Es una situación en la que todas las partes salen beneficiadas, porque así tenemos trabajadores más dinamizados y motivados.” - Shafaq Omar, Director de Recursos Humanos, Unilever Pakistán

los medios de comunicación a este asunto bien podría deteriorar la imagen de Unilever.

La asociación con Unilever ha posibilitado que Naya Jeevan brinde seguro de asistencia médica a pequeñas empresas. Sin embargo, la expansión del programa para cubrir a más empleados de Unilever ha progresado de forma heterogénea. Naya Jeevan trató previamente de persuadir al personal de dirección de Unilever que gozaba de ingresos altos y medios para que proveyeran de seguro de asistencia médica al personal de servicio que tenían en sus casas. A pesar del interés y de la aparente buena voluntad, el lanzamiento inicial no tuvo éxito ya que el personal de dirección de Unilever se echó atrás ante la cantidad de papeleo manual que era necesario para inscribir a sus trabajadores domésticos. Naya Jeevan está trabajando con Unilever para establecer un proceso de inscripción en línea muy sencillo, con la opción de que el personal de dirección pague las primas del seguro de sus empleados domésticos por medio de una deducción automática de sus nóminas.

RETOS

La principal limitación del modelo de negocio de Naya Jeevan hasta la fecha ha sido su incapacidad para afiliar grandes números de personas no aseguradas en una sola operación. Varios socios todavía están comprobando la calidad del servicio con un pequeño grupo de beneficiarios, o sencillamente están progresando con lentitud debido a los impedimentos burocráticos y las muchas personas que participan en la toma de decisiones en las grandes organizaciones. Esto pone a Naya Jeevan en una posición que es un auténtico reto ya que tiene que seguir dilatando procesos de venta y al mismo tiempo ha de demostrar su excelencia a una serie de patrocinadores sin la masa crítica de beneficiarios que podría hacer más viable el proyecto en términos económicos.

Su penetración en el mercado, más lenta de lo previsto, ha obligado a Naya Jeevan a explorar continuamente canales de distribución adicionales o segmentos con nuevos nichos de mercado. Muchas empresas menores se han mostrado receptivas al plan de asistencia médica. En particular, Naya Jeevan ha comprobado que los restaurantes han demostrado estar particularmente interesados en el producto. Los trabajadores asegurados de un restaurante han hecho correr la voz respecto a Naya Jeevan a sus colegas de otros restaurantes cercanos, con lo que han hecho aumentar la demanda del producto.

Además, las pequeñas empresas de Pakistán reciben frecuentemente de sus empleados peticiones de ayuda para financiar los gastos médicos cuando se produce una emergencia de salud. Muchos de los clientes de Naya Jeevan prefieren el seguro a los costos impredecibles y las difíciles decisiones en relación con estas peticiones.

Sin embargo, este enfoque requiere que Naya Jeevan capte un gran número de pequeñas

empresas a fin de alcanzar un número crítico de asegurados. Además, dado que cada una de estas empresas solamente da empleo a un pequeño número de trabajadores, puede que, a lo largo de todo un año, dentro de ese pequeño número de trabajadores ninguno necesite una hospitalización que genere una solicitud de prestación del seguro, lo que hará más improbable la renovación. Como resultado, el reclutamiento y retención como clientes de estas pequeñas empresas son intensivos en recursos.

VALOR PARA LOS PATROCINADORES Y LOS BENEFICIARIOS

En muchos aspectos, los intereses de las empresas clientes y los de los beneficiarios están alineados. Una plantilla saludable y motivada es, por lo general, beneficiosa para los empleadores. En algunos casos, la salud de los trabajadores tiene un efecto directo en los negocios. Por ejemplo, los restaurantes tienen mucho interés en aprovechar las revisiones médicas anuales de Naya Jeevan, que con frecuencia han detectado enfermedades contagiosas (como la tuberculosis) entre los trabajadores de restaurantes.

Sin embargo, las prioridades y necesidades de los clientes empresariales y de sus correspondientes beneficiarios pueden diferir a veces. Por ejemplo, los talleres presenciales y las revisiones médicas constituyen un aspecto importante de la propuesta de valor de Naya Jeevan a los beneficiarios. Para asegurar que los beneficiarios pueden tener acceso a estas prestaciones, tanto los talleres como las revisiones se suelen llevar a cabo en el lugar de trabajo, frecuentemente durante el horario laboral. Estas sesiones requieren el apoyo activo de las compañías patrocinadoras y representan un costo de oportunidad inmediato para ellas. Como resultado, algunas compañías han reducido el número de actividades cara a cara organizadas para sus empleados.

Esta es una de las motivaciones subyacentes del plan de Naya Jeevan para trasladar los componentes de sus servicios de valor agregado hacia una red integrada de clínicas para pacientes externos sin pago en efectivo. Esto permitiría a los trabajadores el buscar una asistencia primaria cuando la necesitaran en lugar de recibirla en momentos específicos durante las horas de trabajo.

Además, Naya Jeevan ha reconocido la necesidad de una comunicación interna más proactiva. Su equipo de ventas se centra en gran medida en clientes empresariales, mientras que el equipo médico está más cerca de los beneficiarios de bajos ingresos de Naya Jeevan. Esta organización empezó a publicar un boletín interno mensual, con casos reales de clientes y reuniones semanales para cambio de impresiones entre los dos equipos. Esto ha permitido que el personal comprenda mejor las necesidades tanto de patrocinadores como de beneficiarios.

CUBRIENDO LA ASISTENCIA PRIMARIA

La demanda que con más frecuencia formulan los beneficiarios de Naya Jeevan es sobre la cobertura de asistencia de salud primaria.

“La tarjeta de Naya Jeevan tiene que cubrir la asistencia primaria, porque tenemos afecciones menores —resfriados, gripe, tos, fiebre— y no te ingresan por estas molestias. Así pues, necesitamos una clínica en la que se nos pueda tratar por estas afecciones leves, lo que nos protege evitando que contraigamos enfermedades más graves”.

Shakila Bibi, trabajadora de fábrica, Global Uniforms.

En respuesta a esto, Naya Jeevan abrió su clínica para asistencia primaria en 2012 y desde entonces ha ampliado su red con cinco clínicas adicionales. Naya Jeevan percibe cada vez con mayor claridad la necesidad de ampliar su oferta de asistencia primaria. Es consciente de que tanto los beneficiarios como los patrocinadores están más predispuestos a aportar una prima por un producto de seguro que incluya los servicios ambulatorios más utilizados. Puede ver un breve video que ilustra este cambio en: www.microinsurancefacility.org/videos/pursuing-primary-care

En una próxima fase, Naya Jeevan planifica la integración de una red de cobertura nacional de clínicas de medicina ambulatoria sin pago en efecto usando un sistema común de información médica, y aprovechando la tecnología m3ovil, como telemedicina con asistencia de enfermera y una plataforma de banca móvil.





Acogido por el Programa de Finanzas Sociales de la Organización Internacional del Trabajo, el Fondo para la Innovación en Microseguros intenta aumentar la disponibilidad de seguros de calidad para las familias de bajos ingresos en el mundo en desarrollo con el fin de ayudarles a protegerse contra riesgos y superar la pobreza. El Fondo se inició en 2008 con el apoyo de una subvención generosa de la **Fundación Bill y Melinda Gates** a fin de contribuir a que la cobertura de los seguros llegara a millones de personas de bajos ingresos en el mundo e promover las lecciones aprendidas en término de microseguros. Se benefició también de subvenciones de **varios donantes** dentro de los cuales la **Z Zurich Foundation** y **AusAID**.

Ver más en
www.ilo.org/microinsurance