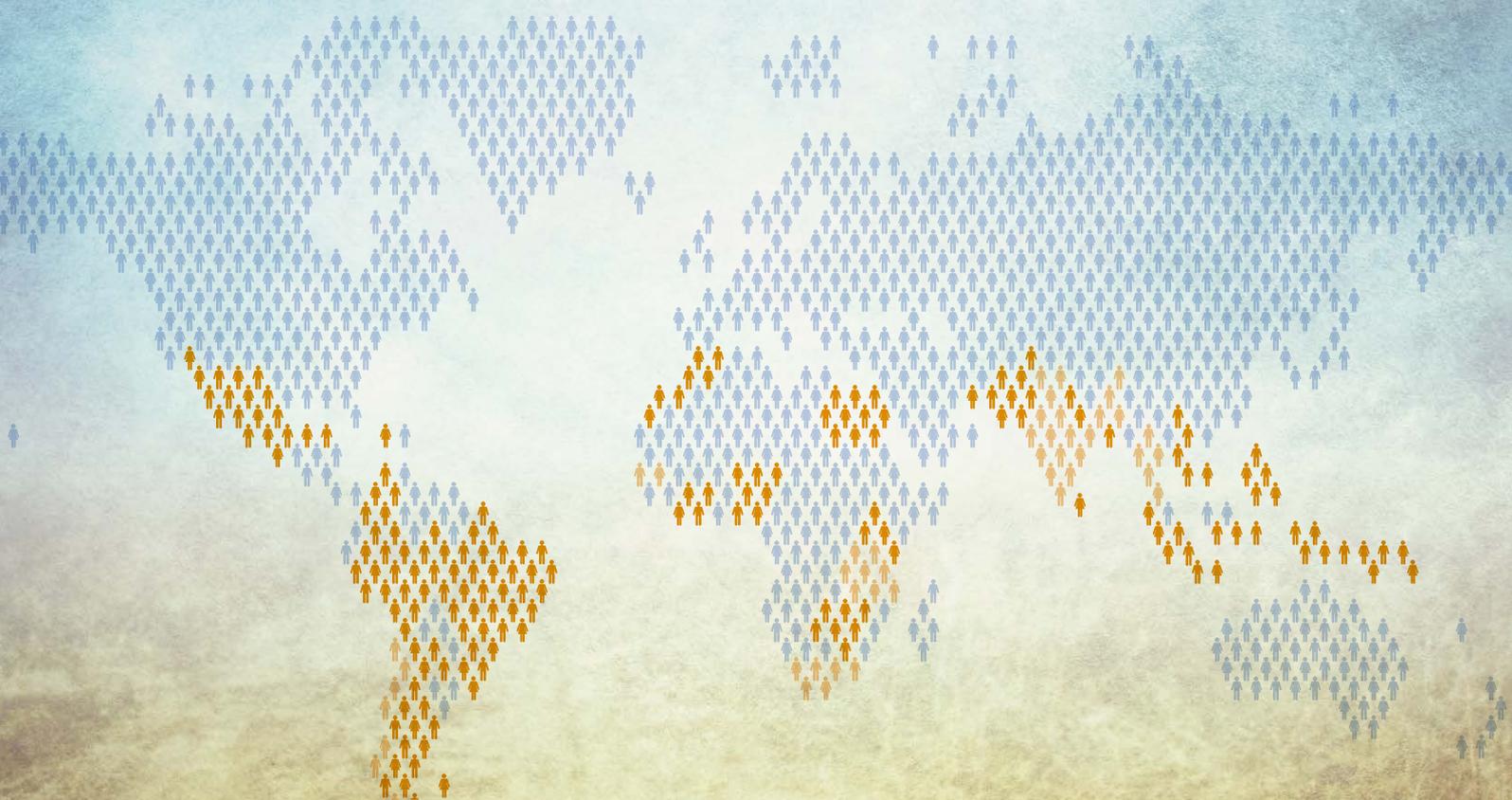


Panorama del microseguro

2020



Con el apoyo de



THE GOVERNMENT
OF THE GRAND DUCHY OF LUXEMBOURG



LUXEMBOURG
AID & DEVELOPMENT



AFD
AGENCE FRANÇAISE
DE DÉVELOPPEMENT



Publicado por: Microinsurance Network
www.microinsurancenetwork.org

Diseño gráfico: www.orbital.co.uk

Autora: Alice Merry, consultora de Inclusión Financiera, Perú.

La publicación está protegida por la ley del 18 de abril de 2001 del Gran Ducado de Luxemburgo relativa a las bases de datos de derechos de autor y leyes conexas. Queda estrictamente prohibido reproducir cualquier artículo de esta publicación, sea de manera parcial o total, sin el consentimiento por escrito del editor.

La información cuantitativa presentada en este documento no representa un número absoluto de productos, clientes u otros datos. Más bien se informa de lo que el equipo pudo identificar como microseguro. Si bien los datos del presente estudio no representan una medición absoluta del microseguro en las tres regiones estudiadas, el conjunto de los datos es lo suficientemente grande como para representar el “panorama” del microseguro y ofrecer, en su mayor parte, una imagen precisa de estos mercados y de sus componentes.

Descargo de responsabilidad: Los puntos de vista, opiniones y teorías de todos los resultados del programa del Mapa Mundial del Microseguro (WMM en sus siglas en inglés) que figuran en el presente documento corresponden exclusivamente a los autores y no necesariamente reflejan los puntos de vista, opiniones y teorías de Microinsurance Network, de sus miembros y/o instituciones afiliadas ni de sus patrocinadores y entidades relacionadas. Además, los nombres de países y territorios, las fronteras y/o los tamaños a escala que se describen en este documento, las imágenes de los mapas de WMM y el mapa interactivo en línea tienen fines ilustrativos y no implican la expresión de opinión alguna de parte de Microinsurance Network, de sus miembros y/o sus instituciones afiliadas ni de sus patrocinadores y entidades relacionadas sobre la condición jurídica de los países o territorios o sobre la delimitación de sus fronteras o límites. Microinsurance Network no se pronuncia de manera alguna con respecto a la exactitud o la fiabilidad de ninguna información, punto de vista, opinión y teoría que conste en este documento. Por el presente, Microinsurance Network se exime de toda responsabilidad al respecto.

ISBN 978-2-9199658-1-6

© 2020 by Microinsurance Network.
Todos los derechos reservados.

Índice

Reconocimientos	5
Glosario	6
Abreviaturas y siglas	7
1 Resumen ejecutivo	9
2 Metodología	11
3 Visión global	13
3.1 Tamaño y evolución del mercado	13
3.2 Productos	18
3.3 Distribución	21
3.4 Género	24
3.5 Siniestralidad	25
3.6 El impacto de la COVID-19	26
4 África	29
4.1 Tamaño y evolución del mercado	29
4.2 Productos	32
4.3 Distribución	34
4.4 Género	36
4.5 Siniestralidad	37
5 Asia	39
5.1 Tamaño y evolución del mercado	39
5.2 Productos	42
5.3 Distribución	44
5.4 Género	46
5.5 Siniestralidad	47
6 América Latina y el Caribe	49
6.1 Tamaño y evolución del mercado	49
6.2 Productos	52
6.3 Distribución	54
6.4 Género	55
6.5 Siniestralidad	55
Apéndice A. Cuestionario para el <i>Panorama del microseguro 2019</i>	56
Apéndice B. Aseguradoras por país y tasas de respuesta	57
Apéndice C. Tasas de respuesta para cada indicador y región	58

Figuras, tablas y recuadros

Lista de figuras

Figura 1	Mapa mundial de regulación de seguros incluyentes en 2019 de la Access to Insurance Initiative (AZii)	16-17
Figura 2	Personas cubiertas en todas las regiones por línea de productos	19
Figura 3	Primas cobradas (en millones de USD) en todas las regiones por línea de productos	19
Figura 4	Proporción de productos en las tres regiones que hacen uso de cada tipo de canal de distribución	21
Figura 5	Índices de siniestralidad medios en todas las regiones por línea de productos	25
Figura 6	Personas cubiertas por línea de productos en África	33
Figura 7	Primas cobradas (en millones de USD) por línea de productos en África	33
Figura 8	Proporción de productos que hacen uso de cada tipo de canal de distribución en África	34
Figura 9	Índices de siniestralidad medios en África por línea de productos	37
Figura 10	Personas cubiertas en Asia por línea de productos	43
Figura 11	Primas cobradas (en millones de USD) por línea de productos en Asia	43
Figura 12	Proporción de productos que hacen uso de cada tipo de canal de distribución en Asia	44
Figura 13	Índices de siniestralidad medios en Asia por línea de productos	47
Figura 14	Personas cubiertas por línea de productos en América Latina y el Caribe	53
Figura 15	Primas cobradas (en millones de USD) por línea de productos en América Latina y el Caribe	53
Figura 16	Proporción de productos que hacen uso de cada tipo de canal de distribución en América Latina y el Caribe	54
Figura 17	Índices de siniestralidad medios en América Latina y el Caribe por línea de productos	55

Lista de tablas

Tabla 1	Países seleccionados para el estudio del panorama del microseguro de este año	11
Tabla 2	Estimación de la proporción de los datos de población y de mercado recogidos en los países estudiados en cada región	14
Tabla 3	Porcentaje medio de clientas mujeres en cada región	24
Tabla 4	Datos sobre reclamaciones en cada región	25
Tabla C1	Número y proporción de productos reportados por línea de productos	58
Tabla C2	Número y proporción de productos sobre los cuales se facilitaron datos útiles para cada indicador.	58

Lista de recuadros

Recuadro 1	Perfiles de país	8
Recuadro 2	Definición de trabajo de microseguro	10
Recuadro 3	Personas cubiertas	18
Recuadro 4	Desarrollo de seguros basados en índices en África Occidental	31
Recuadro 5	El mercado indio de microseguros	40
Recuadro 6	Potencial de crecimiento de los microseguros en Jamaica	50

Reconocimientos

Microinsurance Network agradece a los patrocinadores, a saber, el Ministerio de Asuntos Exteriores y Europeos de Luxemburgo, el Ministerio de Finanzas de Luxemburgo, la Agencia de Desarrollo Francesa, AXA Emerging Customers y la Federación de Seguros de Egipto por el apoyo financiero y todas sus demás contribuciones, que han hecho posible este estudio.

Expresamos un agradecimiento especial a todas las aseguradoras y agregadores de seguros que dedicaron su tiempo y sus esfuerzos a facilitar los datos esenciales para este estudio.

Reconocemos la dedicación y contribución de los investigadores de nuestro país, especialmente teniendo en cuenta los desafíos creados ante la necesidad de llevar a cabo la investigación primaria entre marzo y julio de 2020, cuando la mayoría de los países estaban viviendo cierto grado de confinamiento debido a la pandemia global: Aisha Bashir (Nigeria); Pierre Bonzom (Marruecos); Joseph Chikonde (Zambia); Guillaume Dugu (Ruanda); Ana Hernández (Argentina, Bolivia, Chile, Colombia, México, Perú); Nguyen Hong Huong (Vietnam); James Irungu Kimani (Kenia); Prashansa Jain (Filipinas); Saheem Khizar (Pakistán); Thanuja Krishnaratna (Sri Lanka), Kingsley Kwabahson (Ghana); Jemma Maclear (Camboya y Sudáfrica); Atanu Mazumdar (India); Reinhard Marcellino (Indonesia); Prechhya Mathema (Nepal); Justina Moonga (Tanzania); David Mureriwa (Zimbabue); Porntida Poontirakul (Tailandia); Katharine Pulvermacher (Jamaica); Sisili Rahman (Bangladesh); Alex Sea (Costa de Marfil); Yasmine Badr (Egipto); Ibrahima Sy (Senegal); y Bento Zanzini (Brasil).

Queremos agradecer también a los expertos entrevistados por ofrecer sus perspectivas sobre el desarrollo de los mercados de microseguros, entre ellos Hannah Grant (Access to Insurance Initiative); Dominik Wehgartner (Allianz); Quentin Gisserot y Laura Rosado (AXA); Mathilda Ström (BIMA); Jeremy Gray y Christine Hougaard (Cenfri); Pedro Henrique Fernandes Pinheiro (CNseg); Thomas Wiechers y Kelvin Massingham (Financial Sector Deepening Africa); Gregor Sahler (GIZ); Mark Robertson y Deanne Van Doesburgh (Hollard); Pranav Prashad (Programa Impact Insurance de la OIT); Roshaneh Zafar (Fundación Kashf); Alejandra Díaz Agudelo (MiCRO); Richard Leftley (Micro Insurance Company); Queenie Chow y Mariah Mateo Sarpong (Microinsurance Centre en Milliman); Syed Mohsin Ahmed (Microinsurance Network de Pakistán); Lorenzo Chan (Pioneer); Gilles Renouil (Women's World Banking); y Craig Thorburn (Banco Mundial).

Por último, agradecemos a los miembros del Grupo de Mejores Prácticas del Panorama de Microinsurance Network por sus aportaciones y comentarios a lo largo de este estudio: AZii; ADA; AM Best; AXA Emerging Customers; BRS; Cenfri; CNSeg; Denis Garand & Associates; Fasescolda; Fundación Profine; GIZ en nombre de BMZ; Guardian Life; IFAD; Programa Impact Insurance de la OIT; InsuResilience Global Partnership; Mercy Corps; Microinsurance Centre en Milliman; Microinsurance Master; Milliman; Munich Re Foundation; Centro de Gestión de Riesgos y Seguros (conocido también como The Katie School of Insurance and Risk Management) de la Universidad Estatal de Illinois; Centro de Análisis Económico de Riesgo (CEAR) de la Universidad Estatal de Georgia; y Women's World Banking.

Dentro de este grupo incluimos con un agradecimiento especial a nuestros revisores: Marieme Ba; Hui Lin Chiew; Denis Garand; Quentin Guisserot; Mariah Mateo-Sarpong; Michael J. McCord; Steve Mitchell; Bert Opdebeeck; Teresa Pelanda; Dirk Reinhard; Gregor Sahler; y Kay Tuschen.



Glosario

Seguro de accidentes:

Seguro que cubre un caso de accidente imprevisto, inesperado y sin intencionalidad por parte del asegurado.

Actuario:

Técnico experto en seguros y matemáticas aplicadas que aplica teorías de la probabilidad, la economía y las finanzas al negocio de los seguros y que tiene a su cargo el cálculo de las primas, las reservas y otras valoraciones.

Agente:

Representante de una compañía de seguros que solicita, negocia o efectúa contratos de seguros, y que presta servicios al asegurado en nombre de la aseguradora, generalmente a cambio de una comisión sobre los pagos de la prima.

Corredor:

Como intermediario entre las aseguradoras y los canales de distribución, las funciones de un corredor pueden abarcar desde las propias de un agente hasta las de diseñar productos o encargarse del procesamiento previo de las reclamaciones. A diferencia del agente, el corredor está autorizado en algunos países para tratar con diversas aseguradoras y se le permite encargarse de la administración de manera total o parcial.

Aseguradora cautiva:

Aseguradora o reaseguradora patrocinada y operada por una entidad, generalmente una compañía de seguros, que puede ser utilizada por otra entidad.

Reclamación:

Solicitud de indemnización por parte de un asegurado o beneficiario tras un siniestro debido a una eventualidad asegurada.

Tiempo de respuesta a las reclamaciones:

Promedio de días contados desde la presentación de una reclamación de seguro hasta su pago.

Índice de siniestralidad:

Porcentaje que refleja la proporción existente entre las reclamaciones pagadas y las primas suscritas.

Valor de las reclamaciones:

Importe total pagado por la aseguradora por las reclamaciones aceptadas que presenta el asegurado.

Cobertura:

Alcance de la protección prevista en virtud de un contrato de seguro, así como cualquiera de los diversos riesgos cubiertos por una póliza.

Seguro de vidacrédito:

Cobertura de seguro de vidacrédito diseñado para extinguir la deuda que tenga pendiente un prestatario fallecido.

Seguros de cosecha:

Producto que asegura a los agricultores contra la pérdida de sus cosechas debido a fenómenos naturales tales como sequías, inundaciones, granizadas y otros similares.

Plataforma digital:

Espacio virtual que permite interacciones directas entre consumidores y proveedores de bienes y servicios. Hay plataformas de servicios de movilidad, de entrega de productos y servicios, de comercio electrónico y de trabajadores autónomos, entre otras.

Canal de distribución:

Persona o empresa que ayuda a la aseguradora a distribuir sus productos. Se le denomina también intermediario.

Índice de gastos:

Porcentaje que refleja la proporción existente entre los costes administrativos y las primas suscritas.

Seguro funerario:

Producto diseñado para cubrir el coste de los servicios de sepelio de un asegurado fallecido.

Freemium:

Estrategia de precios mediante la cual se ofrece gratuitamente un producto o servicio y los clientes tienen la opción de adquirir características o servicios adicionales (o de ampliar su cobertura, en el caso de los seguros).

Seguro colectivo:

Póliza que se ofrece a las personas que forman parte de un grupo determinado, p. ej., los empleados de una empresa o los miembros de una organización. Generalmente, la cobertura cesa una vez que el asegurado deja de ser miembro del grupo.

Seguro de salud:

Cobertura por la que se indemniza en caso de enfermedad o lesión. Las pólizas pueden incluir seguros de daños corporales por accidente, gastos médicos, incapacidad, muerte accidental y desmembramiento.

Seguro de apoyo económico por hospitalización:

Seguro de salud mediante el cual se le entrega al asegurado una suma diaria, semanal o mensual estipulada durante la hospitalización, independientemente de los gastos hospitalarios cubiertos.

Seguro individual:

Póliza adquirida directamente por el asegurado, a diferencia del seguro colectivo.

Insurtech:

Uso de las innovaciones tecnológicas en el sector de los seguros.

Seguros de defensa jurídica:

Producto diseñado para cubrir el asesoramiento jurídico y los gastos legales en determinadas circunstancias.

Seguro de vida:

Cobertura para el pago de un determinado importe en caso de fallecimiento del asegurado, ya sea a los herederos de la persona fallecida o a un beneficiario designado.

Seguro de ganado:

Producto que cubre pérdidas en los casos de muerte del ganado previstos en la póliza.

Población de bajos ingresos:

A los efectos de este estudio, la población de bajos ingresos (también llamada de escasos recursos) se refiere a las personas que ganan entre 2 y 20 dólares internacionales por día en paridad de poder adquisitivo. La medición anterior se calculó para

cada uno de los países que se incluyen en el estudio con los datos del Banco Mundial (World Development Indicators).

Seguro obligatorio:

Seguro cuya adquisición es obligatoria, ya sea por requisito gubernamental (por ejemplo, el seguro de automóviles contra daños a terceros) o como una condición para tener acceso a otro servicio (por ejemplo, la suscripción obligatoria de un seguro de vidacrédito cuando se adquiere un préstamo). La cobertura obligatoria puede controlar la selección adversa y reducir considerablemente los costos administrativos.

Microseguro:

Productos cuya prima es moderada en relación a los riesgos asegurados. Se diseñan ex profeso para atender a la población de bajos ingresos. La aseguradora es la tomadora del riesgo y el producto debe aspirar a ser rentable, o al menos sostenible, y administrarse según los principios que rigen los seguros. A los efectos de este estudio, el término “microseguro” abarca todos los productos de se ajustan a esta definición y, por lo tanto, puede incluir productos que la entidad de supervisión de seguros de un determinado país no considere microseguros, ya que tales definiciones varían de un país a otro.

Personas cubiertas:

La cantidad de personas cubiertas incluye a los titulares de las pólizas y a otros asegurados previstos en la póliza. Por ejemplo, una póliza de seguro de vida o de salud puede cubrir a los miembros de la familia. En el caso de los seguros de ganado y de cosecha, las personas cubiertas son la cantidad de ganaderos o de agricultores que han tomado el seguro.

Póliza:

Contrato específico que contiene los términos y condiciones que rigen entre la aseguradora y el asegurado.

Prima:

Uno o más pagos necesarios para activar la cobertura de un seguro y para que siga estando vigente.

Primas cobradas:

La cantidad total de dinero que la aseguradora cobra a los asegurados.

Seguro de propiedad:

Seguro que ofrece protección financiera contra pérdida o daño que sufran bienes muebles e inmuebles como consecuencia de incendio, robo, tormenta, granizo y vandalismo, entre otras causas.

Reglamentación de seguros:

Los gobiernos definen los requisitos que rigen a las aseguradoras, tales como el capital mínimo y la pericia técnica necesaria; asimismo, presta protección

a los consumidores mediante la vigilancia de las aseguradoras, lo que incluye políticas de fijación de precios, diseño de los formularios y prácticas de ventas.

Seguro de viaje:

Producto diseñado para cubrir los costes y las pérdidas que se relacionan con sucesos inesperados durante un viaje, como gastos médicos, cancelación de viaje o pérdida de equipaje.

Tiempo de espera:

Tiempo transcurrido entre el día en que se produce el incidente asegurado y el día en que el beneficiario recibe el pago.

Servicios de valor añadido:

Servicios o beneficios adicionales que los clientes reciben cuando compran un producto.

Cobertura voluntaria:

A diferencia del seguro obligatorio, es aquella que permite a los consumidores elegir el monto, la duración y el tipo de seguro que desean.

Abreviaturas y siglas

a2ii

Access to Insurance Initiative

ABM

Asociación de beneficio mutuo

(ATI, siglas en inglés)

Asociación de Aseguradores de Tanzania

(BOAD, siglas en francés)

Banco de Desarrollo de África Occidental

(CNAAS, siglas en francés)

Compañía Nacional de Seguros Agrícolas de Senegal

GIIF

Global Index Insurance Facility

IMF

Institución de microfinanzas

(WMM, siglas en inglés)

Mapa Mundial del Microseguro

ORM

Operador de red móvil

PyME

Pequeña y mediana empresa

(PMFBY, siglas en hindi)

Plan de seguro de cosechas del gobierno de la India



RECUADRO 1 Perfiles nacionales

Este estudio incluye perfiles nacionales en los que se presenta información contextual, así como los datos sobre los microseguros obtenidos en cada país. Los perfiles de países están disponibles en Microinsurance Network.

1. Resumen ejecutivo

Un total de 194 proveedores de seguros en 27 países de África, Asia y América Latina y el Caribe participaron en este estudio.¹ Mientras que estudios anteriores sobre el panorama del microseguro han intentado abarcar a todos los países de una región, en esta ocasión hemos adoptado una metodología que se centra en determinados países de tres regiones.

En 2019, en estos 27 países, 194 aseguradoras cubrían entre 41 y 102 millones de personas mediante productos de microseguros, lo que representa entre el 3 % y el 7 % de la población de bajos y medianos ingresos de esos países. Se registró un total de USD 1060 millones por concepto de primas de microseguros, lo que representa alrededor del 5 % del mercado potencial estimado para los microseguros en estos países.²

Estas cifras no incluyen a la India, que se vio gravemente afectada por el bloqueo y no pudo proporcionar datos a tiempo para este informe. Gracias a la incorporación de datos de la India disponibles públicamente y de datos de Allianz sobre países que no los proporcionaron localmente se cubrieron entre 162 y 253 millones de personas de 28 países. Esta cifra representa entre el 6 % y el 10 % de la población de ingresos bajos y medianos de estos países.

Los productos de vida y de vidacrédito siguen dominando los mercados de microseguros en las tres regiones, al tiempo que los accidentes personales y los productos funerarios también ocupan un lugar importante. En África y Asia, los productos de salud de bajo coste, especialmente los productos de apoyo económico por hospitalización, se han consolidado en los últimos años como otra oferta de microseguros importante. En las tres regiones, las aseguradoras están reforzando sus vínculos con los servicios de salud, incluido el agrupamiento de sus

productos con servicios de telesalud. Los seguros de cosecha y de ganado han arrojado resultados mixtos. Donde existe apoyo gubernamental y subvenciones, los esquemas han crecido drásticamente, pero en los lugares donde no existe ese tipo de apoyos se han presentado dificultades para alcanzar la escala necesaria.

Los agentes, los corredores, las instituciones financieras y las IMF siguen siendo muy importantes en la distribución de microseguros. El elevado uso de agentes (el propio personal de venta de la aseguradora o personal vinculado a un socio de distribución) en más de la mitad de los productos subraya la necesidad constante del contacto humano para vender microseguros y darlos a conocer a los clientes. Cada vez más, las aseguradoras que intentaron enfoques muy digitales están reintroduciendo elementos con un toque humano y creando modelos híbridos.

En el *Panorama del microseguro en África 2018* se analizó el auge y la caída de los modelos *freemium* vinculados con los ORM en África. En muchos casos, los ORM han generado un declive de los seguros, pero han continuado algunas asociaciones que pasaron a los productos pagados. Estos productos pagados exigen un enfoque de venta más activo, que suelen incluir centros de llamadas y agentes. No han alcanzado la misma escala que se observa en los modelos *freemium*, pero también pueden generar una cartera de clientes más sostenible.

Al mismo tiempo, han aumentado en todo el mundo el dinero móvil y las plataformas digitales, incluidos los servicios de movilidad y las plataformas de entrega. Están surgiendo casos exitosos de aprovechamiento de tales plataformas para el microseguro.

A pesar de la evolución positiva de los mercados de los microseguros en

todas las regiones, se han expresado importantes inquietudes en torno al valor brindado a los clientes. Los índices de siniestralidad en las tres regiones son relativamente bajos: 23 % en promedio. Resulta más preocupante que el un tercio de los productos en todas las regiones y la mitad de los productos en América Latina y el Caribe tengan índices de siniestralidad de un solo dígito.

Por último, aunque este estudio se basa en datos de 2019, es evidente que las tendencias exploradas en él se verán afectadas por la pandemia de la COVID-19. Aunque aún no se conocen todos los efectos, los primeros indicios sugieren que la pandemia está impulsando la digitalización y aumentando la concienciación de los clientes con respecto al riesgo, dejando también a algunos clientes con expectativas insatisfechas y a muchas aseguradoras y entidades de distribución muy afectadas por la crisis.



¹ En el Apéndice B se puede encontrar un análisis del número total de aseguradoras y de aseguradoras seleccionadas, así como de los índices de respuesta.

² Consulte las explicaciones de estos cálculos más adelante, en el apartado Metodología.

2. Metodología

El estudio *Panorama del microseguro 2019* presenta información sobre los mercados del microseguro en tres regiones: África, Asia y América Latina y el Caribe. Mientras que estudios del panorama del microseguro anteriores a 2018 intentaron abarcar todos los países de una región, en este hemos adoptado una metodología que se centra en determinados países de tres regiones, con un seguimiento anual para dar cuenta del desarrollo del mercado.

RECUADRO 2

Definición de microseguro

Producto cuya prima es moderada en relación con los riesgos asegurados. Los microseguros se diseñan ex profeso para atender a la población de bajos ingresos. La aseguradora es la tomadora del riesgo y el producto debe aspirar a ser rentable, o al menos sostenible, y administrarse según los principios aplicables a los seguros.

Se seleccionaron una serie de países de cada región (véase la Tabla 1) y se hicieron esfuerzos para recopilar datos primarios sobre los productos de microseguros disponibles en cada país. Además, se recogió amplia información sobre el contexto del mercado, que se incluyó en los perfiles nacionales y que está disponible en Microinsurance Network.

En algunos casos, a pesar de todos los esfuerzos desplegados, resultó imposible obtener respuestas de un número representativo de aseguradoras. El sector de los seguros en Chile indicó que el microseguro no existe en el país. India se ha visto ampliamente afectada por el confinamiento y se espera que los

datos de 2019 estén disponibles en un futuro próximo. Sudáfrica, por su parte, ha facilitado pocos datos durante la elaboración de este informe, una situación que esperamos que cambie con el apoyo de la Financial Sector Conduct Authority de Sudáfrica. Es probable que la labor realizada por la Asociación de Aseguradoras de Tanzania se incorpore en los datos disponibles en el Mapa Mundial del Microseguro (WMM en sus siglas en inglés) en una fase posterior.

Un total de 194 aseguradoras de los países mencionados facilitaron datos recopilados por ellas mismas acerca del desempeño de sus productos a fecha 31 de diciembre de 2019. Las aseguradoras recibieron cuestionarios y se les pidió

que aportaran datos sobre cada uno de los productos de microseguros que ofrecen. Los colaboradores radicados en cada país o región trabajaron con las aseguradoras para alentar y apoyar su participación.

Se desplegaron importantes esfuerzos para obtener respuestas fehacientes, pero cabe señalar que los datos de este estudio no reflejan los mercados de los microseguros de estos países en su totalidad. Por lo tanto, el estudio debe entenderse principalmente como un análisis de los datos facilitados por las aseguradoras de los países seleccionados que participaron en cada región. La inclusión de información adicional y sobre otros países y proveedores de seguros podría alterar el panorama presentado sobre cada región.

Los datos recopilados se limitan a los productos ofrecidos por los proveedores formales de seguros, las compañías de seguros y otros proveedores supervisados por la entidad reguladora de seguros. En algunos países, es posible que otros proveedores, como las funerarias, ofrezcan de manera semiformal o informal otros productos de microseguros. Estos no se incluyen en el estudio debido a las dificultades adicionales que presenta la recopilación de datos de estas organizaciones.

Además, para validar las tendencias observadas en los datos y contar con más contexto e información, se realizaron entrevistas con expertos de 18 organizaciones de África, Asia y América Latina y el Caribe. Esta información cualitativa nos permite dar a conocer un panorama más amplio de la evolución y de las nuevas tendencias en los mercados de los microseguros en cada región.

TABLA 1
PAÍSES SELECCIONADOS PARA EL ESTUDIO DEL PANORAMA DEL MICROSEGURO DE ESTE AÑO

ÁFRICA	ASIA	AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE
Costa de Marfil	Bangladesh	Argentina
Egipto	Camboya	Bolivia
Ghana	India**	Brasil
Kenia	Indonesia	Chile*
Marruecos	Nepal	Colombia
Nigeria	Pakistán	Jamaica***
Ruanda	Filipinas	México
Senegal*	Sri Lanka	Perú
Sudáfrica***	Tailandia*	
Tanzania***	Vietnam	
Zambia		
Zimbabue		

* Países sobre los cuales no se han presentado datos. ** Países cuyos datos se esperan, pero se facilitarán demasiado tarde para incluirlos en este informe. *** Países sobre los cuales se presentaron datos muy limitados que se incluyeron en el análisis presentado en este documento y sobre los cuales se esperan más datos.



3. Visión global

3.1 Tamaño y evolución del mercado

Según los 194 proveedores de seguros que participaron en el estudio, entre 41 y 102 millones de personas estaban cubiertas por un producto de microseguros. Esta cifra se calculó para cada uno de los productos en base a los informes de los proveedores de seguros.

Dado que un cliente puede tener más de un producto, el número total de personas cubiertas se presenta como un intervalo. El número inferior se basa en el número total de personas cubiertas por la mayor línea de productos y el número superior se basa en el total de personas cubiertas por todos los productos.

Este intervalo representa entre el 3 % y el 7 % de la población de bajos y medianos ingresos de los países estudiados,³ salvo Zimbabue y Jamaica, países de los que no se dispuso de información fiable reciente acerca del tamaño de la población de bajos y medianos ingresos. Las cifras correspondientes a cada región se presentan en la Tabla 2.

Estas cifras no incluyen a la India, que se vio gravemente afectada por el bloqueo y no pudo proporcionar datos a tiempo para este informe. Gracias a la incorporación de datos de la India disponibles públicamente⁴ y de datos

de Allianz⁵ sobre países que no los proporcionaron localmente se cubrieron entre 162 y 253 millones de personas de 28 países. Esta cifra representa entre el 6 % y el 10 % de la población de ingresos bajos y medianos de estos países.

Se cobraron en total USD 1060 millones por concepto de primas de microseguros en los 27 países que participaron en el estudio. El valor potencial de mercado de los microseguros en estos países se estima en USD 21.200 millones (salvo Zimbabue y Jamaica), en base a la población total de bajos y medianos ingresos cubierta por algún producto de seguro.⁶ En estos países, las primas de microseguros corrientes representan aproximadamente el 5 % de ese mercado potencial.

Estas cifras varían en las tres regiones estudiadas, siendo América Latina y el Caribe la región en la que se registró la mayor proporción del valor de mercado estimado (Tabla 2).



³ Las cifras sobre las poblaciones de bajos y medianos ingresos se calcularon en base a los datos de población de las Naciones Unidas *World Population Prospects 2019* y a los porcentajes de la población clasificada como de bajos y medianos ingresos por el Pew Research Center.

⁴ Insurance Regulatory and Development Authority of India (2019). *Annual Report 2018-2019*; y PMFBY (2020). *Crop insurance dashboard*.

⁵ Allianz (2020). *Emerging Consumers: 2019 Full Year Report*.

⁶ Este valor se basa en la prima media por persona cubierta calculada en el presente estudio para cada región (USD 14 en África, USD 8,8 en Asia y USD 18,92 en América Latina).

TABLA 2
ESTIMACIÓN DE LA PROPORCIÓN DE LOS DATOS DE POBLACIÓN Y DEL MERCADO
RECOGIDOS EN LOS PAÍSES ESTUDIADOS EN CADA REGIÓN

REGIÓN	Proporción mínima de la población de bajos y medianos ingresos cubierta por los encuestados	Proporción máxima de la población de bajos y medianos ingresos cubierta por los encuestados	Proporción del mercado de los microseguros estimada según los datos facilitados por los encuestados
África	2 %	6 %	4 %
Asia	4 %	7 %	3 %
América Latina y el Caribe	2 %	5 %	9 %
Todas las regiones	3 %	7 %	5 %

Actores en el mercado de los microseguros

El microseguro se ha incluido en la agenda de las compañías de seguros a nivel mundial y ahora hay suficientes historias de logros como para convencer a la inmensa mayoría de que el microseguro puede ser exitoso, al menos en el caso de ciertos tipos de productos y mecanismos de distribución. Sin embargo, muchas aseguradoras afrontan limitaciones de capacidad interna y restricciones de inversión disponible para la innovación debido a sus reducidos ingresos. A consecuencia de ello, y pese a algunas innovaciones sobresalientes, muchas aseguradoras están ofreciendo los mismos tipos de productos que han existido en el mercado desde hace mucho tiempo. Con frecuencia, estos no se basan en un profundo conocimiento de los clientes y siguen presentando determinadas características, como exclusiones inadecuadas, a pesar de los hallazgos de larga data sobre estos temas.

Las entrevistas realizadas para el presente estudio sugieren que las aseguradoras que innovan son las que cuentan con la flexibilidad financiera necesaria para experimentar. En muchos casos esto ha resultado muy difícil para las aseguradoras nacionales. Las aseguradoras internacionales cuentan con la capacidad financiera, pero pueden refrenarse por la necesidad de obtener la aprobación de la casa matriz o de la oficina regional, así como por trabajar con normas y sistemas que se suelen diseñar para los países industrializados. También son más propensas a retirarse más rápidamente de los países.

En algunos casos, especialmente en África, las aseguradoras regionales son las que cuentan con la capacidad financiera, la flexibilidad y el contacto cercano con los mercados necesarios para ser exitosas a la hora de innovar y crear nuevas asociaciones. Dada su presencia en varios países, también tienen la capacidad de replicar innovaciones exitosas en grupos de mercados similares, logrando así una mayor rentabilidad de sus inversiones en innovación.

Los actores que no son aseguradoras también están asumiendo un papel más importante en el desarrollo del mercado. Durante los últimos cinco años, un gran número de empresas *insurtech* han incursionado en el mercado de los microseguros. El sistema de seguimiento de *insurtechs* de Cenfri⁷ ha identificado 481 iniciativas *insurtech* lanzadas por 292 empresas en mercados emergentes de África, Asia y América Latina desde el año 2000. La mitad de estas iniciativas iniciaron entre 2015 y 2019. Entretanto, algunas IMF han establecido departamentos de seguros ex profeso o incluso han creado sus propias agencias de corredores. Y algunas empresas y distribuidores de servicios tecnológicos están tratando de convertirse en aseguradoras.

Reglamentación

La reglamentación ha sido objeto de avances importantes en las tres regiones en los últimos años (Figura 1). Aunque sigue habiendo retos en materia de reglamentación, los expertos entrevistados consideraron en su mayor parte que la reglamentación se había vuelto menos restrictiva en la mayoría de los países, ya que con frecuencia las entidades reguladoras se percibían como muy partidarias del microseguro. En algunos países las entidades reguladoras han asumido un mandato explícito en favor del desarrollo del mercado de los seguros y alientan activamente la innovación. Este mandato representa un importante cambio en su enfoque, lo que les permite ser más proactivas y desarrollar nuevas herramientas favorables a las aseguradoras y a las empresas *insurtech*, así como promover la innovación.

Con el paso del tiempo han surgido diversos marcos y herramientas. Estos incluyen los *sanboxes* (campos de prueba) regulatorios, que en un principio se desarrollaron para fomentar la innovación digital, pero que cada vez más se utilizan también para la inclusión financiera. Un ejemplo es el *sandbox* (campo de prueba) regulatorio de Malasia, en el que se exige como criterio que los nuevos participantes en el mercado adopten un enfoque de inclusión. Otra herramienta es el centro (hub) de innovación, en el que la entidad de supervisión presta apoyo práctico a los proveedores de seguros innovadores. En Kenia, por ejemplo, la entidad reguladora presta apoyo jurídico, provee espacio de oficina y desempeña otras funciones de apoyo por medio de su centro de innovación. Además, la participación proactiva y la orientación sobre la reglamentación han demostrado ser igualmente importantes.

En sus esfuerzos por regular los microseguros, fue frecuente que al principio los países adoptaran como

herramienta la concesión de licencias específicas para este sector. En muchos países las entidades reguladoras pasaron luego a un enfoque de línea de negocios. Sin embargo, muchos países, entre ellos Kenia, Etiopía y Sudáfrica, están volviendo a la concesión de licencias específicas para el microseguro. El objetivo es generalmente apoyar a los nuevos operadores, así como formalizar a los proveedores informales, como sucede con las funerarias en Sudáfrica. Las aseguradoras cautivas representan otra opción para facilitar la formalización y el ingreso en el mercado de las empresas de microseguros y actualmente se permiten en Sudáfrica, mientras que otros países como Ghana lo están estudiando.

Un mayor grado de innovación entre los actores existentes, así como un mayor número de nuevos participantes e *insurtechs* innovadores, se observan en mercados en los que los órganos de supervisión demuestran que están abiertos a comprometerse y a apoyarlos. Al mismo tiempo, una apertura explícita hacia el desarrollo del mercado puede presentar desafíos frente a la necesidad de desempeñar otras funciones propias de la entidad de supervisión, tales como garantizar la protección de los consumidores.

A pesar de la importancia de los avances, sigue habiendo algunas limitaciones reglamentarias comunes a todos los mercados. Entre estas destacan:

- El tiempo necesario para aprobar un nuevo producto.
- Limitaciones relativas a la introducción de procesos digitales integrados, por ejemplo en aquellos lugares en los que no se acepta la firma electrónica, sino únicamente la firma física (“de puño y letra”).
- Restricciones relativas al uso de determinados canales de distribución.
- Requisitos inadecuados con respecto a los canales de distribución, por ejemplo requisitos sobre la formación

de los agentes que no son adecuados para la actividad del microseguro.

- Limitaciones en cuanto al agrupamiento de productos financieros y no financieros.
- Falta de accesibilidad y apertura de los órganos de supervisión en algunos países.

Por otra parte, dado el rápido desarrollo de las tecnologías financieras, están surgiendo nuevas limitaciones y nuevos desafíos, por lo que las entidades reguladoras se ven obligadas de reevaluar constantemente sus enfoques.

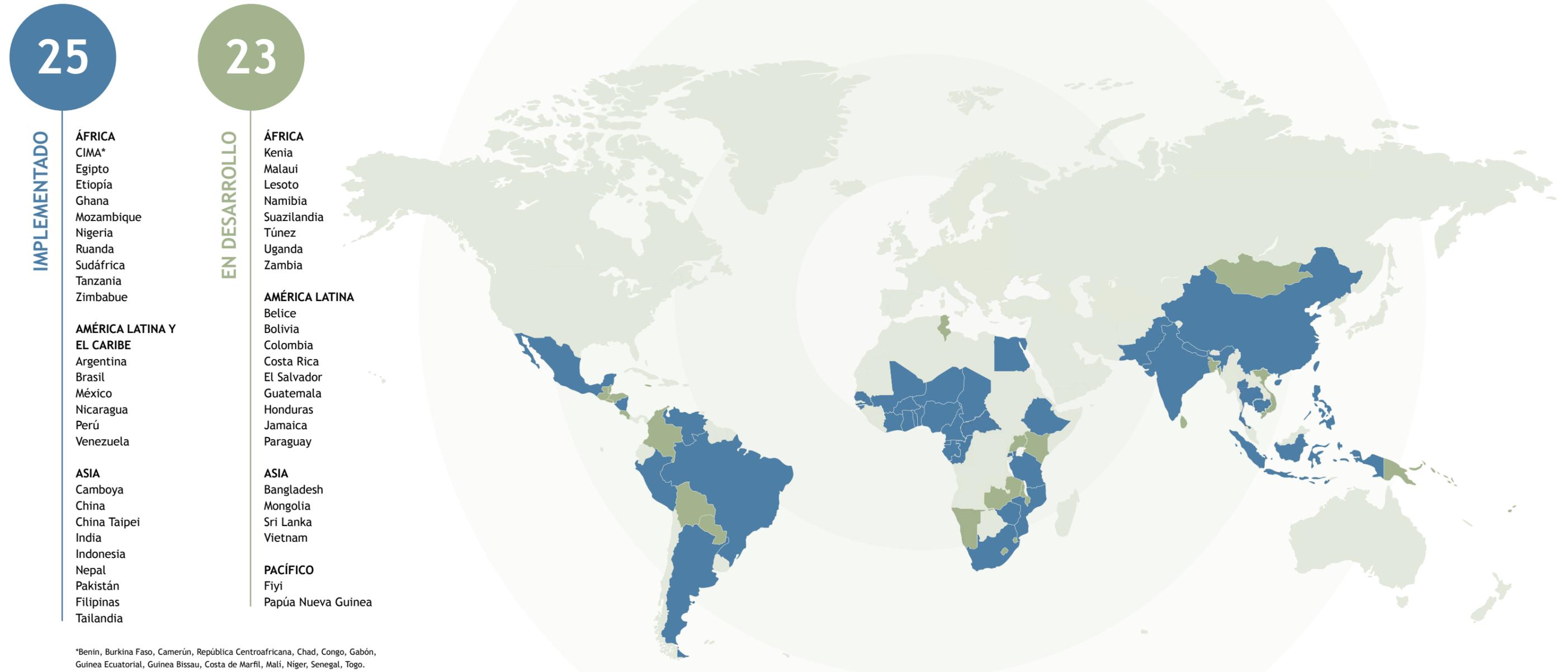
En la actualidad, los seguros basados en índices (o indexados) están exigiendo una atención particular. Aunque existen desde hace algún tiempo, los reguladores están centrándose en la mejor forma de proteger a los adquirentes de productos basados en índices y están incluyendo definiciones en la reglamentación de seguros. En algunos países se han expresado opiniones jurídicas sobre si los seguros indexados deberían incluso considerarse seguros. La conclusión más frecuente ha sido seguir incluyendo los seguros indexados dentro de la definición de “seguro” y regirlos mediante la supervisión de la entidad reguladora de seguros.

Por último, la reglamentación de los seguros está siendo objeto de un cambio generalizado hacia la supervisión basada en el grado de riesgo y en la solvencia, lo que supone que determinados requisitos, como los de capital, se establecen según el grado de riesgo que presenta la empresa. En la práctica, esto generalmente permite que los requisitos de capital de las empresas de microseguros sean más bajos, toda vez que el nivel de riesgo es menor. La Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS) ha establecido como criterio el principio de proporcionalidad.⁸

⁷ Cenfri (2019). Insurtech tracker: The rise of insurtechs in emerging markets.

⁸ Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS, siglas en inglés), IAIS ICPs and ComFrame adopted in November 2019.

FIGURA 1
 MAPA MUNDIAL DE LA REGLAMENTACIÓN DE SEGUROS INCLUYENTE EN 2019 DE LA ACCESS TO INSURANCE INITIATIVE (A2II)⁹



⁹ Si bien la A2ii ha hecho esfuerzos razonables para incluir información precisa y actualizada en este mapa, no garantiza la exhaustividad del contenido ni que esté exento de errores u omisiones. La A2ii agradece las contribuciones de los supervisores de seguros para cartografiar la evolución de los seguros incluyentes en el mundo.

3.2 Productos

A nivel mundial, los productos de vida y de vidacrédito siguen dominando el mercado. Los productos de accidentes personales y funerarios ocupan también un lugar importante, mientras que los productos de salud básicos de bajo coste, particularmente los productos de apoyo económico por hospitalización, se han consolidado en los últimos años como otra oferta de microseguros importante (figuras 2 y 3).¹⁰



RECUADRO 3 Personas cubiertas

Se les pidió a las aseguradoras que indicaran el número de personas cubiertas por cada uno de los productos. Esto incluye a los titulares de las pólizas y a otros asegurados previstos en la póliza. Por ejemplo, una póliza de seguro de vida o de salud puede cubrir a los miembros de la familia. En el caso de los seguros de ganado y de cosecha, las personas cubiertas son la cantidad de ganaderos o de agricultores que han tomado el seguro.

Las aseguradoras están reforzando en todo el mundo sus vínculos con los servicios de salud, ya sea por medio de sus propias ofertas o de asociaciones con empresas que ofrecen estos servicios. Los productos de apoyo económico por hospitalización comenzaron a cobrar importancia en África, pero también se están adoptando cada vez más en Asia y, en menor medida, en América Latina y el Caribe. Otros productos se agrupan con servicios de salud distintos de los seguros, entre ellos los servicios de telesalud.

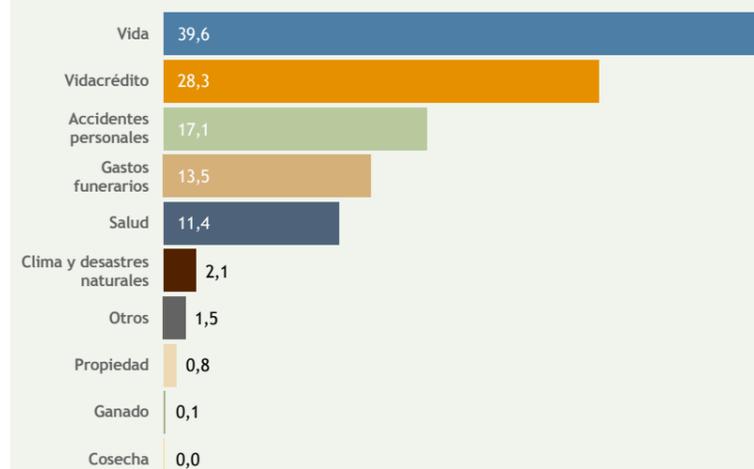
Poco se ha avanzado durante los últimos cinco años en la oferta de seguros de reembolso médico y de seguros de salud más amplios. No obstante, hay algunos indicios de que la tecnología puede hacer que estos productos sean más viables en el futuro, especialmente cuando las soluciones digitales pueden contribuir a reducir los costes administrativos, que han sido un importante desafío en el pasado.

Están surgiendo algunos nuevos enfoques prometedores. Por ejemplo, en 2016, PharmAccess, Safaricom y CarePay, un servicio en línea de pagos de productos de atención de la salud, lanzaron en Kenia una plataforma de salud digital denominada M-TIBA.

Esta plataforma facilita los pagos y el intercambio de datos entre los pacientes, los proveedores de servicios de salud y los responsables de los pagos de servicios de atención sanitaria (entre ellos gobiernos, aseguradoras, donantes y fondos de solidaridad). En menos de cuatro años, la plataforma ha conectado a más de cuatro millones de kenianos y 1400 clínicas.¹¹ Las innovaciones de este tipo tienen el potencial de facilitar programas de microseguros sanitarios nuevos y ambiciosos.

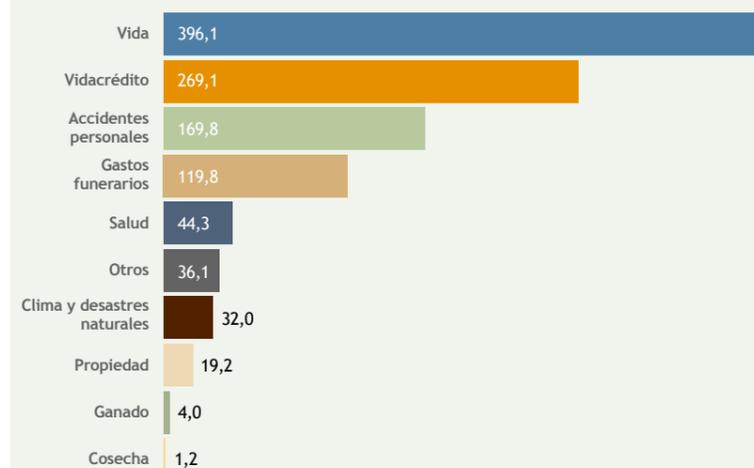
Los seguros de cosecha y de ganado han crecido enormemente en aquellos países en que existen apoyos y subvenciones gubernamentales. Sin embargo, gran parte de los esquemas que carecen de apoyo gubernamental no han alcanzado la escala suficiente. Por ello, en parte, se ha pasado de los microproductos agrícolas individuales a coberturas meso o macro, que muchas aseguradoras consideran más factibles.

FIGURA 2
PERSONAS CUBIERTAS EN TODAS LAS REGIONES POR LÍNEA DE PRODUCTOS¹²



“ los productos de vida y de vidacrédito siguen dominando el mercado... Los seguros de cosecha y de ganado han crecido enormemente en aquellos países en que existen apoyos y subvenciones gubernamentales ”.

FIGURA 3
PRIMAS COBRADAS (EN MILLONES DE USD) EN TODAS LAS REGIONES POR LÍNEA DE PRODUCTOS



¹⁰ Nótese que las aseguradoras podrían seleccionar más de una línea de productos cuando un producto agrupa varias coberturas. A consecuencia de ello, las personas cubiertas y las primas cobradas por un producto pueden figurar en más de una línea de productos.

¹¹ Lisa Morgan (2020). Case Brief: M-TIBA digital health platform.

¹² En el Apéndice C se presenta información sobre los tamaños de las muestras para todos los puntos de datos.

Seguros contra riesgos climáticos y de desastres naturales

Cada vez más se reconoce que los riesgos climáticos y de desastres naturales no solo afectan a la agricultura, sino que también repercuten en muchas personas y actividades económicas. A consecuencia de ello, los seguros indexados y de desastres naturales se utilizan cada vez más para proteger los medios de subsistencia fuera del ámbito de la agricultura. Estos esfuerzos están en sus primeras fases en la mayoría de los países, pero están cobrando cada vez más importancia. La InsuResilience Global Partnership, por ejemplo, se ha establecido como objetivo para 2025 que 150 millones de personas estén cubiertas contra los desastres relacionados con el clima mediante microseguros.

Al mismo tiempo, es importante mencionar que el cambio climático

no solo implica nuevos riesgos climáticos catastróficos, sino también cambios graduales que están teniendo un impacto en todos los riesgos que enfrentan las personas, entre ellos las amenazas a la seguridad alimentaria y los mayores riesgos sobre la salud. A consecuencia de ello, todos los tipos de empresas de microseguros son importantes en la lucha contra los riesgos climáticos y desempeñan un papel fundamental en el fortalecimiento de la resiliencia.

Seguro para la pequeña y mediana empresa (PyME)

Hasta la fecha, el microseguro se ha centrado principalmente en las familias, las microempresas y los pequeños agricultores. Recientemente ha habido un cambio de enfoque, especialmente entre los donantes, hacia la necesidad de contar con seguros para las PyMEs. Si bien los seguros especializados en PyMEs siguen siendo poco comunes,

cada vez más compañías están empezando a establecer planes piloto de productos de este tipo.

Productos de bajo coste y corta duración

Una nueva tendencia en el mundo de los seguros, vinculada a la evolución que ha mostrado el uso de la tecnología y de las plataformas digitales —que se analizará más adelante en el presente estudio—, es el surgimiento de productos de bajo coste y corta duración, tales como el seguro de accidentes adquirido con la compra de un boleto de peaje que también cubre el riesgo que se corre durante un único viaje. Muchos de estos productos están destinados a consumidores de mayores ingresos, pero cuando se diseñan para personas de bajos recursos y clientes nuevos representan un nuevo mecanismo prometedor en el ámbito de los microseguros.

3.3 Distribución

Las instituciones financieras y las instituciones de microfinanzas siguen siendo importantes canales de distribución de microseguros en todas las regiones (Figura 4). Los agentes también siguen siendo importantes, aunque cabe señalar que esta categoría puede abarcar una amplia variedad de modalidades, desde agentes de ventas de seguros contratados directamente por la aseguradora hasta agentes que trabajan con un socio de distribución de la aseguradora. Los corredores también siguen siendo fundamentales en la distribución de microseguros.

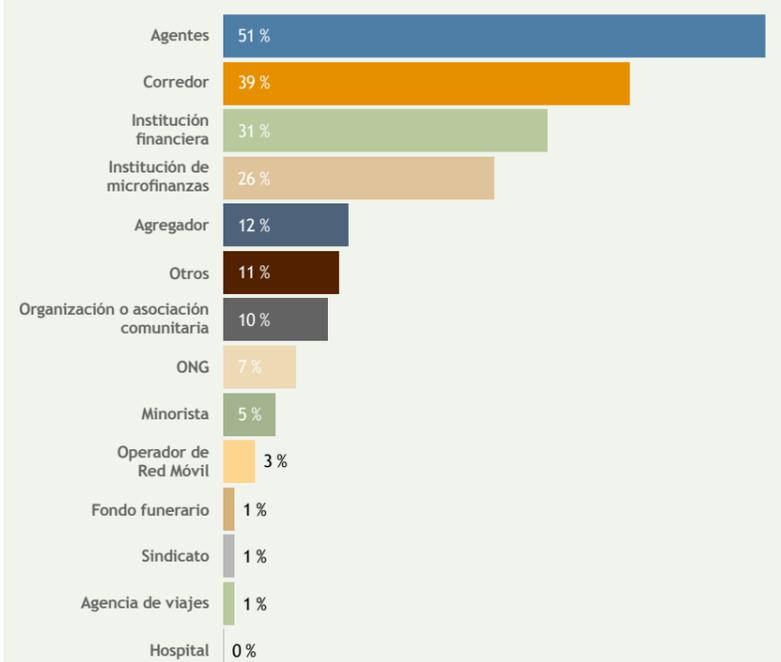
Los proveedores de seguros pueden seleccionar varios canales de distribución para cada producto que se suelen combinar. En particular, a menudo se recurre a los agentes y a los corredores junto con otros canales, particularmente instituciones de microfinanzas y otras instituciones financieras.

El elevado uso de agentes en más de la mitad de los productos subraya la necesidad constante del contacto humano para vender microseguros y darlos a conocer a los clientes. Cada vez más, las aseguradoras que intentaron enfoques muy digitales están reintroduciendo elementos con un toque humano. Algunas están adoptando métodos híbridos como las ventas mediante centros de llamadas dirigidas a clientes potenciales identificados a través de canales digitales. Otras están volviendo a invertir en la integración de sus propios equipos de agentes de ventas, un enfoque que probaron muchas aseguradoras hace una década y que luego abandonaron. De hecho, este enfoque es más fácil en la actualidad gracias a los avances registrados en el campo de las herramientas digitales y los pagos móviles.

El uso de la tecnología está creciendo en todo el sector de los seguros, en particular en los países en los que la propiedad de teléfonos móviles e inteligentes y la cobertura de la internet móvil ha registrado un rápido crecimiento en los últimos años. Las mayores opciones de comunicación

están permitiendo a las aseguradoras comunicarse con los clientes y apoyarlos en todas las fases de la relación. Al mismo tiempo, las aplicaciones *insurtech* están mejorando la eficiencia de una serie de operaciones de seguros, desde la contratación y el pago de primas hasta el servicio de reclamaciones.

FIGURA 4
PROPORCIÓN DE PRODUCTOS EN LAS TRES REGIONES QUE HACEN USO DE CADA TIPO DE CANAL DE DISTRIBUCIÓN





Sin embargo, el mayor énfasis en las soluciones *insurtech* puede conducir al riesgo de que se desatienda a una población más vulnerable. Mientras se acelera la penetración de los teléfonos inteligentes, existe todavía una parte importante de la población que solo tiene acceso al teléfono fijo y que podría quedar rezagada en un contexto en el que las aseguradoras cambian a los servicios basados en la internet. GSMA ha estimado que solo el 26 % de la población de África subsahariana utiliza la internet móvil.¹³ En Asia y el Pacífico la cifra es del 48 %¹⁴ y en América Latina del 52 %¹⁵. Por lo general, las mujeres tienen un menor acceso a los servicios móviles. GSMA ha estimado que en los países de bajos y medianos ingresos las mujeres tienen un 8 % menos de probabilidades de poseer un teléfono móvil y un 20 % menos de probabilidades que los hombres de utilizar la internet móvil.¹⁶

Operador de Red Móvil (ORM)

En *Panorama del microseguro en África 2018* se analizó el auge y caída de los modelos *freemium* vinculados con los ORM en África. Los resultados de este estudio muestran que en la actualidad solo se recurre a los ORM para distribuir el 3 % de los productos registrados (Figura 4). En muchos casos, los ORM han simplemente abandonado los seguros, pero han surgido otras relaciones de asociación. Mientras que anteriormente los ORM actuaban como los principales distribuidores de productos gratuitos y *freemium*, en la actualidad están desempeñando el papel de facilitar transacciones con productos de pago. Estos exigen un enfoque de venta más activo, que suele incluir centros de llamadas y agentes, pero no han alcanzado la misma escala observada

en los modelos *freemium*. No obstante, pueden vender productos a valores ligeramente más altos y podrían generar una cartera de clientes más sostenible. Aunque los ORM han dejado de percibirse como la solución milagrosa de la distribución de microseguros, las ventas vinculadas con los ORM han seguido mostrando menores cifras y se han diseminado a otras partes del mundo, particularmente a Asia.

Mayor uso del dinero móvil

El uso del dinero móvil ha aumentado en muchos países de África, Asia, América Latina y el Caribe. En 2019 existían más de mil millones de cuentas de dinero móvil en el mundo y el valor total del dinero móvil en circulación se había duplicado en los dos años anteriores.¹⁷ Cada vez más, los clientes llevan dinero en su monedero móvil y lo utilizan a través de transacciones móviles en lugar de pagar en efectivo. En 2019, por primera vez, las transacciones digitales representaron la mayoría (57 %) del valor de la transacción de dinero móvil en comparación con la conversión en efectivo.¹⁸

La evolución del dinero móvil varía enormemente de un país a otro, así como entre grupos de ingresos y entre poblaciones rurales y urbanas en los distintos países. No obstante, en los países en los que está ganando adeptos en una gran parte de la población, el dinero móvil se percibe como un importante impulsor del microseguro.

En el pasado, los pagos de los seguros que se realizaban por medio de un teléfono móvil debían hacerse utilizando el tiempo de conexión contratado, lo que limitaba las sumas que podían utilizarse para pagar un seguro, además de hacer que las aseguradoras dependieran de

los ORM. El dinero móvil, por otro lado, permite vender productos y servicios directamente a los clientes sin tener que depender de los ORM y para pagos de mayor valor. Aún más importante es que en muchos países se permiten actualmente pagos recurrentes a través de billeteras de dinero móvil.

Aunque el seguro puede venderse directamente a través de billeteras móviles, es probable que persista la necesidad de una venta activa con interacción humana, en un contexto en el que el dinero móvil representa un canal importante para el pago de primas y reclamaciones. Estos modelos aún están en sus primeras fases, pero es probable que aumenten las oportunidades conforme se generaliza el uso del dinero móvil. En tal caso, la colaboración entre las entidades reguladoras de los distintos sectores de la economía se hace cada vez más necesaria para garantizar que las aseguradoras utilicen con provecho el dinero móvil para el microseguro.

La aparición de las plataformas digitales

En el último estudio sobre el panorama del microseguro se observó que las plataformas digitales se están estableciendo sólidamente en Asia y están creciendo en África y América Latina y el Caribe. Las plataformas digitales son espacios virtuales que permiten interacciones directas entre consumidores y proveedores de bienes y servicios. Incluyen plataformas de servicios de movilidad, de entrega, de comercios electrónicos y de trabajadores autónomos, entre otras.

A largo plazo, los servicios financieros constituyen una parte importante de muchos de estos modelos de negocio basados en plataformas. La plataforma digital se utiliza para captar usuarios con el objetivo de prestarles servicios adicionales, en particular servicios financieros, en el largo plazo.

A menudo, el servicio de pago es el primer servicio financiero implantado, pero los seguros se suelen introducir poco después. Lo anterior es atribuible en parte a que el seguro se percibe como una forma de abordar directamente algunos de los retos a los que se enfrentan estas plataformas. Por ejemplo, las plataformas de comercio electrónico reúnen a compradores y vendedores y deben hacer frente al riesgo de que un comprador adquiera un artículo y luego no lo reciba. El seguro es visto como una forma de abordar el posible déficit de confianza en este tipo de plataformas.

En algunos casos, el seguro se añade de forma obligatoria y se incorpora a los servicios existentes en las plataformas digitales, tales como una cobertura contra accidentes incluida en un servicio de movilidad vehicular. Sin embargo, será necesario desplegar importantes esfuerzos de sensibilización si se quiere que estos productos agrupados ofrezcan valor a los consumidores y creen confianza en los seguros e interés en nuevas compras de seguros.

Vender productos de seguro voluntario a través de plataformas digitales es más difícil. Agregar seguros a las plataformas digitales no necesariamente conducirá per se a la aceptación del producto. Las aseguradoras deben encontrar la forma de alinearse con los intereses de la plataforma, de modo que esta promueva activamente el producto de seguro, o bien combinar plataformas digitales con modelos de venta activa. La gran cantidad de datos de clientes que se recopilan por medio de estas plataformas ofrece oportunidades atractivas para que las aseguradoras lancen campañas de mercadeo y de venta de soluciones de seguros personalizadas o de productos agrupados.

Las innovaciones de seguros vinculados a plataformas digitales aún están en sus primeras fases, pero es probable que se expandan conforme éstas y los pagos móviles que las respaldan sigan creciendo.



¹³ GSMA (2020). *The Mobile Economy: Sub-Saharan Africa 2020*

¹⁴ GSMA (2020). *The Mobile Economy: Asia Pacific 2020*

¹⁵ GSMA (2019). *The Mobile Economy: Latin America 2019*

¹⁶ GSMA (2020). *The Mobile Gender Gap Report 2020*

¹⁷ GSMA (2019). *State of the Industry Report on Mobile Money*

¹⁸ Ibid.

3.4 Género

Por primera vez, el estudio sobre el panorama del microseguro ha recopilado datos sobre el género de la clientela del sector. Los proveedores de seguros pudieron facilitar esta información con respecto al 45 % de los productos incluidos en el estudio.

Las aseguradoras dependían en gran medida de sus socios de distribución para reunir y compartir esta información. Es posible que las aseguradoras que no conocen el género de sus clientes también atiendan altos porcentajes de mujeres. Las IMF, por ejemplo, históricamente se han centrado en clientes del sexo femenino, y las aseguradoras que trabajan con ellas pudieron en general facilitar un desglose por género de sus operaciones. Los canales móviles, por su parte, normalmente no recopilan información sobre el género, pero sabemos que en la mayoría de los países en desarrollo las mujeres tienen un acceso más limitado que los hombres a la telefonía móvil y a la internet móvil.

Sin embargo, aunque es posible que las cifras no sean precisas, los entrevistados para el presente estudio consideraron en general que las diferencias observadas entre las regiones (Tabla 3) eran fehacientes. Asia tiene el mayor porcentaje de clientas mujeres, seguida de América Latina y el Caribe y luego África. Estas cifras probablemente reflejan niveles más amplios de integración económica y financiera en cada región, así como en los canales de distribución que las aseguradoras utilizan con mayor frecuencia.

Para que los proveedores de microseguros presten un mejor servicio a las mujeres, la recopilación y monitorización de los datos desglosados

por género es un primer paso fundamental. El informe *She for Shield*, de AXA, Accenture e IFC¹⁹, hace hincapié en la importancia de que lo anterior se lleve a cabo a través de la cadena de valor de los seguros, que incluye ventas, índices de renovación, gasto en primas, volumen de negocios, índices de siniestralidad, satisfacción del cliente y coste de adquisición. De esta manera, las aseguradoras pueden comprender el valor de las mujeres como clientas en sus carteras actuales, la oportunidad de crecimiento entre ellas y la necesidad de empezar a desarrollar propuestas de valor dirigidas a las mujeres.

TABLA 3
PORCENTAJE MEDIO DE CLIENTAS MUJERES EN CADA REGIÓN

REGIÓN	Porcentaje medio de clientas mujeres
África	40 %
Asia	60 %
América Latina y el Caribe	52 %
Todas las regiones	50 %



¹⁹ AXA, Accenture, IFC (2015). *She for Shield: Insure women to better protect all (asegura a las mujeres para proteger mejor a toda la sociedad)*.

²⁰ Se les pidió a los proveedores de seguros que indicaran el tiempo de respuesta a las reclamaciones expresado como el número total de días entre el siniestro y el día en que el beneficiario recibe el pago.

3.5 Siniestralidad

Los índices de siniestralidad en las tres regiones son relativamente bajos, situándose en una mediana de 23 %. La mediana del índice de siniestralidad es particularmente baja en América Latina y el Caribe —solo el 10 %— y más alta en África —28 %— (Tabla 4).

TABLA 4
DATOS DE SINIESTROS EN CADA REGIÓN

REGIÓN	Índice de siniestralidad medio	Proporción de productos con índices de siniestralidad de un solo dígito	Índices medios de rechazo de reclamaciones	Tiempos medios de respuesta a las reclamaciones ²⁰
África	28 %	23 %	1,7 %	4
Asia	25 %	34 %	2,4 %	14
América Latina y el Caribe	10 %	51 %	7,0 %	20
Todas las regiones	23 %	33 %	3,1 %	7

Esto se ve afectado por los altos índices de gastos de muchas aseguradoras, en particular en África, y por las altas comisiones que se pagan a los socios de distribución, particularmente en América Latina y el Caribe. Estos costes hacen que aumente el precio de los productos de seguros mientras limitan las sumas disponibles para pagar los siniestros.

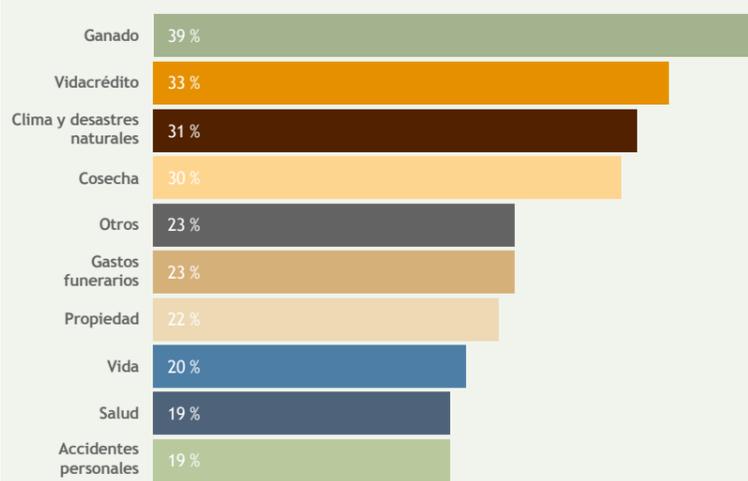
Si bien muchos productos ofrecen un buen valor a los clientes, una importante proporción de productos presenta índices de siniestralidad de un solo dígito (33 % en todas las regiones); en América Latina y el Caribe ese porcentaje asciende al 51 %. Los bajos índices de siniestralidad no se concentran en los productos catastróficos, en los que se podría esperar que los índices difieran ampliamente de un año a otro, incluidos los años con pocos siniestros, sino en las coberturas personales como salud, vida, accidentes personales, gastos funerarios y propiedad, ninguno de los cuales presenta índices de siniestralidad medios por encima del 23 % (Figura 5). Pueden ser productos agrupados respecto de los cuales se hacen pocos esfuerzos de sensibilización dirigidos a los clientes y cuyos procesos de reclamación son fáciles para el cliente. Es de vital

importancia abordar estas cuestiones para no socavar la confianza de las personas en el microseguro.

Los índices de rechazo de reclamaciones, por otro lado, son generalmente bajos (una media del 3,1 %), habiéndose registrado el índice más alto en América Latina y el Caribe (7 %) (Tabla 4).

El tiempo medio de respuesta a las reclamaciones reportado en las tres regiones es de siete días. Sin embargo, las entrevistas realizadas para este estudio sugieren que estos tiempos de respuesta podrían estar subestimados, particularmente en África, donde el tiempo de respuesta medio reportado es de tan solo cuatro días.

FIGURA 5
ÍNDICES DE SINIESTRALIDAD MEDIOS EN TODAS LAS REGIONES POR LÍNEA DE PRODUCTOS



3.6 El impacto de la COVID-19

Por último, aunque este estudio se basa en datos de 2019, es evidente que las tendencias observadas en estos datos y en las entrevistas con los expertos se verán afectadas por la pandemia de la COVID-19. Aunque aún no se conoce el impacto en todos sus detalles, los expertos entrevistados para este estudio avanzaron opiniones sobre el grado en que la pandemia está afectando a los mercados de los microseguros:

- 1 Mayor toma de conciencia de una serie de riesgos.** La COVID-19 está sensibilizando a los clientes no solo con respecto a los riesgos sanitarios, sino también a los riesgos relacionados con su capacidad para trabajar. Esto podría representar una oportunidad para el sector. Algunas aseguradoras han desarrollado productos específicos para la COVID, lo cual podría ser un punto de entrada a los seguros si el valor que ofrecen es adecuado.
- 2 Disminución de nuevas ventas y renovaciones.** Dadas las restricciones de desplazamiento que enfrentan los agentes, las dificultades para interactuar con los clientes y la reducción de los ingresos de estos últimos, algunas aseguradoras están empezando a observar un menor número de contrataciones, particularmente de productos voluntarios, entre los nuevos clientes. La distribución a través de las instituciones de microfinanzas también se ha visto afectada desfavorablemente dada la disminución de los volúmenes de crédito.
- 3 Impacto incierto en las reclamaciones.** Muchas aseguradoras dieron cuenta de una disminución de las reclamaciones, incluso en productos de salud, ante el confinamiento de la población y las dificultades de los clientes para acceder a los servicios de salud y presentar reclamaciones. No está claro si estas últimas aumentarán más adelante, a medida que la población vuelva a tener acceso a los servicios de salud, probablemente con mayores necesidades.
- 4 Énfasis en la necesidad de seguros de interrupción de negocios.** La crisis ha puesto de manifiesto la vulnerabilidad de las pequeñas empresas frente a acontecimientos que interrumpen su capacidad para llevar a cabo sus actividades comerciales. Existe mucho interés entre las aseguradoras por analizar cómo pueden responder a estos riesgos en el futuro.
- 5 Digitalización acelerada.** La digitalización ha aumentado en casi todos los aspectos de la vida durante esta crisis, lo que ha impulsado la alfabetización digital y el nivel de comodidad digital de muchas personas. El mayor uso de los servicios de telemedicina y de los pagos digitales afectan particularmente a las aseguradoras. Asimismo, las entidades reguladoras han aprobado a pasos forzados reglamentaciones que permiten que las operaciones se lleven a cabo de manera digital e incluso han autorizado el uso de la firma electrónica. Las aseguradoras han tenido que hacer ajustes tales como adaptar su comunicación, tanto con los agentes como con los clientes, en los procesos de incorporación, administración de las pólizas y examen de las reclamaciones. Muchos de estos cambios probablemente perdurarán tras la desaparición de la pandemia.
- 6 Percepción de que las aseguradoras no apoyan a los clientes durante la crisis.** En una encuesta realizada por Cenfri, FSD Africa y la Organisation of Eastern and Southern Insurers se encontró que los productos de vida y hospitalización por lo general han cubierto los siniestros relacionados con la COVID, pero que los seguros en África han excluido en gran medida estas reclamaciones.²¹ Independientemente de que se justifique o no, es casi seguro que esta situación socavarán la confianza en los seguros de los clientes que no han podido hacer valer sus seguros durante un periodo de crisis. Además, podría ser más difícil cubrir las pandemias en el futuro en un contexto en el que las reaseguradoras excluyan explícitamente las pandemias o aumenten los precios de su cobertura.
- 7 Impacto incierto en el negocio de los microseguros a largo plazo.** Muchas aseguradoras y distribuidores se han visto muy afectados por la crisis y podrían tener menos interés por invertir en negocios marginales e iniciativas estratégicas a largo plazo, incluidos los microseguros. Por otra parte, la crisis, que ha castigado los presupuestos públicos, también ha hecho que algunos gobiernos toquen las puertas del sector privado para que participe en la lucha contra este tipo de riesgos. Esto podría traducirse en oportunidades para constituir asociaciones público-privadas.

²¹ Lucia Schlemmer, Kate Rinehart-Smit and Jeremy Gray (2020). *Never waste a crisis: How sub-Saharan African insurers are being affected by, and are responding to, COVID-19*





4. África

4.1 Tamaño y evolución del mercado

En los 11 países de África de los que se obtuvieron datos (Costa de Marfil, Egipto, Ghana, Kenia, Marruecos, Nigeria, Ruanda, Sudáfrica, Tanzania, Zambia y Zimbabue) se estima que entre 9,1 y 28,3 millones de personas estaban cubiertas por los microseguros de las 101 aseguradoras que respondieron a la encuesta.

Cabe señalar que esta cifra incluye un máximo de solo 1,3 millones de personas cubiertas en Sudáfrica, lo que se debe a las dificultades que se presentaron para la obtención de datos de las aseguradoras de este país.

Con base en esta cifra, se estima que entre el 2 % y el 6 % de la población de bajos y medianos ingresos está cubierta por un producto de microseguro en estos países, sin incluir Zimbabue, donde no fue posible obtener información sobre la población de bajos y medianos ingresos.

Si se incluyen los datos de acceso público de Allianz²² sobre los países que no los proporcionaron localmente, el número total de vidas cubiertas es de entre 9,1 y 29,6 millones, lo que representa entre el 2 % y el 7 % de la población de ingresos bajos y medianos en estos países.

Se cobraron un total de USD 212 millones por concepto de primas de microseguros. El valor potencial del mercado de los microseguros en los países incluidos en el estudio se estima en USD 5200 millones (sin incluir Zimbabue), tomando como base la población total de bajos y medianos ingresos cubierta por un seguro.²³ En estos países, las primas de microseguros corrientes representan aproximadamente el 4 % de ese mercado potencial.

Los datos sobre microseguros y los perfiles nacionales están disponibles a petición del interesado a Microinsurance Network.

Actores en el mercado de los microseguros

Las aseguradoras han tomado cada vez más conciencia de que su supervivencia no puede depender exclusivamente de los segmentos poblacionales de altos ingresos, que en la mayoría de los países representan una pequeña cartera de clientes. Perciben, por tanto, la importancia a largo plazo del desarrollo de los microseguros. No obstante, las aseguradoras nacionales continúan enfrentándose a importantes limitaciones de capacidad del mercado, con una experiencia actuarial, de suscripción y de seguros limitada en muchos países.

Al mismo tiempo, el sector de los seguros en muchos mercados está muy fragmentado, lo que implica que las aseguradoras operan con márgenes muy bajos y tienen poco dinero disponible para invertir en innovación. En muchos casos esto se ha traducido en una “carrera de mínimos” en la que las aseguradoras sobreviven con productos de seguros obligatorios y beneficios sobre la inversión. Compiten bajando los precios, a menudo a expensas del servicio al cliente. En algunos países las entidades reguladoras están afrontando esta situación aumentando los requerimientos de capital con miras a lograr la consolidación del mercado.



²² Allianz (2020). *Emerging Consumers: 2019 Full Year Report*

²³ Este valor se basa en la prima media por persona cubierta de USD 14 en todos los países africanos incluidos en el presente estudio.

Por otro lado, las aseguradoras regionales con presencia en varios países de África están logrando cierta consolidación y están surgiendo grandes actores regionales. Estos actores están en mejores condiciones para invertir en innovación y para replicar los éxitos en mercados similares. A consecuencia de ello, las entrevistas realizadas para el presente estudio sugieren que los actores regionales están tomando la delantera como innovadores y líderes de los microseguros en África.

El sector *insurtech* ha crecido en la región durante los últimos cinco años, con un gran número de nuevos participantes, especialmente en Kenia. Algunas de estas empresas *insurtech*, así como otras que no son compañías de seguros ni distribuidores, se interesan cada vez más por la obtención de licencias de seguros o microseguros para poder operar sin necesidad de trabajar con compañías de seguros tradicionales.

Reglamentación

Muchos supervisores africanos, como los de Ghana y Kenia, han mostrado actitudes cada vez más favorables a los microseguros, adoptando medidas tales como los mencionados *sandboxes* (campos de prueba) y los centros de innovación. Y en países como Kenia, Sudáfrica y Uganda los supervisores tienen ahora el mandato explícito de apoyar el desarrollo del mercado. En muchos casos, la creación de nuevos mandatos para los supervisores se complementa con programas gubernamentales encaminados al impulso de la inclusión financiera. El desarrollo de licencias específicas para la actividad del microseguro también ha desempeñado un papel importante en la región al alentar a nuevos participantes y lograr la formalización de los proveedores semiformales o informales, como en el caso de las funerarias en Sudáfrica.

En otros países, la reglamentación se percibe como una restricción y se han producido largos retrasos y cuellos de botella en el trabajo de adaptación de la reglamentación a la situación de los microseguros.

Escala

Los productos obligatorios —aquellos que se proporcionan automáticamente a los clientes de otros servicios— como caso de negocio, especialmente aquellos que distribuyen las instituciones financieras, se han establecido adecuadamente desde hace algún tiempo en la región. El caso de negocio de las ventas voluntarias es más difícil. Muchas aseguradoras se esfuerzan por alcanzar la escala necesaria con los productos voluntarios y los ingresos derivados de los microseguros son difíciles de conciliar con la base de costes de las aseguradoras tradicionales. En lo que respecta a los productos agrícolas y a los seguros de salud amplios, la mayoría de las aseguradoras dependen de las asociaciones entre los sectores público y privado para que estos sean sostenibles.

Cada producto de microseguro en África alcanzó a una media de 7700 personas, frente a aproximadamente 12.500 en Asia y 39.600 en América Latina y el Caribe. Cada producto generó una media de USD 72.300 en primas, frente a los USD 94.000 de Asia y los USD 760.300 de América Latina y el Caribe. Los productos con más probabilidades de alcanzar una escala considerable fueron el seguro de vidacrédito (con una media de 37.400 personas cubiertas por producto), el seguro funerario (35.600) y el seguro de salud (24.600); otras líneas de productos se mostraron rezagadas, incluidos los accidentes personales (4200). Estas tres líneas de productos representan los seguros más establecidos y exitosos en los mercados de los microseguros en África.

La escala más baja alcanzada en África en comparación con la de otras regiones refleja los aspectos económicos y geográficos de la región, así como la fragmentación del mercado de los seguros. Los ingresos son generalmente bajos y hay un menor número de países que ofrecen la oportunidad de alcanzar la escala necesaria a nivel nacional. Además, el mercado de los seguros está muy fragmentado, por lo que un gran número de aseguradoras compiten para atraer clientes.

Primas

La prima media por persona cubierta en África es de USD 14 por año. Hay un gran intervalo entre las distintas líneas de productos: la prima media por persona cubierta en productos de vida no agrupados con precios más altos se sitúa en USD 56,88, en productos de vidacrédito en USD 21,90 y en productos de accidentes personales, funerarios y de salud en menos de USD 10.



RECUADRO 4

Desarrollo de seguros basados en índices en África Occidental

En 2017 AXA se asoció con la Compagnie Nationale d'Assurance Agricole du Sénégal (CNAAS) y el Banque Ouest Africaine de Développement (BOAD) para lanzar un producto de seguro indexado para pequeños agricultores en Senegal. El producto protege a los productores de algodón contra los daños causados por la sequía. Los pagos se basan en datos satelitales respaldados por datos locales de estaciones meteorológicas.

La CNAAS actúa como asegurador principal y AXA, Africa Re y Cica Re proporcionan reaseguro. El seguro se combina con préstamos y se distribuye a través de las federaciones de agricultores, que funcionan de forma cooperativa. Las primas están subvencionadas al 50 % por el gobierno senegalés, lo que las hace asequibles para los agricultores.

Con las recientes sequías en el país, las tasas de siniestralidad han sido altas. Sin embargo, esto se considera importante para generar confianza y comprensión del producto. A medida que las federaciones de agricultores se benefician del pago de préstamos a pesar de la sequía y los agricultores descubren que sus préstamos se pagan y están protegidos se construye la confianza en el producto y en el asegurador. Después de tres años, los agricultores individuales incluso se están acercando a la aseguradora porque han visto que otros reciben beneficios y quieren solicitar la cobertura para sus propios préstamos.

A medida que se ha ido tomando conciencia ha aumentado el número de federaciones de agricultores que participan y, por tanto, el número de agricultores cubiertos, y el producto llega ahora a casi 30 000 productores de algodón.

En 2019, AXA lanzó otro producto de seguros indexados en África Occidental con el apoyo del Mecanismo de seguro de índice global (GIIF en sus siglas en inglés) del Grupo del Banco Mundial y en asociación con Africa Re y Cica Re. Una vez más, los primeros pagos de reclamaciones resultaron vitales para el crecimiento del producto. El producto también está basado en índices y protege a los agricultores contra la sequía, en este caso a los agricultores de maíz en Costa de Marfil.

El sector del maíz está formado por numerosas cooperativas de pequeños agricultores que no se agrupan fácilmente. Los socios del proyecto realizaron sesiones de promoción del producto con cooperativas, pero solo uno acordó distribuir el producto en el programa piloto de 2019. El seguro se combinó con préstamos otorgados a través de la cooperativa.

En 2019, el alto índice de reclamaciones se aprovechó para que los socios promocionaran el producto a través de actos públicos de pago de reclamaciones. Esto ayudó a mostrar a los agricultores y otras cooperativas la protección ofrecida a través del producto de seguro. Esto resultó importante para ganar el interés de otras cooperativas de agricultores y conseguir nuevos socios para 2020.

4.2 Productos

Los productos de vidacrédito, vida, gastos funerarios y salud son muy dominantes en los mercados de los microseguros de África (figuras 6 y 7). Los productos agrupados, que ofrecen más de una cobertura, representaron el 12 % de las personas cubiertas en la región y el 2,3 % de las primas generadas. Las coberturas que se combinaron con mayor frecuencia fueron vida, gastos funerarios, accidentes personales y salud.



El principal desarrollo en los productos de microseguro en la región en los últimos años ha sido el auge de los seguros de salud de bajo coste, especialmente los productos de apoyo económico por hospitalización. En un principio fueron impulsados por los proveedores de servicios tecnológicos y las aseguradoras panafricanas, pero ahora los han adoptado las aseguradoras locales más establecidas. Su predominio en la región se refleja en el hecho de que los productos de salud están entre los productos de menor coste de la región registrados en este estudio, con un coste medio por persona cubierta de USD 6,47.

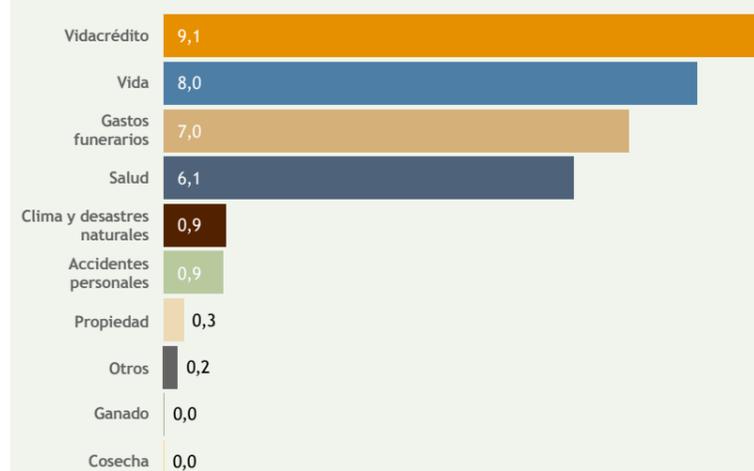
Al mismo tiempo, las aseguradoras han pasado a ofrecer beneficios tangibles fuera del ámbito de los seguros en sus ofertas de distintas líneas de productos. Los servicios de salud y, en particular, los servicios de telemedicina son una opción popular. Algunas aseguradoras han comprado empresas de telemedicina y otras están ofreciendo estos servicios a través de asociaciones.

Las coberturas de cosecha y de ganado siguen representando importantes desafíos, pero han crecido de manera gradual en la región. Durante la recopilación de datos para el presente estudio solo fue posible obtener datos sobre seguros de cosecha de tres países de la región, por lo que es probable que las cifras de las figuras 6 y 7 subestimen el alcance de estos productos. En el recuadro 4 se proporciona información adicional sobre dos planes en África Occidental.

Una nueva e interesante tendencia es la venta de paquetes de gestión de riesgo, que incluyen soluciones de gestión de riesgo no relacionadas con los seguros. Por ejemplo, Hollard se ha asociado con Lumkani en Sudáfrica para ofrecer a los establecimientos informales un dispositivo de detección de incendios de bajo coste incorporado a un seguro de vivienda y contenidos.²⁴ La asociación tiene como objetivo los hogares que los principales proveedores normalmente no considerarían asegurables. Hollard se ha dado cuenta de que el producto es popular debido en parte al dispositivo que se entrega, lo que supone que los clientes reciben algo físico e inmediato cuando lo suscriben.

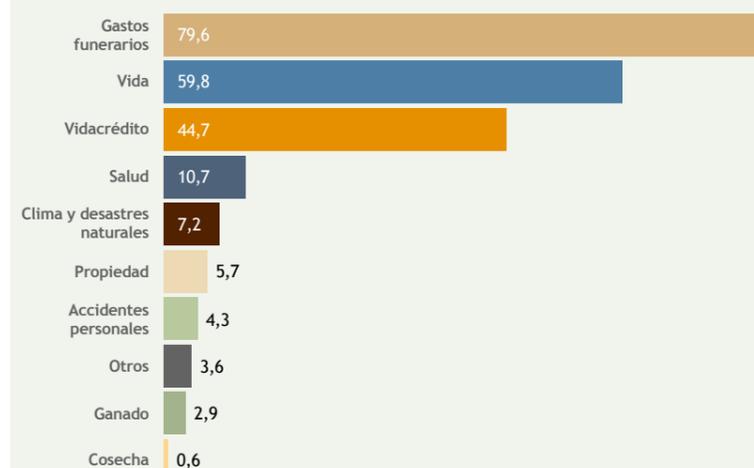
²⁴ Lumkani Alarm and Fire Cover: lumkani.com

FIGURA 6
PERSONAS CUBIERTAS POR LÍNEA DE PRODUCTOS EN ÁFRICA



“ Las aseguradoras han pasado a ofrecer beneficios tangibles fuera del ámbito de los seguros en sus ofertas de distintas líneas de productos ”.

FIGURA 7
PRIMAS COBRADAS (EN MILLONES DE USD) POR LÍNEA DE PRODUCTOS EN ÁFRICA



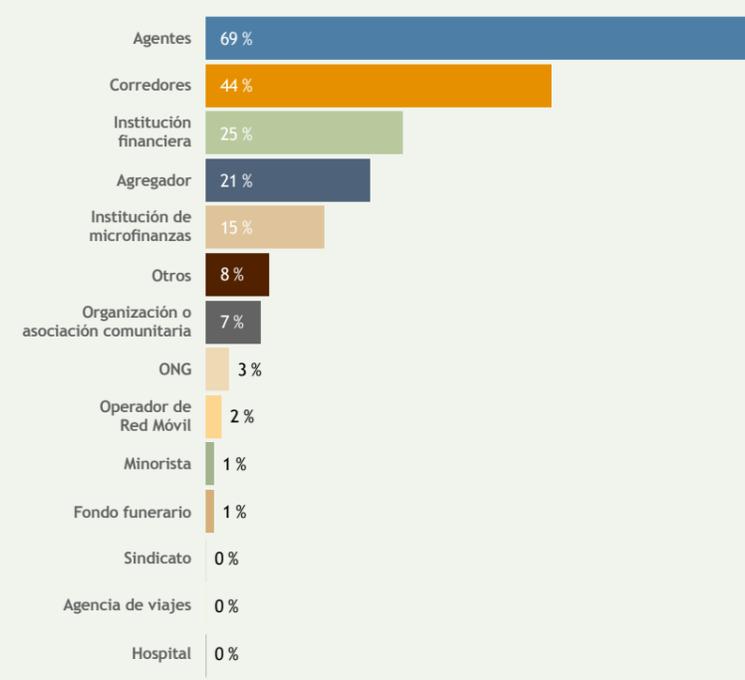
4.3 Distribución

En África se identificó que los agentes eran un canal de distribución particularmente importante, pues se recurría a ellos como parte de la estrategia de distribución en el 69 % de los productos reportados (Figura 8). Los agentes abarcan un amplio conjunto de figuras, desde agentes asalariados empleados por el proveedor de seguros hasta agentes de terceros o agentes de los socios de distribución.

El trabajo de los agentes se suele combinar con otros canales de distribución, mientras que también es común que las aseguradoras recurran a su personal de venta regular para vender productos tradicionales y de microseguros. En la región también se ha registrado un mayor número de aseguradoras que intentan implantar su propio personal de venta de microseguros, un enfoque que en el pasado había caído en desuso entre los proveedores.

Los corredores ocupan también un lugar importante en la región. En muchos casos pueden especializarse como agencias de microseguros, como es el caso de MicroEnsure y Bima, que asumen un papel mucho más amplio que el de un corredor tradicional.

FIGURA 8
PROPORCIÓN DE PRODUCTOS EN ÁFRICA QUE HACEN USO DE CADA TIPO DE CANAL DE DISTRIBUCIÓN



El uso de las instituciones financieras y de las instituciones de microfinanzas sigue siendo importante en el mercado africano. En particular, los modelos de bancaseguros han crecido en muchos países durante la última década, en algunos casos debido a la derogación de la disposición reglamentaria que restringía su uso.

La disminución del uso de los ORM, por su parte, es patente, ya que solo el 2 % de los productos se distribuyen a través de este canal. Vale la pena señalar que los ORM normalmente solo trabajan con un producto de seguro, mientras que otros canales pueden trabajar con muchos productos y numerosas aseguradoras. A consecuencia de ello, a través de los ORM se pueden distribuir menos productos a mayor escala.

De hecho, el modelo freemium de los ORM solo se ha mantenido en un pequeño número de casos en África, en particular en Ghana y en especial cuando la aseguradora y el ORM tienen un vínculo muy estrecho. Un ejemplo es aYo, una empresa conjunta de la aseguradora MMI Holdings y el ORM MTN, que ha llegado a millones de clientes en tres mercados mediante cobertura de apoyo económico por hospitalización gratuita al contratarse seguros contra accidentes o de vida que se brinda al momento de recargar tiempo de llamada y transferir remesas.²⁵

Dada la caída de las asociaciones con los ORM, muchas aseguradoras han diseñado enfoques creativos para encontrar canales alternativos, entre ellos las asociaciones de cadenas de valor, como las organizaciones de trabajadores y agricultores. Aunque cada asociación representa un menor número de clientes, reunir a varias de estas asociaciones puede contribuir a alcanzar la escala necesaria.

Diversificación de los canales de pago

Incluso cuando se recurre a los canales tradicionales se utilizan herramientas digitales para mejorar la eficiencia, la comunicación y el acceso a los datos. El cobro de primas es un enorme desafío para las aseguradoras; en este aspecto están surgiendo nuevas posibilidades muy prometedoras. Muchas aseguradoras se han dado cuenta de que es importante ofrecer a los clientes una gama de opciones de pago, que pueden incluir depósitos directos, dinero móvil y la posibilidad de realizar pagos en puntos de venta locales.

El uso del dinero móvil está creciendo en toda África. En muchos países sigue limitándose en gran medida al pago de remesas, pero la popularidad de otras funciones está comenzando a crecer. Cada vez más, la gente está depositando dinero en sus billeteras móviles y la posibilidad de hacer deducciones automáticas de las billeteras móviles ya es legal en muchos países. Esto tiene el potencial de incrementar considerablemente el número de personas a quienes se les podrían hacer cobros mediante deducciones mensuales automatizadas, lo que en el pasado por lo general solo era posible para los asalariados.



Aparición de plataformas digitales

La aparición de plataformas digitales también es una tendencia importante en África. Aunque el uso de estas plataformas para los microseguros es aún incipiente, están surgiendo modelos prometedores en la región, particularmente modelos híbridos. En los enfoques híbridos se utilizan datos provenientes de plataformas digitales para segmentar la cartera de clientes y encontrar ventas potenciales prometedoras. Posteriormente se pasa a un enfoque de ventas activo, por ejemplo un centro de llamadas, para vender seguros a esos clientes potenciales.

²⁵ Acerca de aYo: ayo4u.com/aboutayo.

4.4 Género

El porcentaje medio de mujeres clientas de empresas de microseguros en la región es del 40 %, el más bajo de las tres regiones. Muchas de ellas están aseguradas por las IMF, que tienden a tener una fuerte clientela de prestatarias.

La menor proporción de clientas refleja en parte la menor inclusión financiera de las mujeres en su conjunto en la región. En 2017, en África subsahariana el 37 % de las mujeres tenían acceso a una cuenta en una institución financiera o a través de un servicio de dinero móvil frente al 48 % de los hombres. Esta brecha de 12 puntos porcentuales es superior a la brecha de 11 puntos porcentuales para Asia del Sur, 4 puntos porcentuales de diferencia con respecto a Asia Oriental y 7 puntos porcentuales para América Latina y el Caribe.²⁶



²⁶ Demirgüç-Kunt, Asli, Leora Klapper, Dorothe Singer, Saniya Ansar, y Jake Hess. 2018. *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*.

4.5 Siniestralidad

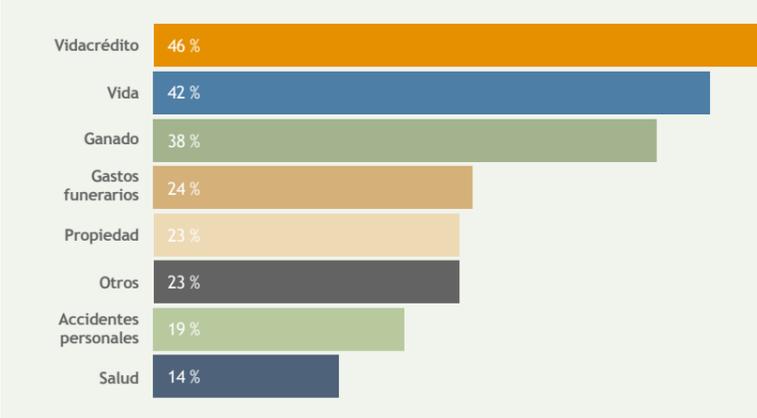
La mediana del índice de siniestralidad en la región es del 28 %. Aunque baja, es superior a los índices reportados en Asia (25 %) y América Latina y el Caribe (10 %).

Los índices de siniestralidad varían de una línea de productos a otra (Figura 9), siendo los más elevados los relativos a los productos de vida y de vidacrédito. Entre las explicaciones están el aumento de la competencia y una mayor comprensión de estos productos por los clientes. Dada la importancia cada vez mayor en el mercado de los productos de apoyo económico por hospitalización, es importante tener en cuenta el índice de siniestralidad relativamente bajo de los productos de salud (14 %), que puede atribuirse a la agrupación de productos o a la naturaleza obligatoria de estos, lo que se traduce en una menor sensibilización de los clientes.

De todos los productos sobre los que se facilitaron datos de reclamaciones en la región, el 33 % presentaba índices de siniestralidad de un solo dígito. Es importante que se tengan en cuenta estos índices de siniestralidad particularmente bajos para no socavar la aspiración de la creación gradual de una cultura del seguro en la región.

Los índices de siniestralidad en la región se ven afectados por los altos índices de gastos y de gestión, que a su vez moderan las reclamaciones. Al mismo tiempo, las entrevistas sugieren que algunos consejos directivos de compañías de seguros han establecido como objetivo mantener las reclamaciones por debajo (no por encima) de cierto valor. Esto pone en riesgo la viabilidad a largo plazo del microseguro, ya que unos índices de siniestralidad muy bajos menoscaban el valor y la confianza en la empresa, así como en el sector. Para fortalecer el valor, es importante tener en cuenta tanto las ineficiencias como los enfoques de las compañías en lo que toca a las reclamaciones.

FIGURA 9
ÍNDICES DE SINIESTRALIDAD MEDIOS EN ÁFRICA POR LÍNEA DE PRODUCTOS



El tiempo de respuesta medio a las reclamaciones reportado en África es de cuatro días. Sin embargo, diversas entrevistas con expertos para el presente estudio sugieren que esta información podría adolecer de precisión y que la lentitud de los tiempos de respuesta a las reclamaciones y el deficiente servicio para atenderlas son una queja frecuente de los clientes. Se reportaron tiempos de respuesta a las reclamaciones más lentos en el caso de los productos de ganado (23 días) y de los productos de salud (15 días).

La tasa media de rechazo de reclamaciones en África es del 1,7 %, la más baja de todas las regiones. Particularmente destacable es la baja tasa de rechazo de reclamaciones en productos de salud, situada en 1,7 %, frente a un 7,1 % en Asia y un 29 % en América Latina y el Caribe. Esto puede reflejar el predominio abrumador de las coberturas de apoyo económico por hospitalización en la región, que son más fáciles de administrar y que

pueden traducirse en bajos índices de rechazo de reclamaciones. También podría reflejar una redacción más clara de las pólizas, o bien que el fraude imputable a estos productos aún no se ha desarrollado a un grado considerable en la región.

Asimismo, se observaron tasas bajas en los productos de vida y de vidacrédito y se rechazaron altos porcentajes de reclamaciones en productos de accidentes personales (7,7 %) y propiedades (10 %).



5. Asia

5.1 Tamaño y evolución del mercado

En los ocho países de Asia sobre los que se obtuvieron datos (Bangladesh, Camboya, Indonesia, Nepal, Pakistán, Filipinas, Sri Lanka y Vietnam) se estima que entre 25,4 millones y 51,8 millones de personas estaban cubiertas por los productos de microseguros de las 59 aseguradoras que respondieron a la encuesta. Con base en esta cifra, se estima que entre el 4 % y el 7 % de la población de bajos y medianos ingresos está cubierta por un producto de microseguro en estos países.



India se vio gravemente afectada por el confinamiento debido a la COVID-19 durante el período en el que se recopilaron datos para este informe y no fue posible obtenerlos a tiempo (véase el Recuadro 5). Se espera que los datos de 2019 estén disponibles en una etapa posterior.

Si se tienen en cuenta los datos de la India proporcionados por el regulador de seguros del país²⁷, junto con los datos de Allianz²⁸ públicamente disponibles, el número total de personas cubiertas en la región está entre 147 y 201,1 millones en nueve países. Esto representa entre el 8 % y el 11 % de la población de ingresos bajos y medianos de estos países.

Se cobraron un total de USD 174 millones en total por concepto de primas de microseguros en los ocho países. El valor de mercado potencial de los microseguros en estos países se estima en USD 6300 millones con base a la población total de bajos y medianos ingresos cubierta por un producto de seguro.²⁹ En estos países las primas de microseguros corrientes representan aproximadamente el 3 % de ese mercado potencial.

Mientras que a algunos de los países estudiados se les considera importantes mercados de microseguros desde hace algún tiempo, especialmente India y Filipinas, están surgiendo otros lugares clave para los microseguros en la región, como Bangladesh, Camboya e Indonesia. Inspirados por el éxito de los microseguros en mercados de larga data y en el reconocimiento creciente del poder adquisitivo acumulado de los consumidores de bajos ingresos y emergentes, las aseguradoras y las entidades reguladoras están prestando más atención a los microseguros en un número cada vez mayor de países de la región.

Los datos sobre microseguros y los perfiles nacionales están disponibles a petición del interesado a Microinsurance Network.

²⁷ Insurance Regulatory and Development Authority of India (2019). *Annual Report 2018-2019*; y PMFBY (2020). *Crop insurance dashboard*.

²⁸ Allianz (2020). *Emerging Consumers: 2019 Full Year Report*

²⁹ Este valor se basa en la prima media por persona cubierta de USD 8,80 en los países de Asia incluidos en el presente estudio.

RECUADRO 5

El mercado indio de los microseguros

La ausencia de la India en los datos de 2019 es importante porque se trata de uno de los mercados de microseguros más grandes del mundo. Según los datos disponibles públicamente, entre 121,6 y 141,8 millones de personas están cubiertas por un producto de microseguro en el país, considerando solo aquellos productos con participación de aseguradoras privadas. Estos dieron lugar a más de USD 3200 millones en primas.³⁰

El gobierno desempeña un papel particularmente importante en la promoción y subsidio de microseguros en la India. El plan de seguro de cosechas subvencionado por el gobierno, denominado Pradhan Mantri Fasal Bima Yojana (PMFBY), cubrió aproximadamente a 18,7 millones de agricultores en una temporada en 2019.

Sin embargo, el crecimiento de los microseguros fuera de los esquemas patrocinados por el gobierno ha sido más lento y se ha centrado principalmente en los productos de seguros de vida. Los interesados en seguros entrevistados por la Academia Nacional de Seguros de la India afirmaron que el mercado requería productos más variados, especialmente productos que incluyeran cobertura para varios riesgos. Los entrevistados hicieron otras recomendaciones, incluida la necesidad de condiciones de pago más convenientes, la digitalización de los procesos, en particular para mejorar el pago de reclamaciones, y el aprovechamiento de una gama más amplia de opciones de distribución, como las organizaciones comunitarias.

Actores en el mercado de los microseguros

En muchos países de la región el microseguro se percibe como una atractiva propuesta de negocio, con actores bien establecidos que han venido ofreciendo microseguros durante muchos años y que consideran que esta actividad no solo es sostenible, sino también rentable. En algunos de los mercados más establecidos, como Filipinas, algunos proveedores incluso informan de que, debido a los esfuerzos de la industria, las percepciones del público sobre el seguro han cambiado en favor de una mayor apertura hacia la compra de productos de seguros y una mejor reputación de la industria respecto a la de hace más de una década, cuando los esfuerzos en el ámbito de los microseguros en estos mercados eran todavía incipientes. En mercados de microseguros menos desarrollados, las aseguradoras siguen siendo cautelosas, pero muchas están incursionando en el mercado de los microseguros inspiradas por las historias de éxito que se viven en otros lugares de la región.

Reglamentación

Desde el informe *Panorama del microseguro en Asia y Oceanía 2013* una cantidad cada vez mayor de gobiernos y entidades reguladoras están mostrando un interés creciente por los microseguros y aplicando diversas medidas. Entretanto, países con mercados de seguros incluyentes más maduros, especialmente India y Filipinas, han estado actualizando y revisando diligentemente sus enfoques. En 2016 Nepal estableció cuotas de atención para las aseguradoras en favor de clientes rurales de bajos ingresos, con un modelo similar al de India. Algunos países, como Pakistán y Camboya, han establecido o están considerando la posibilidad de

establecer licencias especiales para el sector de los microseguros, inspirados en el enfoque pionero adoptado en Filipinas.

Una tendencia notable en la región es el continuo papel activo de los gobiernos en países como Tailandia, Nepal, Sri Lanka, India y Vietnam. La participación del gobierno incluye la colaboración con los reguladores para implementar y adaptar esquemas de seguros agrícolas para pequeños agricultores, proporcionando subsidios y otros incentivos, y esfuerzos para integrar los seguros con la infraestructura de identidad digital.

De manera similar a lo que ocurre en otras regiones, los gobiernos y las entidades reguladoras interesadas en promover la inclusión en el sector de los seguros están imprimiendo un fuerte impulso al seguro digital. Las entidades reguladoras de toda la región han venido adoptando reglamentaciones encaminadas a establecer explícitamente modelos digitales, así como campos de prueba para fomentar la innovación. Pakistán, por ejemplo, ha adoptado ambas medidas. El ímpetu para adoptar medidas de esa índole ha aumentado durante la COVID-19. India, por ejemplo, ha permitido en fechas recientes la emisión electrónica de pólizas con carácter experimental.

Escala

Cada producto de microseguro en Asia alcanzó a una media de 12.500 personas, frente a aproximadamente 7700 en África y 35.600 en América Latina. Cada producto generó una media de USD 94.000 en primas, en comparación con USD 72.300 en África y USD 787.500 en América Latina y el Caribe. Los productos funerarios alcanzaron la escala más alta, con una media de 180.000 personas por producto, seguidos de los accidentes personales, con 59.000 personas cubiertas por producto.

Primas

La prima media pagada por persona cubierta en la región es de USD 8,80, la más baja de las tres regiones (África y América Latina y el Caribe presentaron valores de USD 14 y USD 18,92, respectivamente). Los productos de vidacrédito, que durante mucho tiempo han sido importantes en el mercado, así como los productos de accidentes personales, se ofrecen a tarifas bajas, situándose en una media de USD 5,07 y USD 3,67, respectivamente. El coste de los productos de vida no vinculados a créditos es mayor: USD 12,12 por persona cubierta. Los productos de cosecha y de ganado también se ofrecen a tarifas más altas, en consonancia con las tendencias mundiales; sin embargo, dados los pocos datos recopilados sobre estos productos no podemos estimar promedios significativos.



³⁰ Insurance Regulatory and Development Authority of India (2019). *Annual Report 2018-2019*; y PMFBY (2020). *Crop insurance dashboard*.

5.2 Productos

Los productos de vida y de vidacrédito dominan en los mercados asiáticos encuestados para este estudio, tanto en lo que respecta al número personas cubiertas (Figura 10) como a las primas cobradas (Figura 11), mientras que los productos de accidentes personales y salud ocupan también un lugar importante en el mercado. Estos datos se ajustan al patrón observado en el informe *Panorama del microseguro en Asia y Oceanía 2013*, donde el seguro de vida fue también la cobertura más común, seguido del seguro de accidente y de salud.

Cabe señalar que es probable que los seguros de cosecha representen una proporción del mercado mucho mayor que la que sugieren estos resultados. No se pudieron recoger datos de India, donde el seguro de cosecha apoyado por el gobierno cubre a los agricultores a gran escala, de la misma forma que tampoco se pudieron recopilar datos sobre los planes de seguros de cosecha gubernamentales en otros países de la región.

Las entrevistas realizadas para el presente estudio sugieren que los productos agrupados con cobertura para más de un riesgo han venido cobrando cada vez más importancia en la región en los últimos años. Tales productos agrupados representan alrededor del 8 % de las personas aseguradas y el 7 % de las primas cobradas para los productos recogidos en este estudio en Asia. Las coberturas agrupadas más comunes son vida, gastos funerarios, accidente y salud. Estos productos agrupados resultan atractivos para los clientes, ya que pueden enfrentar una serie de necesidades de forma asequible.

Sin embargo, sigue existiendo una apremiante necesidad de diversificar la oferta de microseguros en Asia con miras a cubrir una amplia gama de necesidades de los clientes, entre ellas los riesgos climáticos y la demanda de coberturas de salud más amplias. Incluso en mercados más avanzados como el de Filipinas, el seguro de vida sigue siendo en gran medida la experiencia más común que tienen los clientes con el esquema del microseguro.

Seguro de salud

El microseguro de salud se ha desarrollado en Asia con características similares a las de África. Los productos de asistencia hospitalaria o de apoyo económico por hospitalización son muy populares, y el predominio de estos productos de bajo coste frente a los productos más caros y más amplios es notorio en los seguros de salud de bajo coste reportados en este estudio. La prima promedio por persona cubierta en concepto de seguro de salud en Asia asciende a solo USD 5,39.

Estos productos resultan atractivos porque son relativamente fáciles de administrar (no se requiere una aseguradora para crear una red de hospitales y clínicas) y asequibles. Además, son más prácticos en aquellos lugares donde las instalaciones de salud son limitadas. Por ejemplo, la Fundación Kashf de Pakistán ofrece, en colaboración con proveedores de seguros, un producto de salud amplio en determinadas zonas del país donde existe una mayor disponibilidad de instituciones sanitarias privadas. Es, además, un producto mucho más sencillo, con pagos en efectivo preestablecidos según el número de días de estancia en el hospital en zonas donde se cuenta con hospitales privados. Gracias a estas dos coberturas, que son obligatorias con el seguro de vida para todos los clientes que contratan préstamos, la Fundación Kashf se ha convertido en el mayor proveedor de microseguros de salud de Pakistán.

En muchos casos, la innovación en la oferta de microseguros de salud

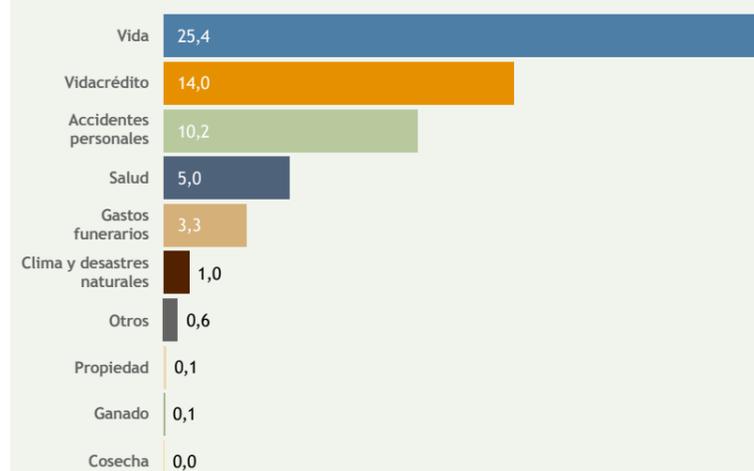
se ve respaldada por los avances de la tecnología digital, que han permitido que los servicios de salud móviles descolen en países como Indonesia y Bangladesh. Por ejemplo, Tonic, un producto de la compañía de telecomunicaciones Telenor, de Bangladesh, combina asesoramiento virtual de salud, un servicio de teleconsulta médica, descuentos en servicios de salud y seguro de apoyo económico por hospitalización.³¹ El producto ofrece paquetes gratuitos y de pago, y en 2018 había sumado 750.000 clientes de pago en Bangladesh.³²

Seguros de cosecha y de ganado

Aunque no fue posible recabar datos sobre importantes programas de seguros de cosecha con apoyo gubernamental, estos planes han crecido enormemente en países como India, donde la combinación de subvenciones gubernamentales y economías de escala han hecho que la participación sea atractiva para las aseguradoras. En la India, en 2019, el plan de seguro de cosechas subvencionado por el gobierno (PMFBY) cubrió aproximadamente a 18,7 millones de agricultores.³³ Otros países están comenzando a adoptar enfoques similares, como Indonesia, que en 2016 cubrió cerca de un millón de hectáreas de arrozales.³⁴

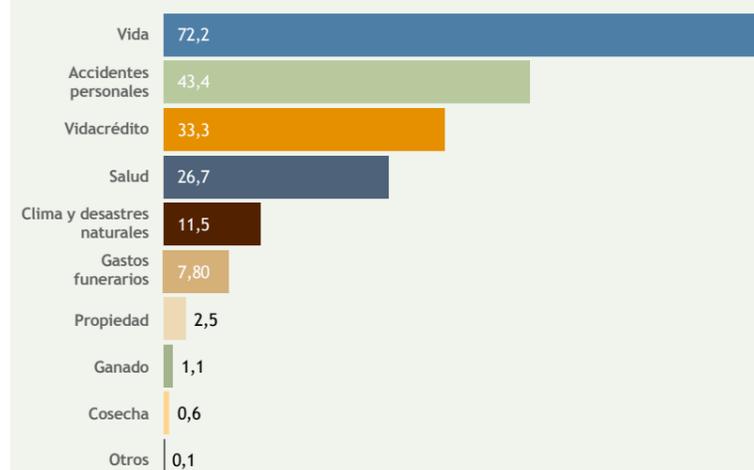
Sin embargo, en aquellos países donde no existen subsidios gubernamentales son relativamente pocas las aseguradoras que han estado dispuestas a asumir las ingentes reclamaciones y las dificultades administrativas vinculadas con los seguros de cosecha y de ganado.

FIGURA 10
PERSONAS CUBIERTAS EN ASIA POR LÍNEA DE PRODUCTOS



“ Sigue existiendo una apremiante necesidad de diversificar la oferta de microseguros en Asia con miras a cubrir una amplia gama de necesidades de los clientes, entre ellas los riesgos climáticos y la demanda de coberturas de salud más amplias ”.

FIGURA 11
PRIMAS COBRADAS (EN MILLONES DE USD) POR LÍNEA DE PRODUCTOS EN ASIA



³¹ Telenor (2016). *Tonic is the New Face of Digital Health Services for Telenor*.

³² Lisa Morgan and Craig Churchill (2018). *Financial inclusion and health*

³³ PMFBY (2020). Decline in number of beneficiaries under PMFBY.

³⁴ Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (2017). *Country fact sheet on food and agriculture policy trends*.

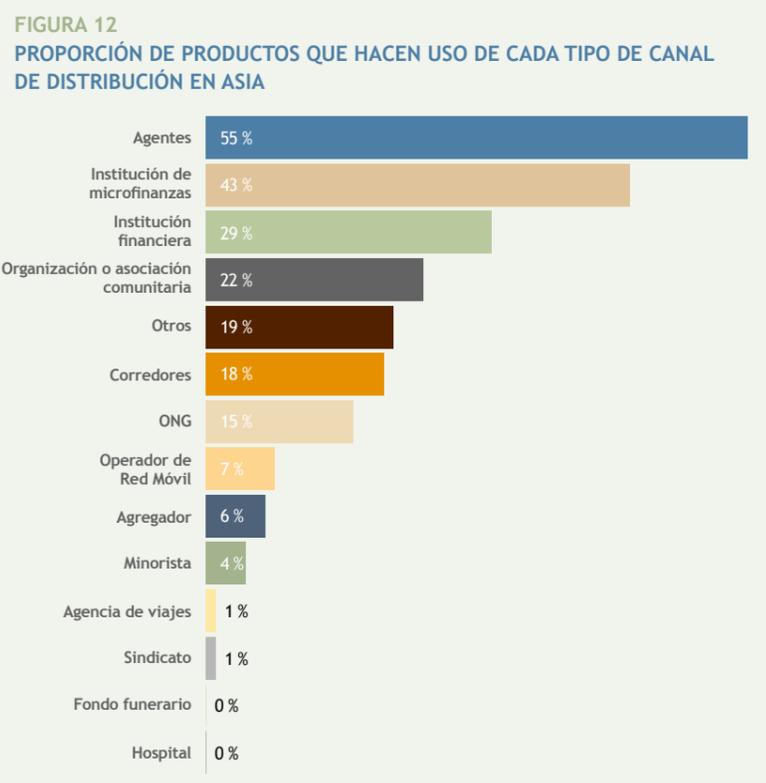
5.3 Distribución

Las ventas de coberturas colectivas siguen siendo muy importantes en la región, particularmente a través de instituciones financieras e instituciones de microfinanzas (Figura 12). En muchos países, las IMF se están percatando de la necesidad de ir más allá del seguro de vida y crédito y están ofreciendo otras coberturas, como las funerarias, de accidentes y de salud. Al mismo tiempo, se ha producido cierta diversificación en la venta de seguros colectivos a través de organizaciones como las asociaciones de agricultores, las sociedades cooperativas y otras.

Las asociaciones de beneficio mutuo (ABM) son también muy importantes en Filipinas. Estas pueden ofrecer a sus miembros seguros de vida limitados pero asequibles y han demostrado ser muy populares en el país. En la actualidad, el modelo se está adoptando en otros países, entre ellos Indonesia.

Los agentes abarcan una amplia variedad de modalidades, desde agentes de ventas de seguros contratados directamente por la aseguradora hasta agentes de un socio de distribución de la aseguradora. No obstante, la importancia de los agentes, a quienes se recurre para vender más de la mitad de los productos, demuestra que el contacto humano sigue siendo importante en la región cuando se trata de vender microseguros y darlos a conocer.

Al mismo tiempo, la tecnología está teniendo un papel cada vez más importante en la facilitación de las ventas, incluida la que se utiliza para dar apoyo a los agentes de venta. La utilizan, por ejemplo, para realizar suscripciones digitales incluso en zonas sin conectividad a internet. Sin embargo, el éxito alcanzado en la región con las ventas voluntarias de microseguros mediante un enfoque totalmente digital y sin ningún contacto humano ha sido escaso, toda vez que la necesidad de generar confianza y educar activamente a los consumidores sigue siendo alta.



El papel de las soluciones digitales

Las plataformas digitales están avanzando rápidamente en diversas partes de la región y las aseguradoras están empezando a aprovechar esta oportunidad. Es interesante destacar que muchas de estas plataformas tienen el objetivo explícito de convertirse en proveedores de servicios financieros. Grab, por ejemplo, es una plataforma de movilidad compartida popular en el Sudeste Asiático que rápidamente comenzó a ofrecer transferencias de dinero y que en la actualidad ofrece un seguro por recorrido y un seguro de viaje.³⁵

El uso del dinero móvil es también cada vez más importante en la región; las aseguradoras están comenzando a aprovechar los pagos de dinero móvil para los seguros, así como a utilizar billeteras móviles como canal de ventas. MicroEnsure ha colaborado con Gcash en Filipinas para ofrecer seguros de vida, accidentes personales y apoyo económico por hospitalización a través de un modelo híbrido.³⁶ Aunque es posible que los clientes contraten mediante un proceso totalmente digital, MicroEnsure capta la mayoría de sus clientes gracias a las ventas activas que se realizan a los clientes potenciales identificados a través de los datos proporcionados por GCash.

El paso hacia los pagos y los servicios financieros digitales ha sido particularmente rápido en China, donde WeChat y AliPay se han convertido en gigantes de los servicios de pago. Los actores presentes en el país están avanzando ahora hacia el crédito y los seguros; con la tecnología y los datos que tienen a su disposición, junto con una reglamentación favorable, están logrando resultados impresionantes. Por ejemplo, un plan de ayuda mutua de salud lanzado por Ant Financial Services Group dirigido a clientes de bajos ingresos alcanzó los 50 millones de usuarios en apenas unos meses en 2019.³⁷ Planes como estos podrían propagarse por todo el Sudeste Asiático a medida que las empresas chinas empiecen a invertir más en los servicios de pagos digitales en toda la región.



³⁵ Grab (consultado el 15/09/2020). *Freedom to insure whenever you need.*

³⁶ GCash (datos recogidos el 15/09/2020). *Get Insurance for as low as P39 with GCash Insure.*

³⁷ Reuters (2019). *China's Ant Financial amasses 50 million users, mostly low-income, in new health plan.*

5.4 Género

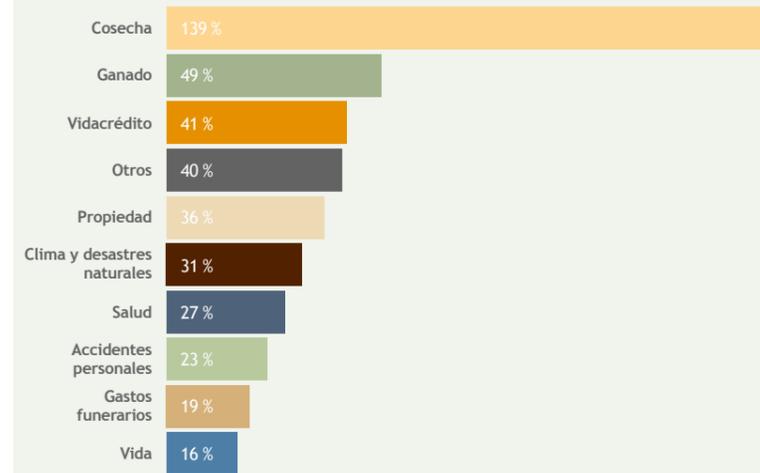
Más que cualquier otra región, Asia ha reportado la mayor proporción de clientas mujeres: un 60 %. Los productos de vidacrédito registraron una tasa particularmente alta, ya que el 85 % de los clientes son mujeres. Es probable que esto se deba a que históricamente muchas IMF importantes de la región se han centrado en una clientela femenina, así como a los mayores niveles de inclusión financiera de las mujeres, en particular en Asia oriental, donde la brecha de género entre los cuentahabientes es de tan solo cuatro puntos porcentuales frente a los nueve de los países en desarrollo (y los 11 en Asia del Sur).



5.5 Siniestralidad

El índice de siniestralidad medio en la región fue del 25 %, inferior al índice observado en África (28 %), pero mayor que el de América Latina y el Caribe (10 %).

FIGURA 13
ÍNDICES DE SINIESTRALIDAD MEDIOS EN ASIA POR LÍNEA DE PRODUCTOS



Sin embargo, los índices de siniestralidad varían considerablemente de una línea de productos a otra (Figura 13), siendo los más elevados los de cosecha y de ganado, como se observa en otras regiones. No obstante, cabe señalar que las cifras sobre productos de cosechas, ganado, clima y propiedad se basan en cantidades de información recibidas sobre reclamaciones relativamente bajas, por lo que es posible que no sean muy fiables.

Asimismo, se observaron índices de siniestralidad relativamente más altos en los productos de vidacrédito, con una media del 41 %, en comparación con las menores tasas reportadas en productos de salud, accidentes personales, gastos funerarios y vida. Esto puede obedecer en parte al peso institucional de las IMF en la negociación de mejores productos y a su papel a la hora de garantizar el

pago de las reclamaciones para que los clientes puedan pagar sus préstamos.

Los índices de siniestralidad más bajos pueden deberse a la menor sensibilización y comprensión de los clientes con respecto a los productos obligatorios agrupados con otros productos o servicios, o bien al diseño de productos y procesos que limitan la capacidad de los clientes para presentar reclamaciones. Además, las tasas de reclamación en seguros de salud pueden ser bajas también en aquellas zonas en las que el acceso a los servicios de salud es limitado, lo que implica que las personas solo demandan servicios médicos o acuden a un hospital en las circunstancias más apremiantes.

De todos los productos sobre los que se facilitaron datos de reclamaciones en la región, el 34 % presentaba índices de siniestralidad de un solo

dígito. Es importante que se tengan en cuenta estos índices de siniestralidad particularmente bajos para no socavar la creación gradual de una cultura del seguro en la región.

El tiempo de respuesta a las reclamaciones fue de 14 días de promedio en la región, siendo más largo el relativo a los productos de ganado (38 días en promedio) y más cortos los de salud, vida, crédito y funerarios, todos con tiempos de respuesta de 10 días o menos. Las tasas de rechazo de reclamaciones en la región fueron generalmente bajas, pues se reportó una media del 2,4 %. Las tasas de rechazo fueron ligeramente superiores en productos de salud, 7,1 %, en comparación con otras líneas de productos, a tono con los hallazgos relacionados con el seguro de salud en otros lugares.



6. América Latina y el Caribe

6.1 Tamaño y evolución del mercado

En los siete países de América Latina y el Caribe de los que se obtuvieron datos (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Jamaica, México y Perú) se estima que entre 6,2 y 22,1 millones de personas estaban cubiertas por productos de microseguros de las 34 aseguradoras que respondieron a la encuesta.

Con base en esta cifra, se estima que entre el 2 % y el 5 % de la población de bajos y medianos ingresos está cubierta por un microseguro en estos países, excluyendo a Jamaica, donde no se disponía de información reciente y confiable sobre el tamaño de la población de bajos y medianos ingresos.

Si se incluyen los datos públicos de Allianz³⁸ sobre los países que no los proporcionaron localmente, el número total de vidas cubiertas se encuentra entre 6,3 y 22,5 millones, lo que representa la misma proporción de la población de ingresos bajos y medianos cubierta (entre el 2 % y 5 %), nuevamente excluyendo a Jamaica.

Se cobraron un total de USD 674 millones en concepto de primas de microseguros en los siete países. El valor potencial del mercado de los microseguros en estos países se estima en USD 7200 millones con base en la población total de bajos y medianos ingresos cubierta por un seguro.³⁹ En estos países, las primas de microseguros corrientes representan aproximadamente el 9 % de ese mercado potencial (excluyendo a Jamaica), lo que supone la mayor proporción de las tres regiones.

Los datos sobre microseguros y los perfiles nacionales están disponibles a petición del interesado en Microinsurance Network.

Actores en el mercado de los microseguros

Hay muchas historias de éxito comercial en la región. No obstante, los proveedores de seguros hacen hincapié en que siguen afrontando retos, especialmente en lo que respecta a las altas comisiones para los canales de distribución y a las dificultades para pasar de los productos agrupados a las ofertas voluntarias.

En los últimos años, varios nuevos actores han incursionado en la región de América Latina y el Caribe trayendo consigo enfoques innovadores en materia de microseguros, entre ellos el seguro indexado de desastres naturales. Muchos de los planes siguen en sus fases iniciales, pero han sido importantes para demostrar a los mercados locales que otros modelos son posibles. Varios actores reconocidos también están tratando de introducir mayores innovaciones. En los últimos años, algunas de las grandes compañías de seguros de la región han puesto en marcha laboratorios de innovación y están comenzando a surgir planes piloto exitosos.

Algunas compañías de la región están exclusivamente enfocadas en los microseguros, entre ellas ALM en Brasil, si bien tienen menos presencia que en otras regiones. Anteriormente se desplegaron esfuerzos en la región para crear instituciones que ofrecieran específicamente microseguros a una IMF o a una red de IMF, generalmente como intermediarios, con el objetivo futuro de aprovechar su red de sucursales para atender a otros clientes. Muchos de estos esfuerzos han mermado, en parte debido a presiones financieras sobre las IMF, así como a una mayor capacidad entre las instituciones de microfinanzas para administrar seguros.



³⁸ Allianz (2020). *Emerging Consumers: 2019 Full Year Report*

³⁹ Este valor se basa en la prima media por persona cubierta, que asciende a USD 19,44 en los países de América Latina incluidos en el presente estudio.

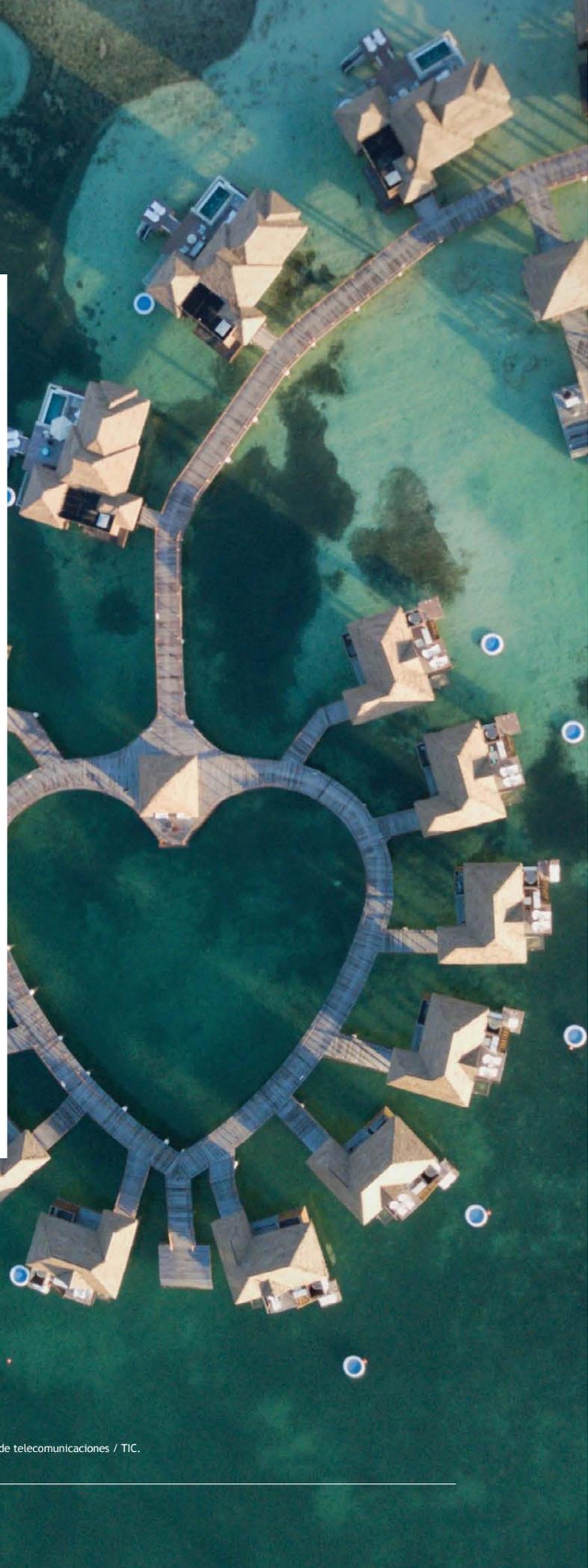
RECUADRO 6

El potencial de crecimiento de los microseguros en Jamaica

Los orígenes del microseguro en Jamaica se remontan a mediados de la década de 1940, cuando se estableció el movimiento de cooperativas de crédito en el país. El movimiento buscaba asegurarse de que los préstamos y ahorros vinieran con un seguro para que los beneficiarios recibieran un pago en caso de fallecimiento de un miembro y para que los préstamos no se transfirieran a sus familias. El mantra era “la deuda debe morir con el deudor”. En un principio se estableció una sociedad de seguros mutuos para proporcionar este seguro. A día de hoy, las cooperativas de ahorro y crédito son las instituciones financieras más importantes de Jamaica entre la población de bajos ingresos, con más de un millón de miembros en el país.

El sector asegurador de Jamaica se ha expandido y actualmente está compuesto por 17 compañías. El país no cuenta actualmente con regulaciones específicas para microseguros. No obstante, la Financial Services Commission, con el apoyo de la Insurance Association of Jamaica, ha liderado desde 2015 a 2019 las consultas sobre la introducción de dichas regulaciones y se espera que en un futuro próximo se apruebe la regulación. Se espera que dicha regulación facilite los microseguros y amplíe los posibles canales a través de los cuales se pueden ofrecer.

No obstante, existen productos dirigidos a la población de bajos ingresos, incluidos varios productos desarrollados por GK Insurance, así como productos de CUNA Mutual, que ofrece seguros para cooperativas de ahorro y crédito. Otras empresas se están preparando para introducir productos de microseguros una vez que se apruebe la regulación. Las aseguradoras ven potencial para aprovechar la gran presencia de las microfinanzas en el país y la alta densidad de teléfonos móviles, con 103 contratos de telefonía móvil por cada 100 personas.⁴⁰



Reglamentación

Los esfuerzos para regular y supervisar de mejor manera los microseguros han cobrado ímpetu en América Latina y el Caribe en los últimos años. Muchos países han establecido licencias o normativas específicas en relación con los microseguros, así como disposiciones para permitir la apertura de nuevos canales de distribución y facilitar el comercio electrónico. Las normativas para autorizar el uso de canales de correspondientes —tiendas minoristas locales que pueden actuar como agentes de seguros— han sido particularmente importantes en la región y muchos países, como Colombia y Brasil, las han adoptado.

También muchos gobiernos y supervisores están adoptando enfoques activos para desarrollar los mercados del microseguro. Estos suelen integrar aspectos específicos en cada país, como el enfoque de género en Argentina o la sostenibilidad en Costa Rica. En Colombia, por ejemplo, la entidad reguladora ha establecido un campo de prueba regulatorio y el programa gubernamental Banca de las Oportunidades se ha asociado con la Federación de Aseguradoras Colombianas (Fasecolda) para promover el desarrollo de los microseguros, lo que incluye una formación sistemática para el sector y la puesta a disposición de recursos financieros para las fases piloto de nuevos productos.

Sigue habiendo restricciones regulatorias, que incluyen limitaciones sobre cómo se pueden agrupar los seguros con otros productos y sobre la figura del agente. Además, en la región

no existe una distinción clara entre el microseguro y el seguro de masa, por lo que algunas aseguradoras pueden optar por registrar microproductos como seguros de masa con el fin de evitar algunos de los requisitos de la reglamentación relativa a los microseguros. El proceso para lanzar un producto con arreglo al marco reglamentario de los microseguros se considera en algunos países aún más gravoso que con el marco tradicional, aunque por lo general ofrece ventajas, especialmente en términos de los canales de distribución que se pueden utilizar.

Escala

El caso de negocio del microseguro en América Latina se ve fortalecido por una gran base de consumidores de bajos ingresos y de ingresos medios emergentes, así como por el alto potencial de vender productos a gran escala en los países con mucha población. La escalabilidad es un reto en los países más pequeños del Caribe.

Los productos de microseguros en América Latina y el Caribe que se han registrado en el presente estudio alcanzaron a una media de 39.600 personas por producto frente a aproximadamente 7700 personas en África y 12.500 en Asia. Cada producto generó una media de USD 760.300 en primas, en comparación con los USD 72.300 de África y los USD 94.000 de Asia. Los seguros de vida, accidentes personales, propiedad y vidacrédito están alcanzando una escala importante, con una media de más de 30.000 personas por producto.



Los seguros de gastos funerarios y de salud se situaron un poco más abajo, alcanzando una media de 28.700 y 28.400 personas por producto, respectivamente. Los productos de accidentes personales mostraron las primas más altas, con un promedio de ingresos por concepto de primas de USD 2,2 millones por producto.

Primas

La prima media por persona cubierta es de USD 18,92, superior a la cifra comparable de África (USD 14) y Asia (USD 8,8). Esto se atribuye a unos ingresos comparativamente más altos en la región y a una clase media emergente más amplia, lo que permite que se cobren primas más elevadas. Los productos de salud presentaron la menor prima por persona cubierta registrada (USD 10). Esto sugiere que estos productos son en gran medida de bajo coste, como los de apoyo económico por hospitalización o las coberturas catastróficas para determinadas enfermedades como el cáncer.

⁴⁰ Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT). Base de datos mundial de indicadores de telecomunicaciones / TIC.

6.2 Productos

El mercado de América Latina y el Caribe sigue estando dominado por los microseguros tradicionales, principalmente seguros de vida, vidacrédito, accidentes personales y gastos funerarios (figuras 14 y 15). El seguro funerario es particularmente popular en algunos mercados. En Colombia, por ejemplo, lo pueden vender directamente las funerarias sin asociarse con una aseguradora.



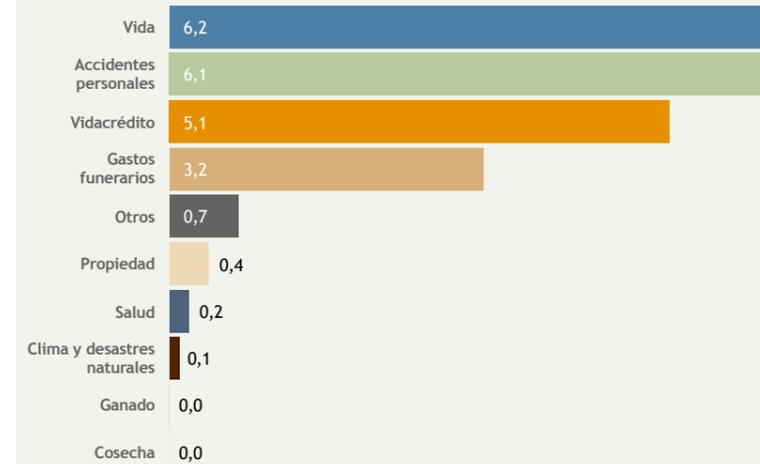
Los seguros de salud, por su parte, no han registrado el mismo repunte que muestran en África y Asia. Sin embargo, en algunos países, como Ecuador, los productos de salud de bajo coste han crecido.

Según los datos reunidos para el presente estudio, los productos agrupados, que combinan coberturas de más de una línea de productos, representaron menos del 1 % de las personas cubiertas y menos del 2 % de las primas. Esta es la proporción más baja de todas las regiones. Sin embargo, diversas entrevistas con expertos de la región sugieren que los productos agrupados están creciendo. Además, puede que algunas aseguradoras solo hayan registrado la cobertura principal, lo que implica una posible subestimación de la proporción.

En este estudio se han reportado muy pocos microseguros de cosechas; sin embargo, existen varios planes importantes en muchos países, a menudo vinculados a IMF que ofrecen préstamos agrícolas. Además, empresas como MiCRO y Blue Marble ofrecen algunos productos indexados. En algunos casos, los seguros basados en índices cubren los riesgos climáticos de los agricultores, pero se han diseñado productos para otros grupos cuyos medios de subsistencia se pueden ver afectados por los fenómenos meteorológicos.

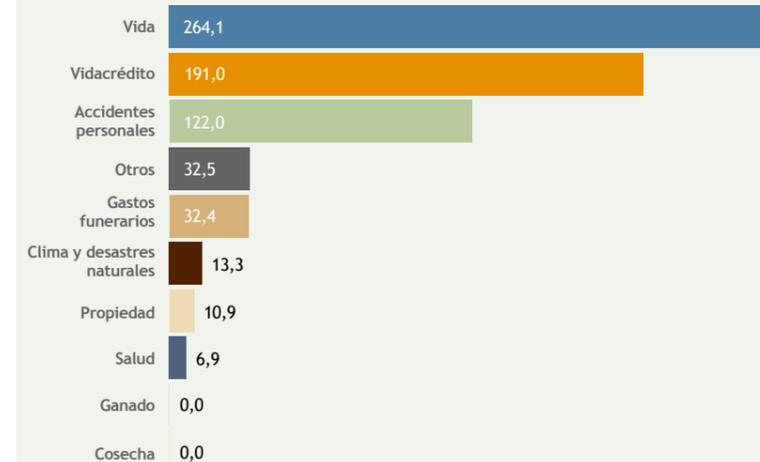
No obstante, la innovación en el diseño de los productos ha sido en general mucho más limitada en América Latina y el Caribe en los últimos años en comparación con la que se observa en África y Asia. Las aseguradoras han podido alcanzar altas cifras de clientes y primas gracias a los productos obligatorios que se ofrecen a través de canales directos, tales como los bancos, o que van incorporados en las tarjetas de crédito o en compras al por menor. Las entrevistas que se hicieron para este estudio sugieren que muchos de estos productos no son bien entendidos, ofrecen escaso valor y muchos clientes incluso pueden ignorar que están asegurados. Por lo tanto, es difícil para las aseguradoras hacer la transición hacia otros canales y ventas voluntarias, ya que los productos que ofrecen no son lo suficientemente atractivos ni el valor que presentan es lo suficientemente alto para que se vendan a través de estos canales. Hay muchos ejemplos de buena calidad y de productos innovadores que han podido abrirse paso en la región, pero muchas aseguradoras aún tienen que ir más allá de este paradigma.

FIGURA 14
PERSONAS CUBIERTAS POR LÍNEA DE PRODUCTOS EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE



“ No obstante, la innovación en el diseño de los productos ha sido en general mucho más limitada en América Latina y el Caribe en los últimos años en comparación con la que se observa en África y Asia ”.

FIGURA 15
PRIMAS COBRADAS (EN MILLONES DE USD) POR LÍNEA DE PRODUCTOS EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE



6.3 Distribución

Las instituciones financieras y las instituciones de microfinanzas siguen siendo muy importantes en el mercado. En algunos países es un requisito reglamentario que las aseguradoras recurran a corredores, lo que explica en parte la alta proporción de productos ofrecidos por estos intermediarios, como se muestra en la Figura 16. En la mayoría de los casos no son corredores especializados en microseguros y subsisten dudas acerca del valor que añaden a este tipo de productos.

Los agentes y los distribuidores desempeñan también un papel importante. En particular, el uso de diferentes minoristas locales, desde tiendas de barrio hasta quioscos de periódicos, que actúan como agencias de seguros (conocidos como corresponsales), ha repuntado en los últimos años y ha tenido mucho éxito en algunos mercados, particularmente en Brasil y recientemente en Colombia.

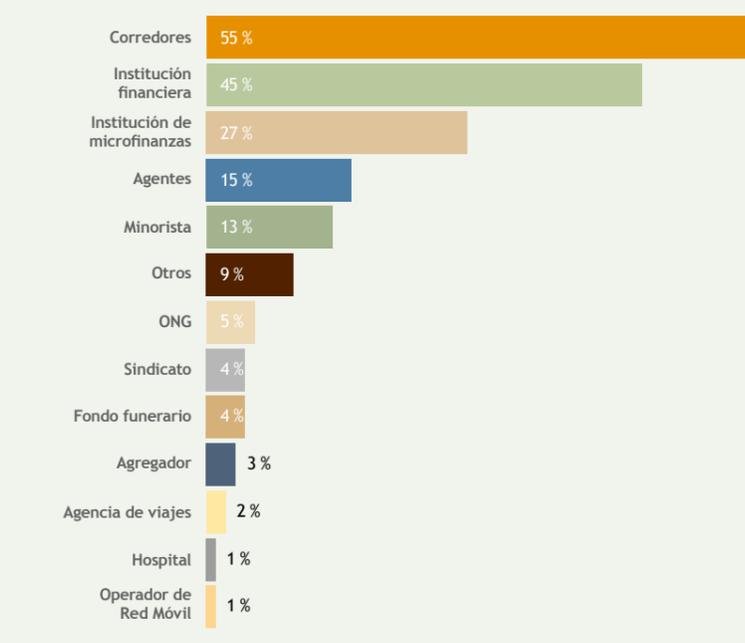
Además, algunas aseguradoras han tenido éxito trabajando con empresas de servicios públicos, como los servicios de agua y de electricidad, en particular en Colombia. Algunos productos, especialmente los de accidentes personales, se incorporan a determinadas compras minoristas o tarjetas de crédito. Existe la preocupación de que los clientes no sepan que están asegurados por productos de este tipo. Los ORM, por su parte, nunca han sobresalido como canales importantes en la región, a diferencia de lo que sucede en África y, en cierta medida, en Asia. Y siguen desempeñando un papel muy pequeño en la región.

Muchos de los canales que se utilizan en la región cobran altas comisiones, pero dados los mayores ingresos frente a otras regiones las aseguradoras pueden cobrar primas más elevadas en América Latina y el Caribe, lo que hace posible la existencia de canales más onerosos.

El ecosistema digital en la región de América Latina y el Caribe se está desarrollando rápidamente e incluye, entre otros, los préstamos digitales, el comercio electrónico, las billeteras digitales y las plataformas digitales, que ofrecen interesantes oportunidades para

los seguros. En términos generales, las aseguradoras aún tienen trabajo que hacer para aprovechar esta tendencia en favor del microseguro, pero es probable que surjan nuevas soluciones en los próximos años.

FIGURA 16
PROPORCIÓN DE PRODUCTOS QUE HACEN USO DE CADA TIPO DE CANAL DE DISTRIBUCIÓN EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE



6.4 Género

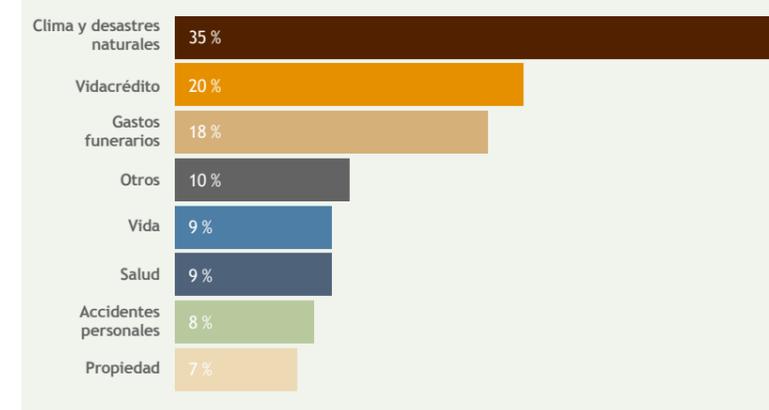
Las aseguradoras de la región reportaron que el 52 % de los clientes son mujeres.

Esto refleja tanto el fuerte vínculo entre el microseguro y la microfinanciación, que históricamente se ha centrado en las mujeres, como los niveles cada vez mayores de inclusión financiera femenina en la región. Entre 2011 y 2017 la brecha de género entre los cuentahabientes se redujo en 2 puntos porcentuales en América Latina y el Caribe: el 59 % de los hombres y el 52 % de las mujeres tienen acceso a una cuenta.⁴¹ Es ligeramente menor que la observada en los países en desarrollo, que es del 9 %. Las mujeres también tienen un mayor acceso a los teléfonos móviles y a los servicios de internet en la región. Mientras que en los países de bajos y medianos ingresos la probabilidad de que las mujeres posean un teléfono móvil es un 8 % menor que entre los hombres, y un 20 % menor en el uso de la internet móvil, la brecha de género es mínima en gran parte de América Latina y el Caribe.⁴²

6.5 Siniestralidad

La región de América Latina y el Caribe tiene el índice de siniestralidad más bajo de las tres que comprende el estudio, un 10 %, frente al 28 % en África y el 25 % en Asia.

FIGURA 17
ÍNDICES DE SINIESTRALIDAD MEDIOS EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE POR LÍNEA DE PRODUCTOS



Los índices de siniestralidad son superiores en los productos de clima (35 %), pero los seguros de salud, vida, accidentes personales y propiedad tienen índices de siniestralidad medios de un solo dígito (Figura 17).

De todos los productos sobre los que se facilitaron datos de reclamaciones en la región, el 51 % presentaba índices de siniestralidad de un solo dígito. Es importante que se tengan en cuenta estos índices de siniestralidad particularmente bajos para no socavar la creación gradual de una cultura del seguro en la región. Parte de la razón de los bajos ratios de siniestralidad obedece a las altas comisiones pagadas

a los canales de distribución. No obstante, los índices de siniestralidad de un solo dígito en productos no catastróficos, como salud y vida, no pueden estar ofreciendo un valor razonable a los clientes.

El tiempo medio de respuesta a las reclamaciones en la región fue de 20 días, superior al de las otras dos regiones. El más largo correspondió a los productos de propiedad (35 días), seguido de accidentes personales (30 días); el más corto a salud (10 días). La región de América Latina y el Caribe tiene el índice de siniestralidad más bajo de las tres, un 7 %, frente al 1,7 % de África y el 2,4 % de Asia.

⁴¹ Demirgüç-Kunt, Asli, Leora Klapper, Dorothe Singer, Saniya Ansar, and Jake Hess (2018). *The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution*.

⁴² GSMA (2020). *The Mobile Gender Gap Report 2020*

Apéndice A

Cuestionario para el *Panorama del microseguro 2019*

A. CARTERA DE PRODUCTOS	
1	¿Cuál de los siguientes tipos de productos puso su compañía a disposición del mercado de bajos ingresos, incluidos productos de microseguros, durante el año 2019?
2	Bajo el (los) tipo(s) de productos indicados anteriormente, ¿qué nombre(s) tenía(n) el (los) producto(s) que ofreció durante el año 2019?
3	Bajo el (los) nombre(s) del (de los) producto(s), ¿cuál fue el principal riesgo cubierto?
4	Si corresponde, ¿cuál fue el segundo riesgo cubierto por este producto?
5	Si corresponde, ¿existe algún otro riesgo cubierto por este producto?
B CARACTERIZACIÓN DE LOS PRODUCTOS	
1	¿Podría, por favor, escribir una breve descripción de cada producto? Si está disponible, le agradeceríamos que incluya un folleto del producto, que puede enviar como archivo adjunto.
2	¿Cuántas personas estaban cubiertas por este producto al 31 de diciembre de 2019?
3	¿Cuántas pólizas individuales de este producto estaban vigentes al 31 de diciembre de 2019?
4	¿Cuántas pólizas de este producto eran pólizas colectivas al 31 de diciembre de 2019?
5	¿Cuál fue el valor total de las primas cobradas por este producto durante el año 2019? Por favor, responda a esta pregunta en su moneda local.
6	¿Cuál fue el valor total de los siniestros pagados por este producto durante el año 2019? Por favor, responda a esta pregunta en su moneda local.
7	¿Cuántas reclamaciones se presentaron bajo este producto durante el año 2019?
8	¿Cuántas reclamaciones se aceptaron bajo este producto durante el año 2019?
9	Desde que se produjo el incidente, ¿cuál fue el tiempo medio de respuesta en días a las reclamaciones presentadas por el asegurado durante el año 2019?
C DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS	
1	¿Qué papel tuvo su compañía en la cadena de suministro de este producto durante el año 2019?
2	¿Recurrió a intermediarios (canales de distribución) para ofrecer este producto a sus clientes durante el año 2019?
D OTRAS PREGUNTAS	
1	Para ayudarnos a evitar la doble contabilización, si recurrió a socios para la distribución de este producto durante el año 2019 indique su nombre.
2	De las pólizas que estaban vigentes en 2019, ¿qué porcentaje correspondió a clientas mujeres?

Apéndice B

Aseguradoras por país y tasas de respuesta

En cada país se identificaron todas las aseguradoras autorizadas. De estas, se seleccionaron aseguradoras conocidas por su dedicación a los microseguros (según la definición establecida por el estudio) en función de la información facilitada por los miembros de Microinsurance Network y los investigadores de cada país.

	Nº de aseguradoras identificadas	Nº de aseguradoras seleccionadas	Nº de cuestionarios respondidos
ÁFRICA			
Costa de Marfil	8	5	1
Egipto	20	3	6
Ghana	25	16	18
Kenia	57	19	10
Marruecos	13	1	5
Nigeria	48	23	9
Ruanda	14	7	7
Senegal	13	1	0
Sudáfrica	59	18	1
Tanzania	16	1	2
Zambia	27	11	6
Zimbabue	29	7	40
ASIA			
Bangladesh	64	11	10
Camboya	26	3	3
India	63	15	0
Indonesia	143	3	2
Nepal	39	2	13
Pakistán	48	23	3
Filipinas	104	49	14
Sri Lanka	27	12	10
Tailandia	78	1	0
Vietnam	49	0	4
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE			
Argentina	175	7	1
Bolivia	19	11	6
Brasil	28	0	12
Chile	69	3	0
Colombia	44	22	6
Jamaica	36	3	1
México	113	12	5
Perú	20	10	4
TOTAL	1,474	299	199

Apéndice C

Tasas de respuesta para cada indicador y región

TABLA C1
NÚMERO Y PROPORCIÓN DE LOS PRODUCTOS⁴³ REPORTADOS POR LÍNEA DE PRODUCTOS

LÍNEA DE NEGOCIOS	Global		África		Asia		América Latina y el Caribe	
	NÚMERO DE PRODUCTOS	PROPORCIÓN DE PRODUCTOS	NÚMERO DE PRODUCTOS	PROPORCIÓN DE PRODUCTOS	NÚMERO DE PRODUCTOS	PROPORCIÓN DE PRODUCTOS	NÚMERO DE PRODUCTOS	PROPORCIÓN DE PRODUCTOS
Vida	168	29 %	46	18 %	79	44 %	43	29 %
Vidacrédito	72	12 %	31	12 %	21	12 %	20	13 %
Gastos funerarios	79	13 %	53	20 %	9	5 %	17	11 %
Accidentes personales	85	14 %	17	6 %	37	21 %	31	21 %
Salud	67	11 %	29	11 %	25	14 %	13	9 %
Cosecha	31	5 %	23	9 %	7	4 %	1	1 %
Ganado	17	3 %	8	3 %	8	4 %	1	1 %
Propiedad	45	8 %	29	11 %	8	4 %	8	5 %
Clima y desastres naturales	13	2 %	2	1 %	6	3 %	5	3 %
Otros	60	10 %	41	16 %	8	4 %	11	7 %
TOTAL	589		262		178		149	

TABLA C2
NÚMERO Y PROPORCIÓN DE PRODUCTOS SOBRE LOS CUALES SE FACILITARON DATOS ÚTILES PARA CADA INDICADOR

INDICADOR	Global		África		Asia		América Latina y el Caribe	
	NÚMERO DE PRODUCTOS	PROPORCIÓN DE PRODUCTOS	NÚMERO DE PRODUCTOS	PROPORCIÓN DE PRODUCTOS	NÚMERO DE PRODUCTOS	PROPORCIÓN DE PRODUCTOS	NÚMERO DE PRODUCTOS	PROPORCIÓN DE PRODUCTOS
Número de personas cubiertas	469	80 %	197	75 %	149	84 %	123	83 %
Primas cobradas	520	88 %	234	89 %	159	89 %	127	85 %
Prima por persona cubierta	384	65 %	145	55 %	127	71 %	112	75 %
Tipo de canal de distribución utilizado	551	94 %	247	94 %	166	93 %	138	93 %
Porcentaje de clientas mujeres	263	45 %	84	32 %	115	65 %	64	43 %
Índice de siniestralidad	462	78 %	208	79 %	147	83 %	107	72 %
Tasa de rechazo de reclamaciones	367	62 %	137	52 %	115	65 %	115	77 %
Tiempo de respuesta a las reclamaciones	473	80 %	219	84 %	141	79 %	113	76 %

⁴³ Algunos productos se agrupan y contienen más de un tipo de productos. Por lo tanto, las proporciones de los productos enumerados no suman el 100 %.

Acerca de Microinsurance Network

Microinsurance Network es una plataforma global multisectorial para profesionales y organizaciones comprometidos a hacer que los seguros sean incluyentes. Reunimos entre nuestros miembros a diversas partes interesadas de toda la cadena de valor, quienes comparten nuestra visión de un mundo en el que las personas de todos los niveles de ingresos sean más resilientes y menos vulnerables a los riesgos diarios y a posibles catástrofes.

Alentamos el intercambio y el aprendizaje entre pares, facilitamos la generación de conocimiento y la investigación, y actuamos como defensores del papel que las herramientas eficaces de gestión de riesgos, incluidos los seguros, desempeñan en el logro de la agenda global de desarrollo.

Encontrará más información en:



Visítanos en:

www.microinsurancenet.org



Lea nuestras publicaciones en:

www.microinsurancenet.org/resources



Póngase en contacto con nosotros a través de:

info@microinsurancenet.org



Twitter

twitter.com/NetworkFlash



LinkedIn

linkedin.com/company/microinsurance-network