

Productos innovadores para consumidores de economías emergentes

6º Foro de Consulta, 11-12 de mayo, Marrakech. Marruecos.

Creciente diversidad de productos en los mercados de seguros de la región africana. –aunque siguen predominando las coberturas de vida, desgravamen y accidentes, las coberturas de salud, propiedad y agrícola que revisten mayor complejidad han estado experimentando un crecimiento proporcionalmente más significativo. Los paquetes de productos que ofrecen más de un tipo de cobertura dieron cuenta del 45% del total de productos en 2014. Entre 2011 y 2014, se lanzó al mercado 100 productos, principalmente en Ghana, Kenia, Zambia y Nigeria. Hasta el 40% de nuevos productos ofrecen algún tipo de cobertura de salud, y 22% ofrecen algún tipo de seguro para las propiedades. Los Operadores de Redes Móviles (ORM) desempeñan un rol de creciente importancia en tanto canal de distribución de microseguros, y representaron el 13% de los seguros de vida de la región en 2014¹.

Los productos están mejor adaptados a las necesidades de los clientes y proporcionan más valor al consumidor final. Los productos de microseguros son cada vez más flexibles, mejor adaptados a las necesidades y preferencias individuales, y más fáciles de contratar. Por ejemplo, los pagos mensuales de las primas y el reembolso a los clientes de un porcentaje en fechas específicas de la duración de la póliza hacen que los productos sean más atractivos para las personas de ingresos variables o limitados. Por ejemplo, OUTurance, de Sudáfrica, ofrece reintegrar en efectivo la totalidad de las primas pagadas después de transcurrido un período de 15 años libres de siniestros, como premio a los clientes por mantenerse en buen estado de salud y seguridad durante dicho período. Al diseñar un microseguro, también es importante tener en cuenta las percepciones culturales. Por ejemplo algunas comunidades pueden estar más dispuestas a conversar sobre un “seguro de vida” que a hablar de “seguros de sepelio”.

Los productos han evolucionado y buscan dar beneficios más tangibles a los clientes a través de ofertas de servicios no relacionados al pago de indemnizaciones. En Ghana el producto Llama a un Doctor de BIMA dar consejos médicos a los consumidores por celular. Otro plan de renta hospitalaria también en Ghana ofrece cobertura por un máximo de 30 noches de hospitalización. Un microseguro de salud que ofrece el Grupo CIC en Kenia proporciona un paquete integral que cubre fallecimiento, sepelio y un ingreso semanal por dos años en caso de discapacidad total. Este esquema también se relaciona con la cobertura del Fondo Nacional

La penetración de la telefonía móvil, que cubre el 67% del África, es una herramienta más económica para llegar a los clientes de micro-seguros”.

Douglas Lacey, *LeapFrog Investments*

“Debemos asegurar en tanto reguladores que las micro-aseguradoras puedan ofrecer productos sostenibles, accesibles y asequibles”.

Tulu Belay, *Banco Nacional de Etiopía*

“Es crucial hacer encuestas para monitorizar el desarrollo de productos y mejorar la recolección de datos cuantitativos y cualitativos”.

Lydia Bawa, *Comisión Nacional de Seguros, Ghana*

“Para que un producto de microseguro de salud despegue usando dinero electrónico, siempre hay que tener en cuenta un periodo de retraso y una tasa baja de reclamos debido a la falta de educación del mercado”.

Stephen Cartwright, *MicroEnsure*

“Productos simples, comunicación clara en lenguaje local y uso de plataformas existentes para la entrega de productos son clave para mejorar el valor para el cliente” Lemmy Manje, *Consultor, Zambia*

¹ Ver [The Landscape of Microinsurance in Africa 2015](#) (2016) publicado por la Fundación de la Red de Micro-Seguros y Reaseguradoras de Munich.



de Seguro Hospitalario y ofrece un paquete familiar para servicios de hospitalización en hospitales privados y estatales.

Los agregadores de clientes ofrecen cada vez más productos de microseguros. Aprovechar plataformas establecidas para ofrecer microseguros mejora el acceso, es económicamente eficiente y añade valor para el consumidor final. Algunas compañías farmacéuticas, por ejemplo, ofrecen productos de microseguros de salud. En otros casos, los operadores de redes de celulares, los minoristas o los bancos rurales se asocian con aseguradoras para ofrecer productos de microseguros a sus numerosos clientes. El agregador simplifica el pago y la logística de la suscripción, entrega de productos y el procesamiento de siniestros gracias a los avances de la tecnología financiera, o “fintech”, que reducen los costos de estos modelos de negocio.

Los datos son cruciales para que tanto las aseguradoras como los reguladores puedan el desarrollo de los productos y el valor para el cliente. Es esencial realizar encuestas a clientes frecuentes, así como recolectar datos del desempeño de las empresas de seguros para estudiar cómo evoluciona el producto y saber si los clientes comprenden el producto y si están satisfechos con él. Siempre que se proteja los datos y la privacidad, se puede captar datos usando las plataformas existentes, como por ejemplo las cuentas de celulares. Adicionalmente, los supervisores necesitan datos cualitativos y cuantitativos para asegurar que los productos de microseguros sean sólidos y se ajusten a las necesidades de los clientes.

La educación financiera del consumidor es importante para impulsar la conciencia y estimular la demanda. Si no se complementa la oferta con esfuerzos para educar financieramente a los consumidores, entonces, es poco probable que los consumidores sepan cómo obtener valor de los productos ni se sientan motivados a comprarlos por iniciativa propia. Todas las partes interesadas tienen un papel que desempeñar en la educación del consumidor. La educación financiera del consumidor funciona mejor si las partes interesadas públicas y privadas colaboran, de preferencia sustentados en una estrategia nacional y en fuentes de financiación conjunta. En Sudáfrica, por ejemplo, dichos esfuerzos se financian parcialmente mediante un impuesto obligatorio a las utilidades del sector seguros. En Kenia, la autoridad supervisora creó un departamento de capacitación para educar a la población en cuestiones de seguros. En la mayoría de los casos, el proceso de suscripción del seguro incluye un elemento de educación del consumidor.

Los gobiernos pueden desempeñar un papel importante en el apoyo al crecimiento de servicios financieros y de seguros inclusivos. Algunos países, como Togo, han creado fondos financieros inclusivos que apoyan a las instituciones de microfinanzas, las que, a su vez, proveen productos de microseguros asociados a los créditos para la población de bajos ingresos. Estos productos van desde coberturas por sepelio, accidentes personales e incendios hasta seguros de salud. En otros casos, particularmente en el área de los seguros agrícolas, los gobiernos están subsidiando productos e impulsando programas piloto.

Se tiene que concientizar a las autoridades públicas sobre la importancia del papel del sector seguros. El desarrollo del mercado de seguros tiene un papel importante para estimular el crecimiento económico en un país y ayudar a los gobiernos a alcanzar sus metas de desarrollo más generales, como la seguridad alimentaria y la adaptación al cambio climático. Sin embargo, este papel no siempre se reconoce, y eso puede a veces impedir el desarrollo de los microseguros. Se debe educar también a las autoridades públicas y no sólo a los consumidores.

Lecciones clave sobre desarrollo de productos

Para supervisores y formuladores de políticas

- Desarrollar programas de capacitación y herramientas de concientización para sensibilizar a los formuladores de políticas respecto de la relevancia e impacto de los seguros
- Reunir regularmente datos sobre uso de productos y encuestas de satisfacción de clientes, directamente o de la industria, para monitorizar el valor para el cliente
- Asociarse con entidades privadas para financiar medidas de concientización sobre los seguros y campañas como programas itinerantes y de debates como un proceso de largo plazo
- Informar a los gobiernos sobre la importancia de los seguros para ampliar las agendas de políticas, como el desarrollo económico, la adaptación al cambio climático y la cobertura de salud universal
- Alentar la innovación adoptando un enfoque proporcional de supervisión y regulación y permitiendo cierta flexibilidad
- Intercambiar mejores prácticas y enfoques eficaces entre pares de diferentes regiones

Para el sector seguros

- Desarrollar la consciencia de los consumidores utilizando modelos de roles fuertes y convincentes como testimonios para promover el productos
- Asegurar que el proceso de suscripción sea simple y también eduque al cliente
- Establecer compromisos proactivos con los clientes, por ejemplo, a través de convocatorias regulares
- Establecer una comunicación clara que el consumidor comprenda y que esté conectada con su entorno cultural
- Asegurar que la documentación sea fácil de comprender y accesible para el

consumidor, por ejemplo, usando documentación en el lenguaje local

- Preparar productos sencillo a la medida que añadan valor y proporcionen un servicio tangible adicional al cliente
- Empaquetar diversas coberturas de seguros para hacerlos más asequibles y accesibles
- Potenciar los canales de distribución disponibles para microseguros, como los bancos rurales, farmacias y las operadoras de redes de celulares
- Recabar datos periódicamente para comprender las necesidades del consumidor y desarrollar de productos