

# El Panorama del microseguro

# 2022



Con el apoyo de



THE GOVERNMENT  
OF THE GRAND-DUCHY OF LUXEMBOURG  
Ministry of Finance



Silver Sponsor

**AON**

Publicado por: Microinsurance Network

Diseño gráfico: Cropmark

Autores: Alice Merry y Johan Sebastian Roza Calderón,  
Three Fin Consulting

La publicación está protegida por la ley del 18 de 2001 del Gran Ducado de Luxemburgo relativa a las bases de datos de derecho de autor y leyes conexas. Queda estrictamente prohibido reproducir un artículo de esta publicación, 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, en este documento se informa 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 de los estudios del Panorama que figuran en el presente documento corresponden exclusivamente a los puntos de vista, las opiniones y las teorías de los autores y no necesariamente reflejan los puntos de vista, las opiniones y las teorías de Microinsurance Network, de sus miembros y/o sus instituciones afiliadas ni de sus patrocinadores y entidades relacionadas. Además, los nombres de países y territorios, las fronteras y/o los tamaños en escala que se describen en este documento tienen fines ilustrativos y no implican la expresión de opinión alguna de parte de la 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. La 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, la Microinsurance Network se exime de toda responsabilidad al respecto.

ISBN 978-2-9199658-6-1

© 2023 por Microinsurance Network.  
Todos los derechos reservados.

# Índice

Reconocimientos	5
Figuras, tablas y recuadros	6
Glosario	8
Resumen ejecutivo	12
<b>Descripción general</b>	<b>15</b>
Tamaño del mercado	15
Reglamentación	25
Distribución y pagos	30
Indicadores de resultados sociales	34
Acceso de las mujeres a los seguros	36
Riesgo climático	38
Reaseguro	39
<b>Salud</b>	<b>41</b>
Tamaño y evolución del mercado	42
El microseguro de salud como complemento del seguro nacional de salud	45
Distribución y pagos	46
Indicadores de resultados sociales	48
Acceso de las mujeres a los microseguros de salud	49
Riesgo climático y salud	51
Reaseguro	51
<b>Vida y accidentes</b>	<b>53</b>
Tamaño y evolución del mercado	53
Distribución y pagos	57
Indicadores de resultados sociales	59
Acceso de las mujeres a los seguros de vida	61
Riesgo climático	63
Reaseguro	63
<b>Agricultura, acuicultura y ganadería</b>	<b>65</b>
Tamaño y evolución del mercado	65
Distribución y pagos	69
Indicadores de resultados sociales	71
Acceso de las mujeres a los microseguros agrícolas	72
Riesgo climático	73
Reaseguro	73
<b>Riesgos patrimoniales y de renta</b>	<b>75</b>
Tamaño y evolución del mercado (personas, primas, número de productos y actores)	75
Distribución y pagos	79
Indicadores de resultados sociales	81
Acceso de las mujeres a los microseguros patrimoniales y de renta	82
Riesgo climático	85
Reaseguro	85
<b>Conclusión</b>	<b>86</b>
Apéndice A: Metodología	88
Apéndice B: Aseguradoras objetivo e índices de respuesta	90
Apéndice C: Porcentaje de respuesta por indicador y por región	91



## Reconocimientos

La Microinsurance Network agradece a los patrocinadores de este estudio, a saber, la Dirección de la cooperación al desarrollo y la Acción humanitaria del Ministerio de Asuntos Exteriores y Europeos, el Ministerio de Finanzas de Luxemburgo, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), AXA Emerging Customers, la Barents Re Reinsurance Company, la Swiss Re Foundation, AON Philippines y la Federación de Seguros de Egipto por el apoyo financiero y todas las demás contribuciones que han hecho posible este estudio.

Les expresamos un agradecimiento especial a todas las aseguradoras y agregadores de seguros que dedicaron su tiempo y sus esfuerzos para facilitar los datos esenciales para este estudio. También les damos las gracias a Aseguradora Confío, Aseguradora Rural, AXA, Blue Marble, EFU Life, Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), Hollard, Lumkani, y Pioneer por facilitar información adicional para los estudios de casos de buenas prácticas utilizados en este informe.

Reconocemos las destacadas contribuciones de nuestros investigadores de los distintos países: Adrian Montesinos (Bolivia), Aisha Bashir (Nigeria), Ali Basharat (Pakistán), Angie Carolina Caro (Colombia), Antimaria Kajuna (Tanzania), David Mureriwa (Zimbabue), Galo Larrea (Ecuador), Guillaume Dugu (Ruanda), Hasib Ahmed (Bangladesh), Hastanto Sri Margi Widodo (Indonesia), Illiana Butanda Ochoa (México), Ishita Sharma (India), James Irungu Kimani (Kenia), Jonan Kisakye (Uganda), Joseph Chikonde (Zambia), Kim Am (Tailandia y Camboya), Kingsley Kwabahson (Ghana), Livio Bellandi (Brasil), Manuel Aparicio Ochoa López (Guatemala), María José Lagos (El Salvador), Michael Sam (Tanzania), Mark Robertson (Jamaica, Sudáfrica y Filipinas), Patricia Inga Falcón (Perú), Paula Sevaine Giménez (Argentina), Prechhya Mathema (Nepal), Silvia Canales (Costa Rica), Stephanie Soedjede (Costa de Marfil, Senegal y Burkina Faso), Thanuja Krishnaratna (Sri Lanka), Valeria Paola Galvagno (Argentina), Yasmine Badr (Egipto), Zubeda Chand (Tanzania).

Agradecemos además a los expertos entrevistados que nos han comunicado sus perspectivas sobre el desarrollo de los mercados de microseguros, entre ellos Hannah Grant (Access to Insurance Initiative), Laura Rosado (AXA), Jeremy Gray (Cenfri), Andrea Herrera (Corporación Inmedical), Francisco Astelarra (Federación Interamericana de Empresas de Seguros - FIDES), Thomas Wiechers (FSD África), Moustapha Mbengue (Inclusive Guarantee), Alexander Jaeger y Dante Portula (GIZ), Carlos Boelsterli (MiCRO), Aneesh Gulati (MicroSave), Lorenzo Chan (Pioneer) y Richard Leftley (Wavu Limited).

Por último, agradecemos a los miembros del Grupo de Mejores Prácticas del Panorama de la Microinsurance Network por sus aportaciones y comentarios a lo largo de este estudio, incluida la revisión de los borradores de este documento: Alice Merry (Three Fin Consulting); Bert Opdebeeck (Microinsurance Master); Denis Garand (Denis Garand & Associates); Dirk Reinhard (Munich Re Foundation); James Jones (Katie School of Insurance & Financial Services de la Illinois State University); Kamalakar Sai Palavalasa (MicroNsure); Kay Tuschen (GIZ); Laura Rosado (AXA Emerging Customers); Loic Martel (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo); Luciana Dall'Agnol (Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais); Lukas Keller (GIZ); Mariah Mateo Sarpong (Milliman); Miguel Solana (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo); Nichola Beyers (Cenfri); Pedro Antonio Munhoz Werneck (Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais); Quentin Gisserot (AXA S.A.); Rachele Sarah Jung (Access to Insurance Initiative); Rudhayaini Mukane (Swiss Capacity Building Facility); Vance Abissa (Inclusive Guarantee); Ximena Jáuregui (Fundación para el Desarrollo Productivo y Financiero).

# Figuras, tablas y recuadros

## Lista de figuras

<b>Figura 1</b>	Evolución del número de clientes de 2019 a 2021 de productos comunicados en los países seleccionados durante los tres años	17
<b>Figura 2</b>	Evolución de las primas cobradas (usd) de 2019 a 2021 por productos comunicados en los países seleccionados en los tres años	18
<b>Figura 3</b>	Personas cubiertas por línea de productos (millones)	19
<b>Figura 4</b>	Total de primas cobradas por línea de productos (millones de usd)	19
<b>Figura 5</b>	Mediana de primas por persona cubierta (usd) por línea de productos	21
<b>Figura 6</b>	Mediana del índice de las primas sobre la suma asegurada por línea de productos	21
<b>Figura 7</b>	Mediana del número de personas cubiertas y mediana de prima cobrada* por producto por línea de productos	22
<b>Figura 8</b>	mapa mundial de regulación de seguros inclusivos en 2021 de la access to insurance initiative (a2ii)	28
<b>Figura 9</b>	Principales canales de distribución por región	30
<b>Figura 10</b>	Proporción de productos en las tres regiones que utilizan cada tipo de canal de distribución	32
<b>Figura 11</b>	Proporción de productos que utilizan cada canal de pagos	33
<b>Figura 12</b>	Mediana de los índices de siniestralidad en todas las líneas de productos y regiones en 2019, 2020 y 2021	34
<b>Figura 13</b>	Mediana de tiempos de tramitación de reclamaciones	35
<b>Figura 14</b>	Mediana de tiempos de tramitación de reclamaciones en las líneas de productos	35
<b>Figura 15</b>	Mediana del porcentaje de titulares de póliza femeninas en 2019-2021	36
<b>Figura 16</b>	Mediana del porcentaje de titulares de póliza femeninas y de vidas femeninas cubiertas por región	36
<b>Figura 17</b>	Mediana del porcentaje de titulares de póliza femeninas y productos con información sobre titulares de póliza femeninas por tipo de producto	37
<b>Figura 18</b>	Productos, incluidas las coberturas climáticas	38
<b>Figura 19</b>	Proporción de productos reasegurados	39
<b>Figura 20</b>	Penetración de mercado de riesgos para la salud (población objetivo y porcentaje de población objetivo alcanzada)	43
<b>Figura 21</b>	Personas cubiertas por tipos de riesgos para la salud (millones)	44
<b>Figura 22</b>	Año de lanzamiento de productos de salud	44
<b>Figura 23</b>	Número de personas cubiertas por productos de salud por canal de distribución principal	46
<b>Figura 24</b>	Número de productos de microseguros de salud que utilizan cada canal de distribución.	47
<b>Figura 25</b>	Número de productos que utilizan cada forma de pago para los seguros de salud	47
<b>Figura 26</b>	Tiempos totales de tramitación de reclamaciones y tiempos internos de tramitación en productos de microseguros de salud	48
<b>Figura 27</b>	Número de personas cubiertas contra riesgos de vida y accidentes (millones)	54
<b>Figura 28</b>	Penetración de mercado de productos que cubren riesgos de vida y accidentes (población objetivo y porcentaje de población objetivo alcanzada)	55
<b>Figura 29</b>	Productos lanzados en tipos de productos de vida y accidentes	56
<b>Figura 30</b>	Número de personas cubiertas por canal de distribución principal en seguros de vida y accidentes	57
<b>figura 31</b>	Total de productos de tipos de productos de vida y accidentes por canal de distribución en seguros de vida y accidentes	57
<b>Figura 32</b>	Forma de pago en tipos de productos de vida y accidentes	58
<b>Figura 33</b>	Índice de siniestralidad e índice de aceptación por tipos de productos de vida y accidentes	60
<b>Figura 34</b>	Tiempos totales de tramitación de reclamaciones y tiempos internos de tramitación por tipos de productos de vida y accidentes.	60
<b>Figura 35</b>	Porcentaje de titulares de póliza femeninas en tipos de productos de vida y accidentes	61
<b>Figura 36</b>	Porcentaje de vidas femeninas cubiertas en tipos de productos de vida y accidentes	61
<b>Figura 37</b>	Personas cubiertas en 2021 por productos agrícolas, acuícolas y ganaderos	66
<b>Figura 38</b>	Penetración de mercado de productos que cubren riesgos agrícolas (población objetivo y porcentaje de población objetivo alcanzada)	67

<b>Figura 39</b>	Productos de seguros agrícolas lanzados	68
<b>Figura 40</b>	Número de personas cubiertas por el canal de distribución principal	69
<b>Figura 41</b>	Número de productos que utilizan cada canal de distribución	69
<b>Figura 42</b>	Proporción de productos que utilizan cada forma de pago	70
<b>Figura 43</b>	Índice de siniestralidad e índice de aceptación de reclamaciones en productos agrícolas	71
<b>Figura 44</b>	Tiempos totales de tramitación de reclamaciones y tiempos internos de tramitación en productos de microseguros agrícolas	71
<b>Figura 45</b>	Proporción de titulares de póliza femeninas y de mujeres cubiertas por microseguros agrícolas	72
<b>Figura 46</b>	Número de personas cubiertas por riesgos patrimoniales (2021)	76
<b>Figura 47</b>	Penetración de mercado de productos que cubren riesgos patrimoniales y de renta (población objetivo y porcentaje de población objetivo alcanzada)	77
<b>Figura 48</b>	Año de lanzamiento de productos patrimoniales y de renta	78
<b>Figura 49</b>	Número de personas cubiertas por el canal de distribución principal	79
<b>Figura 50</b>	Número de productos que utilizan cada canal de distribución	79
<b>Figura 51</b>	Número de productos que utilizan cada forma de pago para productos patrimoniales y de renta	80
<b>Figura 52</b>	Indíces de siniestralidad e índices de aceptación por tipos de productos patrimoniales y de renta	81
<b>Figura 53</b>	Tiempos totales de tramitación de reclamaciones y tiempos internos de tramitación por tipos de productos patrimoniales y de renta	81
<b>Figura 54</b>	Porcentaje de mujeres cubiertas y titulares de póliza de productos patrimoniales	82

## Lista de tablas

<b>Tabla 1</b>	Países seleccionados para este estudio del panorama	15
<b>Tabla 2</b>	Proporción estimada de datos de población y de mercado recogidos en los países estudiados en cada región	16

## Lista de recuadros

<b>Recuadro 1</b>	Personas cubiertas	14
<b>Recuadro 2</b>	Riesgo emergente: Ciberseguridad y usurpación de identidad	20
<b>Recuadro 3</b>	Seguros para el desarrollo sostenible	23
<b>Recuadro 4</b>	Inkopdit, AXA financial Indonesia y GIZ: ¡Introducen a más de 2 millones de personas al sector de los seguros formales en indonesia	31
<b>Recuadro 5</b>	Microseguros de salud para el desarrollo sostenible	42
<b>Recuadro 6</b>	Aseguradora confío - cobertura cada vez mayor de seguros de salud y vida en Guatemala	46
<b>Recuadro 7</b>	L'Oréal, a AXA, Olvea, Sonar: Cobertura de riesgos climáticos y personales para agricultoras de Burkina Faso	50
<b>Recuadro 8</b>	Microseguros de vida y accidentes para el desarrollo sostenible	54
<b>Recuadro 9</b>	EFU Life: Crecimiento mediante un enfoque proactivo con respecto a las reclamaciones en Pakistán	59
<b>Recuadro 10</b>	Aseguradora rural: Seguro de accidentes para estudiantes de bajos ingresos en Guatemala	62
<b>Recuadro 11</b>	Microseguros agrícolas para el desarrollo sostenible	66
<b>Recuadro 12</b>	Blue marble: Promoción de seguros indexados sin subvenciones en Pakistán	70
<b>Recuadro 13</b>	Philippine catastrophe insurance facility (PCIF): Mancomunar la capacidad para impulsar el seguro climático en Filipinas	73
<b>Recuadro 14</b>	Microseguros patrimoniales y de renta para el desarrollo sostenible	76
<b>Recuadro 15</b>	Pioneer: Asociación con distribuidores de motocicletas en Filipinas	80
<b>Recuadro 16</b>	Lumkani and Hollard: Protección de viviendas en asentamientos informales de Sudáfrica	83



**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.

**Agencia de viajes:** Empresa u organización que vende boletos (billetes) para viajes, incluidos los de corta duración, interurbanos, interprovinciales e internacionales, así como servicios relacionados.

**Agente:** Representante de una compañía de seguros que solicita, negocia o efectúa contratos de seguros, y que presta servicios al titular de la póliza en nombre de la aseguradora, generalmente a cambio de una comisión sobre los pagos de primas.

**Agregadores:** A los efectos de este estudio, se entiende por agregadores las instituciones que reúnen a grupos de clientes potenciales de microseguros, tales como grupos de empleados, asociaciones comunitarias o profesionales, proveedores de servicios públicos, sindicatos, etc.

**Ambiente, social y gobernanza (ASG):** Factores utilizados para evaluar las empresas desde el punto de vista de la sostenibilidad y la ética, así como para identificar riesgos y oportunidades.

**Asegurado:** Persona o grupo que suscribe un contrato con un proveedor de seguros y es nombrado propietario de la póliza de seguro.

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

**Brecha de protección:** Falta de cobertura de seguro que afecta a determinados sectores de la población, como las personas con bajos ingresos, las mujeres, las poblaciones rurales y los inmigrantes, en comparación con los que gozan de mayores niveles de protección.

**Campo de prueba (sandbox) regulatorio:** Marco que permite a las empresas llevar a cabo experimentos en vivo sobre innovaciones en materia de seguros bajo la supervisión del organismo de reglamentación.

**Canal de distribución:** Persona o empresa que ayuda a la aseguradora a distribuir sus productos. Se le denomina también intermediario.

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

**Cobertura voluntaria:** Permite que los consumidores elijan la cantidad, la duración y el tipo de seguro que desean, a diferencia del seguro obligatorio.

**Cooperativa de ahorro y crédito:** Organización cooperativa que facilita ahorros y préstamos a sus miembros.

**Cooperativas agrícolas y comerciales:** Organizaciones basadas en principios cooperativos que reúnen a agricultores u otros grupos que se dedican a un oficio o actividad común.

**Corredor:** Como intermediario entre las aseguradoras y los canales de distribución, las funciones de un corredor pueden ser desde la de agente hasta las de diseñar productos y 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.

**Dinero móvil:** Servicio que permite a los clientes realizar depósitos y retiros, transferir dinero y acceder a servicios financieros a través de un teléfono móvil.

**Domiciliación bancaria y órdenes permanentes:** Pagos efectuados automáticamente de forma regular desde la cuenta del cliente a una empresa.

**Índice de aceptación de reclamaciones:** Proporción de reclamaciones presentadas que son aceptadas y pagadas por un proveedor de seguros.

**Índice de siniestralidad:** Reclamaciones pagadas como porcentaje de la prima emitida. A los efectos de este estudio, calculamos un índice de siniestralidad “bruto” (siniestros pagados/primas recibidas).

**Instituciones de microfinanzas (también llamadas “instituciones microfinancieras” (IMF):** Instituciones financieras que atienden a particulares y pequeñas empresas que no tienen acceso a los servicios bancarios y financieros convencionales.

**Instituciones financieras:** Instituciones formales y reguladas que ofrecen servicios financieros, como banca, préstamos y seguros, al público.

**Insurtech:** Proveedor de innovaciones tecnológicas en el sector de los seguros.

**Microseguro:** Producto cuyo niveles de primas son moderados en función de los riesgos asegurados. El término puede utilizarse indistintamente con el de “seguro inclusivo”. Los productos de microseguro se desarrollan específicamente para atender las necesidades de la población de bajos ingresos. La aseguradora es la tomadora del riesgo y el producto debe aspirar a ser rentable, o por lo menos sostenible, y administrarse según los principios aplicables a los seguros. A los efectos de este estudio, el término “microseguro” abarca todos los productos de se apegan a esta definición y, por lo tanto, pueden incluir productos que la entidad de supervisión de seguros de un determinado país no considere productos de microseguro, ya que tales definiciones varían de un país a otro.

**Minorista:** Vendedor a escala relativamente pequeña de mercancías para el consumo de los particulares y no para su reventa.

**Objetivos de Desarrollo Sostenible:** Los Objetivos de Desarrollo Sostenible u Objetivos Globales consisten en 17 objetivos globales interrelacionados establecidos en 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas para alcanzarse en 2030. Representan “un proyecto compartido de paz y prosperidad para las personas y el planeta, ahora y en el futuro”.<sup>1</sup>

**Operador de red móvil (ORM):** Organización que ofrece servicios de telecomunicaciones, incluida la comunicación inalámbrica de voz y datos, para los usuarios móviles abonados a su servicio.

**Organización no gubernamental (ONG):** Organización sin ánimo de lucro que opera con independencia de cualquier organismo gubernamental, normalmente para abordar una causa social o medioambiental.

**Personas cubiertas (también denominadas “vidas cubiertas”):** La cantidad de personas cubiertas incluye a los titulares de las pólizas, al igual que 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.

**Plataforma digital:** Espacio virtual que permite interacciones directas entre consumidores y proveedores de bienes y servicios. Incluye plataformas de servicios de movilidad, plataformas de entrega, comercio electrónico y plataformas de trabajadores autónomos, entre otras.

**Población de bajos ingresos (también llamada de “escasos recursos” o de “renta baja”):** A los efectos de este estudio, la población de bajos ingresos se refiere a las personas que ganan entre 2 y 20 dólares internacionales por día según la paridad del poder adquisitivo.

**Póliza:** Contrato específico que contiene los términos y condiciones que rigen la relación 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:** Cantidad total de dinero que la aseguradora cobra al titular de la póliza.

**Reaseguro:** Contrato mediante el cual una compañía de seguros traspasa parte de su propia responsabilidad de seguro a otra compañía de seguros (conocida como reaseguradora) con el fin de protegerse del impacto de siniestros importantes y gestionar mejor sus riesgos.

**Reclamación:** Tras un siniestro debido a una eventualidad asegurada, una reclamación es una solicitud de indemnización por una persona asegurada o beneficiaria.

**Reglamentación de seguros:** El gobierno define los requisitos que rigen a las aseguradoras, tales como los requisitos de 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 formularios y prácticas de ventas.

**Regtech:** Tecnología utilizada como apoyo por las instituciones financieras reguladas con fines de cumplimiento de los requisitos regulatorios y de información que las rigen.

**Seguro agrícola:** A los efectos de este estudio, el seguro agrícola se refiere a cualquier producto de seguro que cubra riesgos para las cosechas, el ganado, la actividad pesquera o la acuicultura.

**Seguro agrupado:** Producto que se vende en combinación con otro producto de seguro o en combinación con cualquier otro producto o servicio no asegurador.

<sup>1</sup> Naciones Unidas. Sitio web de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

**Seguro basado en índices:** Plan de seguro que paga las reclamaciones en función de un índice predeterminado (por ej., el nivel de precipitaciones) en lugar de una evaluación individual de las reclamaciones.

**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 accidentes (denominado comúnmente “accidentes personales”):** Seguro que ofrece una indemnización por lesiones, invalidez o muerte causada por un acontecimiento imprevisto, inesperado y no deseado.

**Seguro de apoyo económico por hospitalización:** Seguro mediante el cual se proporciona un pago prefijado a un asegurado hospitalizado, sin tener en cuenta el costo real de la hospitalización.

**Seguro de ganado:** Cubre pérdidas sufridas en caso de muerte de cabezas de ganado.

**Seguro de interrupción de negocios (también llamado “seguro de interrupción de actividades comerciales”):** Seguro que cubre la pérdida de ingresos de una empresa en caso de que ésta no pueda operar como consecuencia de un evento cubierto.

**Seguro de inversión y de ahorro:** Seguro de vida vinculado a ahorros o inversiones. Las primas suelen incluir un componente de seguro y otro de ahorro que se devuelve al cliente.

**Seguro de salud:** Cobertura que brinda beneficios 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 vehículos de motor:** Protección de seguro para un coche o motocicleta u otro vehículo, que puede cubrir el robo o daños al vehículo, así como los daños causados al público o a otro vehículo en un accidente.



**Seguro de viaje:** Seguro que cubre los gastos y las pérdidas que se asocian a imprevistos durante un viaje o mientras se viaja, como gastos médicos, cancelación de viaje o accidentes. Incluye los viajes cortos en transporte público o de cercanías, así como los desplazamientos más largos.

**Seguro de vida:** Prevé 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 vida crédito:** Cobertura de seguro diseñada para extinguir la deuda que tenga pendiente un prestatario fallecido.

**Seguro funerario:** Producto de seguro destinado a cubrir los gastos relacionados con el funeral del asegurado.

**Seguro inclusivo:** Véase “Microseguro” adelante.

**Seguro individual:** Póliza adquirida directamente por la persona asegurada, a diferencia del seguro colectivo.

**Seguro obligatorio:** Seguro cuya adquisición es obligatoria, ya sea en virtud de un requisito gubernamental (por ej., el seguro de vehículos de motor contra daños a terceros) o como una condición para tener acceso a otro servicio (por ej., la suscripción obligatoria de un seguro de vida crédito cuando se adquiere un préstamo). La cobertura obligatoria puede reducir la selección adversa y limitar considerablemente los costos administrativos.

**Seguro patrimonial (también llamado “seguro de bienes” o “seguro de bienes muebles e inmuebles”):** Ofrece protección financiera contra pérdidas o daños que sufran bienes muebles e inmuebles como consecuencia de incendio, robo, tormenta, granizo, vandalismo, etc.

**Seguros de cosecha:** Producto de seguro que asegura a los agricultores contra la pérdida de sus cosechas debido a fenómenos naturales como sequías, inundaciones, granizadas y episodios similares.

**Seguros de defensa jurídica:** Producto de seguro diseñado para cubrir asesoría jurídica y gastos legales en determinadas circunstancias.

**Subvención:** Suma de dinero proporcionada por el gobierno o un organismo público a las empresas para que puedan ofrecer un producto o servicio a un precio bajo o competitivo o, en algunos casos, sin costo para el cliente final.

**Suma asegurada:** Suma máxima que un asegurador se compromete a pagar en caso de que se produzca un incidente asegurado.

**Supervisión basada en riesgos:** Enfoque de supervisión por el que ciertas normas, como los requisitos de capital, se establecen en función del grado de riesgo que plantea 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.



**Suptech:** Tecnología utilizada por los supervisores para apoyar la ejecución de las actividades de supervisión.

**Telemedicina:** Prestación a distancia de servicios de salud a través de infraestructuras de telecomunicaciones, como consultas médicas en línea o por teléfono.

**Tiempo de tramitación de reclamaciones (también denominado “tiempo de respuesta” o “TAT”, por sus siglas en inglés):** Número promedio de días entre el día en que se produce el incidente asegurado y el día en que el beneficiario recibe el pago de la indemnización. Téngase en cuenta que una medida alternativa común es el promedio de días entre la presentación de una reclamación de seguro y su pago. (Véase “Tiempo interno de tramitación de reclamaciones” y “Tiempo externo de tramitación de reclamaciones”)

**Tiempo externo de tramitación de reclamaciones:** Periodo transcurrido entre el surgimiento de un siniestro y la presentación de la reclamación por el cliente al proveedor de seguros.

**Tiempo interno de tramitación de reclamaciones:** Tiempo que tarda un proveedor de seguros en tramitar y pagar una reclamación una vez que la ha presentado el cliente.

**Valor de las reclamaciones:** Importe total pagado por la aseguradora por concepto de las reclamaciones aceptadas que presenta el asegurado.

# Resumen ejecutivo

Con un valor estimado de 61 800 millones de USD, el mercado de los microseguros es un mercado de oportunidades; también es un mercado de enorme importancia, un hecho puesto de relieve tanto por los impactos del cambio climático como por la pandemia de COVID-19. Aunque el mercado está avanzando y transformándose, para acceder a él sigue siendo necesario un conocimiento profundo y una comprensión minuciosa, y por eso es vital el estudio del Panorama del microseguro - 2022.

Con 253 proveedores de seguros que han comunicado datos sobre 935 productos en 34 países de África, Asia, América Latina y el Caribe, el estudio de este año es el más completo hasta la fecha. El estudio, que abarca salud, vida y accidentes, agricultura, acuicultura y ganadería, productos patrimoniales y de renta, traza un amplio panorama del sector de los microseguros, en el que se detallan el tamaño y la evolución del mercado, las primas, el desarrollo de productos, los resultados sociales, los reaseguros y las reclamaciones.

La recopilación de datos de este año incluyó respuestas de cuatro nuevos países: Argentina, Burkina Faso, Ecuador y Guatemala. Los estudios de casos de proveedores de seguros, gobiernos, empresas y asociaciones, como Aseguradora Confío, Aseguradora Rural, Asia Insurance, AXA, AXA Financiamiento Indonesia, Blue Marble, Cenfri, EFU Life, GIZ, Hollard, Inkopdit, L'Oréal, Lumkani, OLVEA, Pioneer, Reap Agro y SONAR, ofrecen una visión de estas esferas prioritarias, y también se incluyen actualizaciones sobre el Fondo Filipino de Seguros contra Catástrofes (PCIF). Estos ejemplos ayudan a contextualizar y comprender cómo se alcanzan los clientes y cómo se les atiende.

A partir de los datos facilitados, el estudio concluye que hasta 223 millones de personas de los 34 países participantes están cubiertas por un producto de microseguro, siendo los más frecuentes los de vida, vida crédito y salud.

Aunque el número de personas cubiertas por seguros inclusivos es inferior al de años anteriores, el estudio muestra que el total de primas va en aumento, al duplicarse de 1100 millones de dólares en 2020 a 2200 millones en 2021. Este aumento se debe a la variedad de productos, la recuperación económica, así como el consiguiente aumento del poder adquisitivo de los clientes y el importe de los préstamos. Esta última cifra se acerca a los niveles anteriores a la pandemia; sin embargo, con el aumento de la gravedad y la frecuencia de los fenómenos climáticos, no es el momento para que el sector se duerma en sus laureles. Las aseguradoras tienen un papel crucial que desempeñar a la hora de garantizar protección frente a los riesgos nuevos y emergentes, especialmente para las personas de comunidades de bajos ingresos y vulnerables al clima.

Los microseguros pueden ayudar a ofrecer esta protección, sobre todo contra las catástrofes y los riesgos conexos para la salud y el éxito económico. El estudio pretende arrojar luz sobre cómo pueden contribuir los microseguros a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), en particular a los siguientes: ODS 1 (Fin de la pobreza); ODS 2 (Hambre cero); ODS 3 (Salud y bienestar); ODS 5 (Igualdad de género); ODS 8 (Trabajo decente y crecimiento económico); y ODS 13 (Acción por el clima). No obstante, esta contribución depende de la calidad de los productos que se ofrecen.

Un producto de calidad solo es tan bueno, desde luego, como lo es su canal de distribución. El estudio ha concluido que las instituciones de microfinanzas, las instituciones financieras, los agentes y los intermediarios son los canales más importantes, ya que llegan a 62.4 millones, 27.4 millones y 23.4 millones de personas, respectivamente.

Asimismo, se observa un crecimiento de las plataformas digitales entre las estrategias de distribución, junto con las opciones de pago preferidas por los clientes, entre las cuales las más populares siguen siendo los débitos directos, las órdenes permanentes, el dinero móvil y el dinero electrónico. Pero si bien la evolución digital ha contribuido a aumentar el acceso a los necesitados, también ha puesto de relieve los riesgos emergentes de la usurpación de identidad, la ciberseguridad y la creciente brecha en materia de ciberprotección.

También se ha constatado una vez más que los datos desglosados por género son extremadamente limitados. Esto tiene que cambiar ahora si el sector quiere mejorar el acceso de las mujeres a los productos y servicios de microseguros.

No obstante, el estudio señala ámbitos de mejora, como el creciente número de países que adoptan directrices y reglamentos sobre microseguros, cuyas cifras han sido facilitadas por la Access to Insurance Initiative (A2ii). Esto marca un cambio importante en la percepción de los microseguros y



el impacto que pueden tener en la estabilidad económica, especialmente en la reducción de las cargas financieras causadas por las catástrofes y las pandemias, como la crisis de COVID-19. Este tema se explora a lo largo del estudio con aportaciones del Informe sobre el Desarrollo Mundial - 2022.<sup>2</sup>

Si algo deja claro el estudio del Panorama de los microseguros - 2022 es que, para llevar al mundo por la senda del crecimiento económico y

la estabilidad, los seguros deben ser inclusivos. Al aportar conocimientos cruciales sobre el mercado, el estudio pretende ayudar y alentar a las aseguradoras y a otras partes interesadas fundamentales a desarrollar productos y servicios que contribuyan a crear una mayor seguridad financiera y, en última instancia, a cerrar la brecha de protección de las personas.

<sup>2</sup> World Bank (2022). World Development Report 2022: Finance for an Equitable Recovery.



# Descripción general

## Tamaño del mercado

### Personas cubiertas y primas cobradas

En 2021,<sup>3</sup> hasta 223 millones de personas se reportaron como cubiertas por un producto de microseguro en los 34 países que se incluyen en este estudio del Panorama.<sup>4</sup> Esto representa hasta el 8% de la población objetivo de los microseguros en los países estudiados.<sup>5</sup>

En este estudio, el número de respuestas a la encuesta del Panorama aumentó: 253 proveedores de seguros informaron sobre 935 productos en 34 países (Tabla 1), en comparación con 704 productos sobre los que informaron 224 proveedores de seguros

en 30 países en el estudio anterior. Se tuvieron en cuenta todos los productos que se ajustaban a la definición de microseguro del Panorama (véase el Glosario), incluidos los planes nacionales y dirigidos por los gobiernos que cumplían estos criterios, pero

no todas las aseguradoras o planes nacionales facilitaron respuestas. La metodología utilizada se describe en el Apéndice A; y en los Apéndices B y C encontrará más información sobre las tasas de respuesta.

A pesar del aumento de la tasa de respuesta, el número total de clientes asegurados registrado ha descendido (el estudio de 2021 registró hasta 377 millones de personas cubiertas por un producto de microseguro en los 30

#### RECUADRO 1 Personas cubiertas

Se les pidió a las aseguradoras que indicaran el número de personas cubiertas por cada producto informado. Esto incluye a los titulares de las pólizas, al igual que a otros asegurados previstos en la póliza. Por ejemplo, una póliza de seguro de vida o de salud puede cubrir a otros 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.

Dado que un cliente puede tener más de un producto de seguros, el número total de personas cubiertas puede presentarse 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.

TABLA 1  
PAÍSES SELECCIONADOS PARA ESTE ESTUDIO DEL PANORAMA

ÁFRICA	ASIA	AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE
Burkina Faso	Bangladesh	Argentina
Costa de Marfil	Camboya	Bolivia
Egipto	Filipinas	Brasil
Ghana	India	Colombia
Kenia	Indonesia	Costa Rica
Marruecos	Nepal	Ecuador
Nigeria	Pakistán	El Salvador
Ruanda	Sri Lanka	Guatemala
Senegal	Tailandia	Jamaica
Sudáfrica		México
Tanzania		Perú
Uganda		
Zambia		
Zimbabue		

“ Se tuvieron en cuenta todos los productos que se ajustaban a la definición de microseguro del Panorama (véase el Glosario), incluidos los planes nacionales y dirigidos por los gobiernos que cumplían estos criterios ”

<sup>3</sup> Los datos se recopilaron sobre un periodo de 12 meses: el año natural 2021 o bien el periodo de 12 meses que haya elegido la aseguradora entre 2021 y 2022, cuando los periodos estándar de información de la empresa facilitaban que los datos se comunicaran de esa forma. Para simplificar, en el informe se hace referencia al año 2021, ya que la mayoría de los datos se facilitaron para este periodo de 12 meses.

<sup>4</sup> Los términos “microseguro” y “seguro inclusivo” se utilizan indistintamente para los fines de este informe. Las definiciones de estos y otros términos se encuentran en el Glosario.

<sup>5</sup> A los efectos de este estudio, la población objetivo de los microseguros se calcula como la cantidad de personas que ganan entre 2 y 20 dólares internacionales al día según la paridad del poder adquisitivo (\$ Int.). Los datos subyacentes sobre la distribución de los ingresos proceden del Pew Research Center y se han ajustado a estimaciones de población contemporáneas. El Pew Research Center ofrece un desglose más detallado, definiendo los ingresos bajos como de 2 a 10 \$ Int. y los ingresos medios como de 10 a 20 \$ Int. al día (PPA).

países estudiados, lo que representa hasta el 14% del mercado objetivo de los microseguros en esos países). Esto se debe en parte a un pequeño número de regímenes muy grandes, principalmente en Asia, que facilitaron datos sobre 2020, pero no lo hicieron sobre 2021, así como a algunos regímenes grandes que comunicaron primas pero no personas cubiertas en 2021.

A pesar del descenso de clientes registrados, el total de primas recaudadas se duplicó, pasando de 1100 millones de USD en 2020 a 2200 millones en 2021. El mercado de los microseguros en los 34 países incluidos en este estudio se estima en 61 800 millones de USD<sup>6</sup> en primas y se calcula que actualmente se capta el 3% del valor del mercado. Las cifras correspondientes a cada región se presentan en la Tabla 2. Estas cifras



varían en las tres regiones estudiadas: la mayor proporción del mercado objetivo se alcanzó en América Latina

y el Caribe (hasta el 13%) y la mayor proporción del valor de mercado estimado se captó en África (11%).

**TABLA 2**  
PROPORCIÓN ESTIMADA DE DATOS DE POBLACIÓN Y DE MERCADO RECOGIDOS EN LOS PAÍSES ESTUDIADOS EN CADA REGIÓN

REGIÓN	NÚMERO DE PERSONAS ALCANZADAS POR LOS MICROSEGUROS	PROPORCIÓN DE LA POBLACIÓN OBJETIVO-CUBIERTA	PRIMAS PROMEDIADAS POR PERSONA CUBIERTA	VALOR ESTIMADO DE LAS PRIMAS DEL MERCADO DE MICROSEGUROS EN LOS PAÍSES OBJETIVO (USD)	PROPORCIÓN DEL VALOR DE MERCADO ESTIMADO CAPTADO POR MICROSEGUROS
África	Hasta 34.3 millones	Hasta el 8%	31	9100 millones	11%
Asia	Hasta 134.6 millones	Hasta el 7%	8	15 900 millones	2%
América Latina y el Caribe	Hasta 53.8 millones	Hasta el 13%	16	15 800 millones	14%
Todas las regiones	Hasta 222.7 millones	Hasta el 8%	13	30 900 millones	7%

<sup>6</sup> Esta cifra se basa en que toda la población objetivo esté cubierta por un producto de seguro y se calcula multiplicando el número de personas del mercado objetivo por la mediana de primas por persona cubierta en cada país. Se trata de una estimación conservadora, que no incluye la posibilidad de que las personas contraten varias coberturas o aumenten la cobertura a medida que los hogares obtienen mayores recursos.

## Evolución del mercado de los microseguros de 2019 a 2021

Para ilustrar la forma en que ha evolucionado el mercado en los últimos años sin cambios en la muestra, la figura 1 ofrece el número máximo de personas alcanzadas, y la figura 2, el total de primas recaudadas en cada región en 2019, 2020 y 2021 solo por aquellos productos sobre los que se comunicaron datos en los tres años. Solo en el caso de estos productos comparables, el número total de clientes cayó un 63% en 2020, y repuntó hasta acercarse a los niveles anteriores a la pandemia, con un aumento del 160% (Figura 1). Al mismo tiempo, las primas cobradas por estos productos también se redujeron, un 15% en 2020, y se recuperaron hasta niveles superiores a los anteriores a la pandemia, con un aumento del 45% en 2021 (Figura 2).

Las tendencias observadas en cada región varían, aunque la información también es menos fiable a este nivel, ya que se basa en un número relativamente pequeño de productos.<sup>7</sup> En África, el número de personas a las que llegaron los productos

comunicados en los tres años disminuyó un 73% en 2020 y volvió a acercarse a los niveles anteriores a la pandemia, con un aumento del 237% en 2021, mientras que las primas aumentaron cada año, un 9% en 2020 y un 95% en 2021. En Asia, los productos que se informan en los tres años muestran un descenso de las personas cubiertas del 84% en 2020, seguido de un crecimiento del 431%, lo que representa un regreso a los niveles cercanos a los anteriores a la pandemia, en 2021. Esto va acompañado de un descenso de las primas del 29% en 2020 y de un aumento del 23% en 2021. A diferencia de otras regiones, en América Latina y el Caribe, el número de personas a las que llegaron los productos comunicados en los tres años aumentó un 16% en 2020 y un 17% en 2021. Las primas, por su parte, disminuyeron un 22% en 2020 y aumentaron un 7% en 2021.

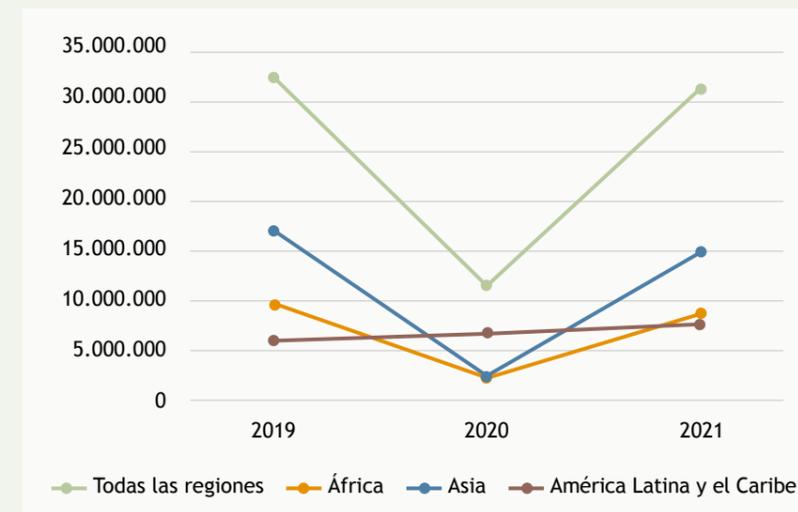
La reducción de la cobertura de microseguros en África y Asia en 2020 refleja probablemente el impacto de

la crisis de COVID-19, que provocó la mayor crisis económica registrada en más de un siglo. La economía mundial se contrajo aproximadamente un 3% y la actividad económica cayó en el 90% de los países.<sup>8</sup> Aunque el sector de los seguros se mostró resiliente, la volatilidad de los mercados financieros derivada de la crisis de COVID-19 repercutió en la solvencia y la rentabilidad de las aseguradoras en el primer semestre de 2020.<sup>9</sup> Además, las medidas de distanciamiento social plantearon graves problemas a la venta y al servicio de los seguros y, al reducirse la actividad y los ingresos, muchos clientes optaron por no adquirir o renovar sus coberturas.

En 2021, con el despliegue de las vacunas y la reactivación de muchos sectores, la economía había registrado un repunte en muchos países. En cerca del 40% de los países desarrollados, las economías se habían recuperado y los niveles de producción superaban los de 2019. Sin embargo, la recuperación resultó mucho más lenta en los países de renta baja y media.<sup>10</sup> Esta recuperación se refleja en el aumento de la cobertura de seguros en 2021 para los productos que se comunicaron en los tres años (Figura 1).

No obstante, la presión económica sigue afectando a los proveedores de microseguros. Con los nuevos brotes de COVID-19, problemas en la cadena de suministro mundial y una disminución de las ayudas fiscales a particulares y empresas, el Banco Mundial ha comunicado que la situación económica mundial en 2022 es mucho más débil de lo esperado, con una elevada inflación y poco crecimiento, y predice que el crecimiento económico mundial disminuirá del 5.7% en 2021 al 2.9% en 2022.<sup>11</sup> Las entrevistas realizadas para el Panorama revelaron que muchos actores del microseguro albergan preocupaciones sobre su negocio de microseguros en 2022 en este difícil contexto económico.

**FIGURA 1**  
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE CLIENTES DE 2019 A 2021 DE PRODUCTOS COMUNICADOS EN LOS PAÍSES SELECCIONADOS DURANTE LOS TRES AÑOS



<sup>7</sup> Sobre un total de 71 productos se facilitó información acerca de las personas a las que estos llegaron en los tres años: 34 en África, 26 en Asia, y 11 en América Latina y el Caribe. Sobre un total de 130 productos se comunicó información en cuanto a las primas recibidas en los tres años: 85 en África, 27 en Asia, y 18 en América Latina y el Caribe.

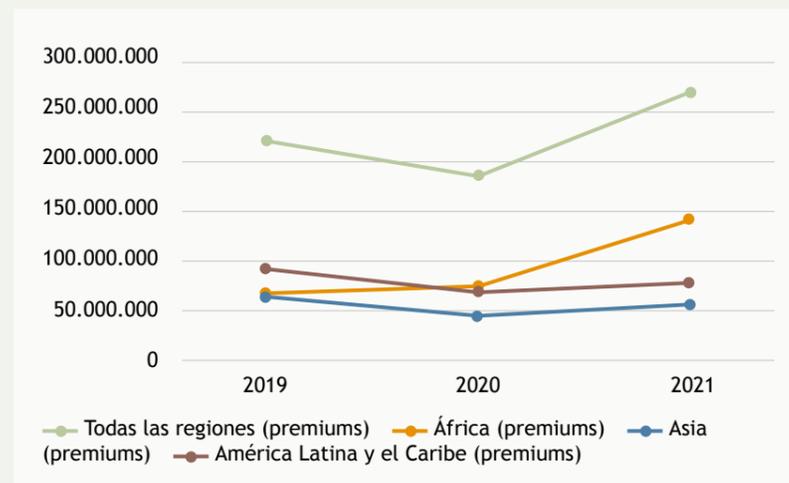
<sup>8</sup> Banco Mundial (2022). World Development Report 2022: Finance for an Equitable Recovery (Informe sobre el desarrollo mundial - 2022: financiación para una recuperación equitativa).

<sup>9</sup> Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (2021). Global Insurance Market Report (COVID-19 Edition) (Informe sobre el mercado mundial de seguros (Edición COVID-19))

<sup>10</sup> Banco Mundial (2022). World Development Report 2022: Finance for an Equitable Recovery (Informe sobre el desarrollo mundial - 2022: financiación para una recuperación equitativa).

<sup>11</sup> Ibid.

**FIGURA 2**  
EVOLUCIÓN DE LAS PRIMAS COBRADAS (USD) DE 2019 A 2021 POR PRODUCTOS COMUNICADOS EN LOS PAÍSES SELECCIONADOS EN LOS TRES AÑOS



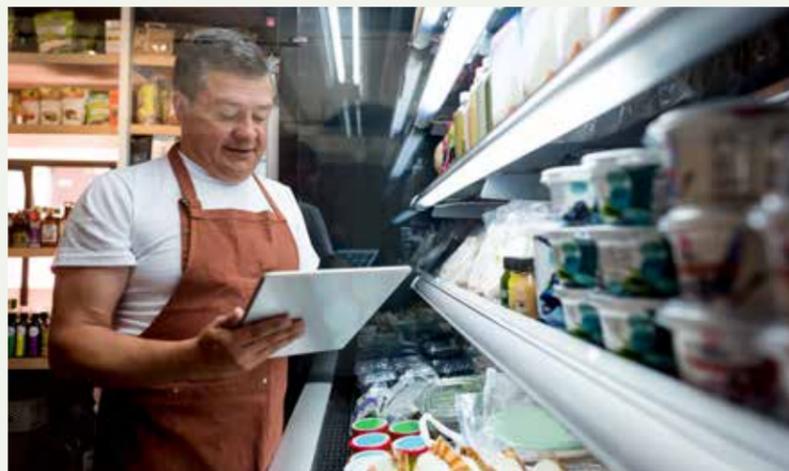
La recuperación de los ingresos por primas en 2021 también se refleja en la prima cobrada por persona cubierta. Considerando únicamente los productos sobre los que se informaron tanto las personas cubiertas como las

primas cobradas en los tres años,<sup>12</sup> la mediana de la prima por persona cubierta cayó de 14.8 USD en 2019 a 12.6 USD en 2020 y volvió a aumentar a 15.1 USD, por encima de los niveles prepandémicos, en 2021.

## Líneas de productos

En 2021, el seguro de vida fue la línea de productos más importante en términos de personas cubiertas (Figura 3). Fue la línea de productos que cubrió al mayor número de personas tanto en Asia como en América Latina y el Caribe, seguida de los productos de seguro de vida crédito. En África, el mayor número de personas cubiertas correspondió a los productos funerarios. En términos generales, el seguro de salud fue el tercer producto más importante.

Las primas totales más elevadas las recaudaron los productos de seguro funerario, seguidos de los productos de vida y de vida crédito (Figura 4). Además, se observan importantes diferencias en las primas por persona entre los distintos tipos de productos,<sup>13</sup> toda vez que los productos de vehículos de motor registraron niveles de prima por persona cubierta



relativamente elevados (42.6 USD). Esto refleja probablemente el mayor poder adquisitivo de los clientes emergentes con activos como coches y motocicletas. Los productos personales como vida, salud, accidentes

La recuperación económica de muchos países en 2021, y el consiguiente aumento del poder adquisitivo de los clientes, es probablemente uno de los factores que explican el aumento de la prima por persona. Además, durante las entrevistas realizadas para este estudio, los expertos del sector sugirieron otros posibles factores específicos al sector de los seguros. En primer lugar, algunas aseguradoras concedieron ampliaciones de los plazos de pago de las primas durante la pandemia, lo que redujo las primas cobradas en 2020, pero en gran medida ya no estaban vigentes en 2021. Además, el sector de las microfinanzas se ha recuperado en muchos países, aunque no en todos. Al aumentar de nuevo el tamaño de los préstamos, también han aumentado las correspondientes primas que se cobran.

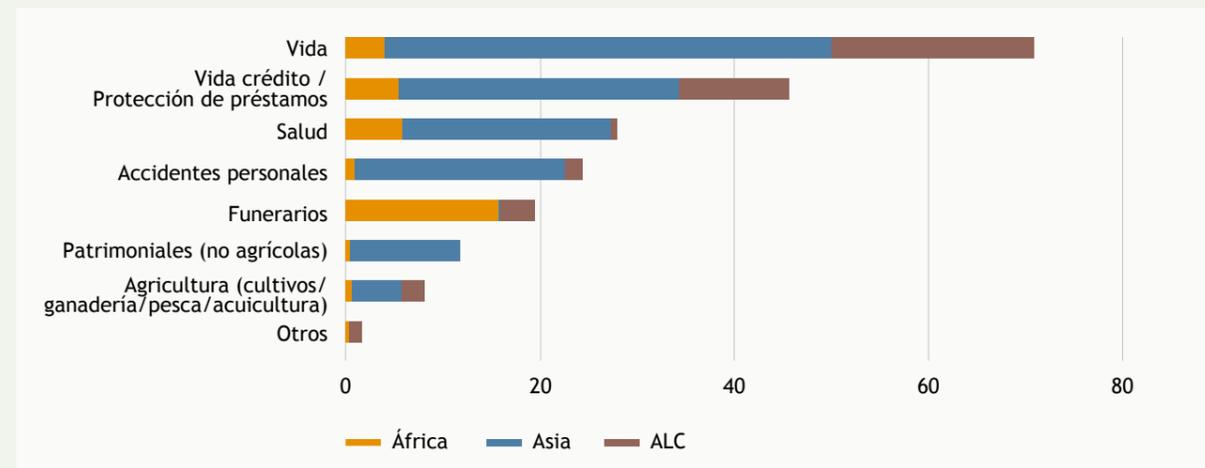
personales, crédito vida e interrupción de negocios, por otra parte, se ofrecen a tarifas relativamente bajas por persona cubierta (Figura 5).

En todas las líneas de productos, el costo de la prima corresponde a la mediana del 1.2% de la suma total asegurada (3% en África, 1.1% en Asia,

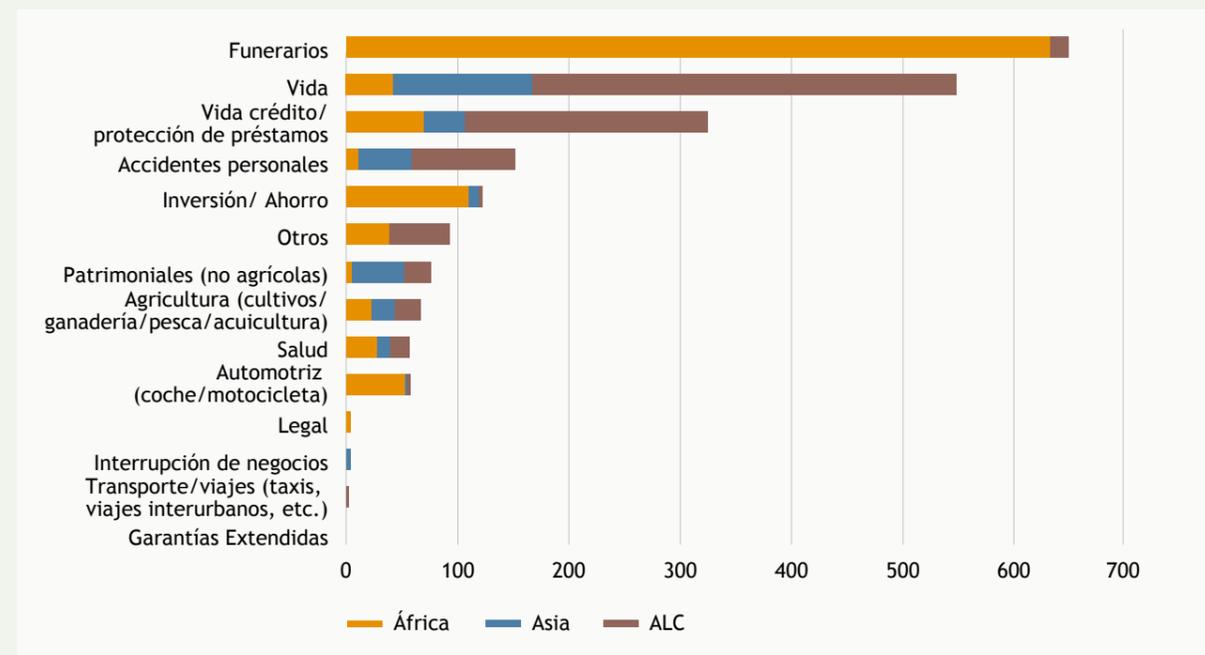
y 0.8% en América Latina y el Caribe). El índice más elevado corresponde a los productos funerarios (7%), seguidos de los agrícolas (4.8%). Las tasas más

bajas se observan en los productos de accidentes personales (0.4%), salud (0.5%) y patrimoniales (0.6%).

**FIGURA 3**  
PERSONAS CUBIERTAS POR LA LÍNEA DE PRODUCTOS (MILLONES)<sup>14</sup>



**FIGURA 4**  
TOTAL DE PRIMAS COBRADAS POR LA LÍNEA DE PRODUCTOS (MILLONES DE USD)<sup>15 16</sup>



<sup>12</sup> Un total de 69 productos: 32 en África, 26 en Asia, y 11 en América Latina y el Caribe.

<sup>13</sup> Los productos de inversión y ahorro no se incluyen en los cálculos de las primas por persona cubierta, las primas en proporción a la suma asegurada o los índices de siniestralidad debido a las características de esta línea de productos. Las primas comunicadas incluyen un componente de seguro y un componente de ahorro que se devuelve al cliente, lo que significa que las cifras de las primas no son totalmente comparables a las de otras líneas de productos.

<sup>14</sup> Cabe señalar que no se facilitaron datos sobre varios grandes programas agrícolas nacionales que cubren a pequeños agricultores. Además, estos datos no incluyen los de un país, en el que no se disponía del desglose por línea de producto.

<sup>15</sup> Algunos regímenes también pueden financiarse mediante subvenciones a las primas u otros tipos de subvenciones, además de los ingresos directos por primas de los clientes.

<sup>16</sup> Las primas cobradas por los productos de inversión y ahorro no son directamente comparables con las de otras líneas de productos, ya que los proveedores no siempre separan las aportaciones de ahorro y la prima.

## RECUADRO 2

### Riesgo emergente: ciberseguridad y usurpación de identidad

la preocupación por la usurpación de identidad y la ciberseguridad aumenta en todo el mundo, y estos riesgos afectan cada vez más a los consumidores emergentes y de bajos ingresos. Varios proveedores de seguros entrevistados para este estudio comunicaron que están empezando a observar una demanda de protección frente a estos riesgos entre sus clientes. Un estudio realizado por Cenfri en Senegal examinó las perspectivas de los jóvenes en relación con la economía digital mediante entrevistas y grupos de discusión.<sup>17</sup> Se constató que los jóvenes tenían importantes preocupaciones en torno a la ciberseguridad, como ser atraídos con falsos anuncios de empleo o falsos planes de inversión.

El crecimiento de las transacciones financieras digitales durante la pandemia de COVID-19 ha aumentado la exposición a los riesgos de ciberseguridad. Según el Banco Mundial y el Cambridge Centre for Alternative Finance, el 90% de los reguladores de economías avanzadas encuestados consideran que la ciberseguridad es uno de los tres principales riesgos crecientes asociados a las actividades de las fintech debido a la COVID-19.<sup>18</sup>

Actualmente hay una brecha importante, ya que existe muy poca disponibilidad de planes de microseguros que ofrezcan protección frente a los riesgos relacionados con el robo de identidad y la ciberseguridad. Dada la demanda de los clientes, es posible que en un futuro próximo aparezcan productos que aborden estos riesgos.

FIGURA 5  
MEDIANA DE PRIMAS POR PERSONA CUBIERTA (USD) POR LÍNEA DE PRODUCTOS



FIGURA 6  
MEDIANA DEL ÍNDICE DE LAS PRIMAS SOBRE LA SUMA ASEGURADA POR LÍNEA DE PRODUCTOS



<sup>17</sup> Cenfri (2021). *Unlocking the digital economy in Senegal (Desbloquear la economía digital en Senegal)*.

<sup>18</sup> Banco Mundial y CCAF (2020). *The Global COVID-19 FinTech Regulatory Rapid Assessment Study (El estudio de evaluación rápida de la regulación FinTech frente a la COVID-19 global)*.

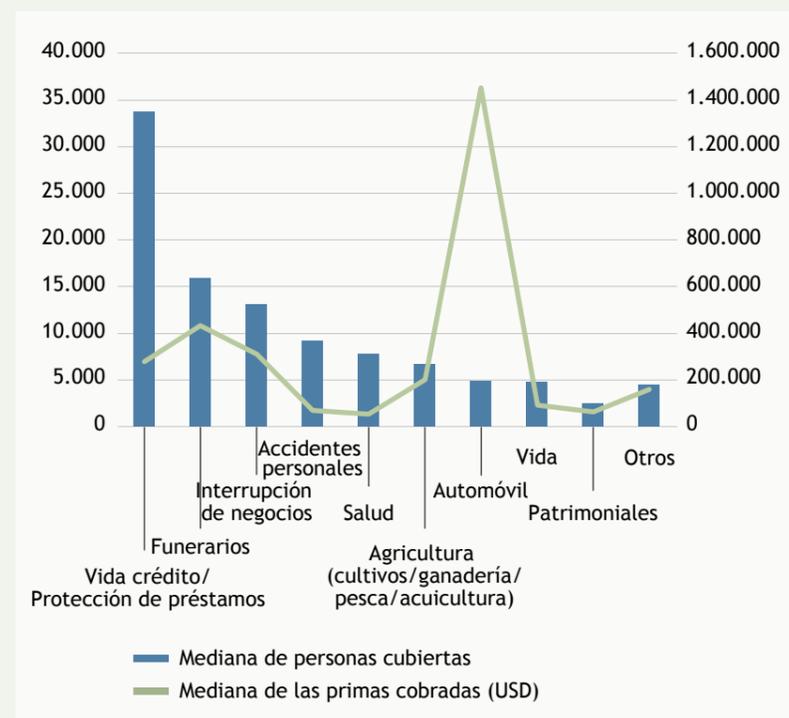
## Escala

Cada producto de microseguro llegó a una mediana de aproximadamente 8000 personas, lo cual representa un pequeño aumento del 5% en la mediana de personas alcanzadas por producto

en comparación con 2020 (7600), pero sigue estando muy por debajo de la mediana de 17 100 personas alcanzadas por producto en 2019. Las primas recaudadas por producto, por otra parte, se han recuperado: de la



**FIGURA 7**  
MEDIANA DEL NÚMERO DE PERSONAS CUBIERTAS Y MEDIANA DE LA PRIMA COBRADA POR PRODUCTO, POR LÍNEA DE PRODUCTOS



<sup>19</sup> La categoría "Otros" incluye una gama de productos, la mayor parte de los cuales ofrecen coberturas combinadas. En esta categoría se registró un número relativamente pequeño de productos, por lo que los resultados de esta categoría deben interpretarse con cautela.

reducción de 141 700 USD a 75 100 USD registrada en 2020, la cifra aumentó un 144% en 2021 y ahora se sitúa en una mediana de 183 200 USD en primas.

En África, los productos alcanzaron una mediana de 7500 personas y recaudaron una mediana de 253 000 USD en primas. En Asia, se alcanzó una mediana de 6400 personas y se recaudaron 60 900 USD en primas por producto, y en América Latina y el Caribe las cifras correspondientes fueron de 9900 personas alcanzadas y de 277 900 USD en primas.

La escala alcanzada varía considerablemente según el tipo de producto (Figura 7). En promedio, los productos de seguro de vida crédito son los que llegan a un mayor número de personas: 33 700, seguidos de los productos funerarios (15 900); ambos son productos de microseguros de larga tradición y bien establecidos que llegan a un elevado número de clientes. Los productos patrimoniales alcanzaron, en promedio, al menor número de clientes —2500 personas—, ya que están menos establecidos en el mercado de bajos ingresos. Cabe destacar que los seguros de vehículos de motor (que incluyen los automóviles y las motocicletas) alcanzaron un nivel comparativamente alto de primas recaudadas, con 1451 millones de USD. Esto se debe al costo relativamente más elevado de estos productos, que se comercializan entre clientes de clase media-baja y emergentes, quienes tienen más probabilidades de poseer un coche o una moto, en comparación con otros productos dirigidos a clientes de renta baja. Esto se refleja en la mediana de la prima por vida cubierta para estos productos explorados anteriormente (Figura 5), siendo los productos de vehículos de motor los que reportan un costo más elevado (42.6 USD por vida cubierta).

## RECUADRO 3 SEGUROS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

El sector de los seguros tiene un importante papel que desempeñar en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Los mecanismos de transferencia de riesgos a nivel micro y macro son fundamentales para lograr un crecimiento económico socialmente inclusivo y ambientalmente responsable. Como dejó claro Su Majestad la Reina Máxima, Defensora Especial del Secretario General de las Naciones Unidas para la Financiación Inclusiva para el Desarrollo (UNSGSA), "para alcanzar los ODS para 2030, es fundamental acelerar los seguros como mecanismo de protección contra riesgos".<sup>20</sup>

El Panorama del microseguro - 2022 se centra en seis ODS, en los que los microseguros tienen una contribución especialmente importante que aportar:

- 1 NO POBREZA** **ODS — Fin de la pobreza:** Al reducir el impacto financiero de sucesos inesperados, como una enfermedad, un fallecimiento en la familia o un fenómeno climático, el microseguro es una herramienta fundamental para la reducción de la pobreza a largo plazo.
- 2 HAMBRE CERO** **ODS 2 — Hambre cero:** Los microseguros ayudan a los agricultores y a las pequeñas empresas de toda la cadena de valor alimentaria a ser más resilientes y a acceder al crédito, lo que les ayuda a aumentar y mantener la producción, así como a mejorar sus medios de vida.
- 3 BUENA SALUD Y BIENESTAR** **ODS 3 — Salud y bienestar:** Los microseguros desempeñan un papel vital al facilitar el acceso a la asistencia sanitaria, así como un importante papel complementario al proporcionar acceso a servicios adicionales o apoyo para gestionar los costos financieros, incluida la pérdida de ingresos, vinculados con los sucesos sanitarios.
- 5 IGUALDAD DE GÉNERO** **ODS 5 — Igualdad de género:** Las mujeres son estructuralmente más vulnerables a ciertos riesgos y tienen menos acceso a las herramientas adecuadas para gestionarlos. Las aseguradoras tienen un importante papel que desempeñar, pues ayudan a las mujeres a gestionar sus riesgos y les ofrecen productos accesibles y bien diseñados para satisfacer sus necesidades.



**ODS 8 — Trabajo decente y crecimiento económico:** Al dirigirse a los trabajadores informales, a los trabajadores autónomos e independientes, así como a las mipymes, los microseguros pueden colmar la brecha de protección en comparación con los que se benefician de contratos de trabajo formales. Además, los seguros para las mipymes favorecen el acceso de las empresas al crédito, contribuyendo así al crecimiento de estas y de la economía.



**ODS 13 — Acción por el clima:** Los microseguros tienen un importante papel que desempeñar, como parte de un marco más amplio de gestión de riesgos, al ayudar a las personas, las empresas y los gobiernos a gestionar los riesgos derivados del cambio climático.

A pesar de la contribución de los seguros a los ODS, el Banco Mundial llegó a la conclusión de que el papel que desempeñan los seguros se ha pasado por alto en buena medida en los ODS y sostiene que:<sup>21</sup> *esto se debe en gran medida a que los indicadores actuales en general no recogen los indicadores métricos relativos a los seguros. Para poder evaluar mejor el papel de los seguros y motivar al sector para que contribuya más a los ODS, se recomienda una recopilación de datos más coherente y desglosada sobre los siguientes aspectos: sectores de actividad; activos invertidos; datos desglosados por género. También se exhorta a la ONU, a los gobiernos y al sector asegurador a hacer mayor énfasis en el desarrollo del sector como medio para alcanzar los ODS.*

El informe del Panorama representa una parte importante de los esfuerzos encaminados a determinar los indicadores métricos necesarios para demostrar el papel de los seguros como vectores de los ODS. Las siguientes secciones de este informe se centran en amplias categorías de riesgos que los microseguros ayudan a gestionar entre las personas y las pequeñas empresas. En cada caso, se analizará de manera más profunda la contribución de los microseguros a los ODS pertinentes y se pondrán de relieve ejemplos de productos que contribuyen a ello.

<sup>20</sup> Azii (2021). *Navigating the SDGs | Azii-IAIS Public Dialogue (Navegar por los ODS | Diálogo Público Azii-IAIS)*.

<sup>21</sup> World Bank Group (Grupo del Banco Mundial) (2021). *The Insurance Sector's Contribution to the Sustainable Development Goals (SDGs) (La contribución del sector de los seguros a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS))*.



## Reglamentación

Como en años anteriores, está creciendo el número de países que han adoptado o están considerando introducir una reglamentación en materia de microseguros. En 2022, la Access to Insurance Initiative (A2ii) identificó 35 países que han aplicado una normativa específica sobre seguros inclusivos, frente a los 32 identificados el año anterior. Además, 19 países están desarrollando activamente este tipo de reglamentación (Figura 8). Otros están revisando la normativa vigente en materia de microseguros.

En Brasil, por ejemplo, se publicó, en julio de 2021, una nueva normativa sobre microseguros basada en principios (Resolución 409/2021 del CNSP), que deroga la normativa anterior. La nueva normativa define el microseguro como un seguro desarrollado y estructurado para la población de bajos ingresos, los microempresarios individuales y, por primera vez, las microempresas o las pequeñas empresas. La normativa se basa en los principios de los microseguros, que son la inclusión, la sencillez, la atención al cliente, la accesibilidad, la transparencia, la proporcionalidad, la sostenibilidad, la educación financiera y la innovación. Además, varios países han introducido licencias de microseguros y otros, como Nepal, Vietnam e India, están considerando hacerlo.

Colombia emitió una circular en 2021 que dispone la recopilación de información para la medición, supervisión y posterior diseño de políticas públicas de seguros enfocadas en la inclusión financiera. La circular establece definiciones específicas de “microseguro”, “seguro masivo” y “microseguro masivo” y, desde entonces, el supervisor ha recopilado información anual sobre estos segmentos, que incluye datos sobre primas, siniestros, valores asegurados, canales de distribución, cantidad de titulares de póliza y gastos comerciales.

Además, muchos reguladores están estudiando cómo regular a los actores *insurtech* y si es necesaria una normativa específica. En Ghana, en 2021, se introdujo una categoría de licencia específica, la “licencia de



seguros innovadora”, para las empresas *insurtech*, como parte de la nueva ley de seguros del país.<sup>22</sup> El tema del costo de las licencias y las posibilidades de introducir nuevos tipos de licencias es un debate actual en muchos otros países que reconocen las dificultades a las que se enfrentan los actores, incluidas las *insurtech*, al intentar incursionar en el mercado de los seguros.

En los últimos años, las aseguradoras han asumido un papel más proactivo en el desarrollo del mercado de seguros inclusivos. En los últimos cinco años, ha habido una tendencia a otorgar a los reguladores un mandato legal explícito para desarrollar los mercados de seguros. Esto supone un cambio importante, incluso en países en los que el regulador lleva mucho tiempo centrándose en la inclusión financiera. En Ghana, por ejemplo, un país en

“ La nueva normativa define el microseguro como un seguro desarrollado y estructurado para la población de bajos ingresos, los microempresarios individuales y, por primera vez, las microempresas o las pequeñas empresas. ”

<sup>22</sup> A2ii (2021). A2ii Noticia de última hora: La nueva ley de seguros de Ghana pretende aumentar la penetración de los seguros y dar cabida a nuevas aseguradoras innovadoras



el que el regulador ha apoyado la inclusión financiera durante muchos años, un mandato legal explícito ha impulsado estos esfuerzos.

Como parte de la aplicación de tales mandatos, muchos supervisores están dando apoyo a la innovación. En muchos países, se han adoptado campos de prueba (*sandboxes*) normativos como herramienta para fomentar la innovación, pero han requerido una gran cantidad de recursos y, en algunos casos, no han sido aplicados por el sector o no han generado los niveles de innovación esperados. Los supervisores de algunos países están evaluando sus enfoques, adaptándolos mejor a sus mercados y estudiando herramientas alternativas para impulsar la innovación.<sup>23</sup>

Al mismo tiempo, los supervisores se centran cada vez más en la conducta del mercado y en la protección del consumidor. En particular, los supervisores están intentando aumentar los datos que recopilan sobre la conducta del mercado y la calidad de los seguros que se ofrecen en su jurisdicción. Además, la aplicación de la supervisión basada en el riesgo sigue siendo uno de los principales objetivos de los supervisores. A menudo se ven limitados por los elevados costos y recursos necesarios para el cambio, incluida la creación de capacidades de sus equipos.

Las entrevistas realizadas para este estudio pusieron de manifiesto varios temas que actualmente revisten especial importancia para los reguladores y supervisores:

- **Abordar la brecha de protección** es un tema cada vez más importante para los supervisores, ya que los microseguros, así como la protección de grupos específicos, como las mujeres, las mipymes o los inmigrantes, se incluyen ahora en sus agendas.
- Además, la brecha de protección frente a los **riesgos climáticos y catastróficos** está recibiendo cada vez más atención, y los supervisores buscan herramientas y enfoques para colmar las lagunas de protección frente al clima. El seguro basado en índices se considera una posibilidad, y los reguladores están haciendo esfuerzos para garantizar



que este tipo de seguro se incluya en la normativa en materia de seguros y, en algunos casos, están introduciendo una normativa específica para el seguro basado en índices, como el Reglamento de Seguros (Contratos Indexados) introducido en 2020 en Uganda.

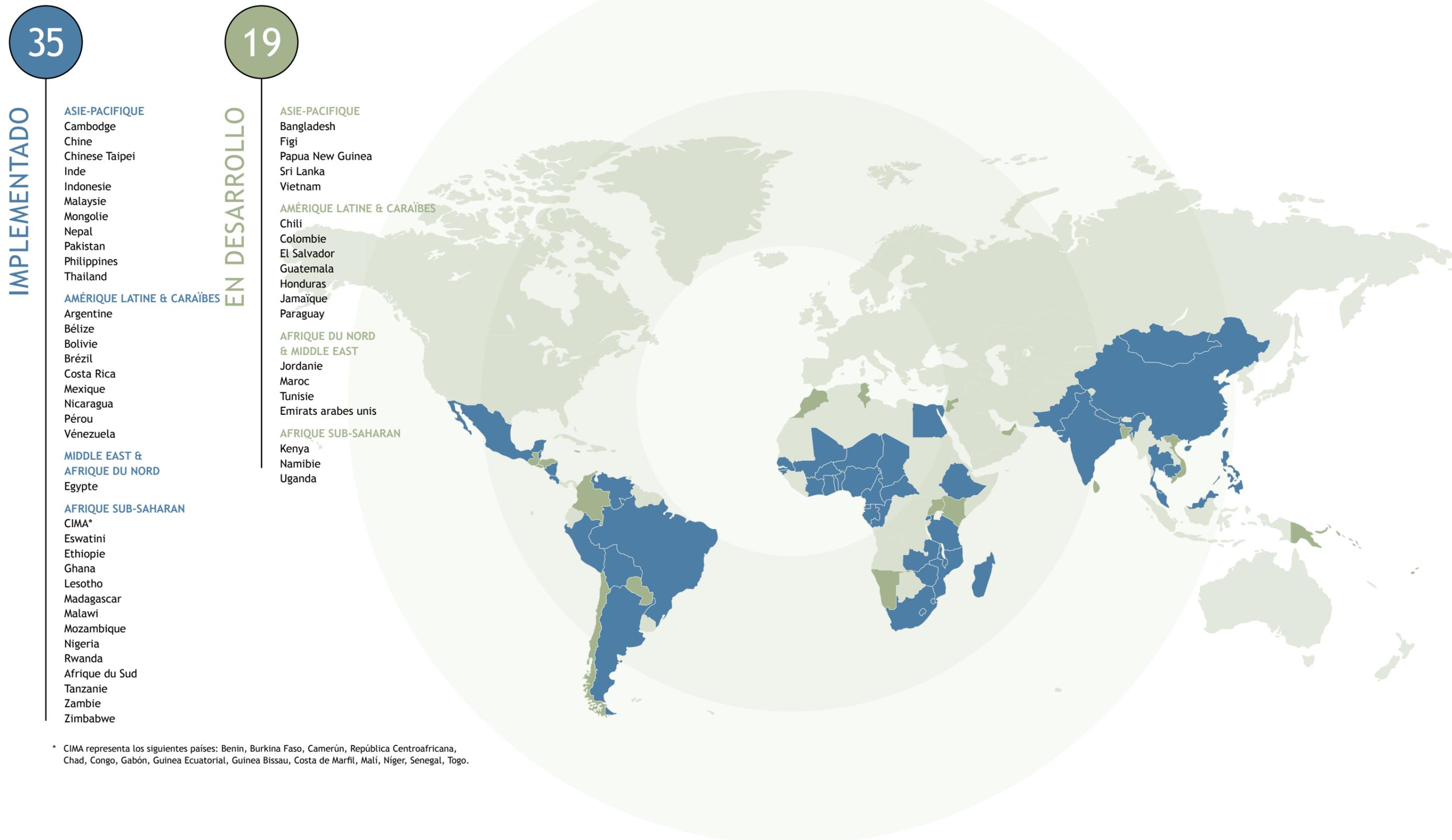
- Los **avances tecnológicos**, acelerados por la pandemia, siguen siendo un importante foco de atención para los supervisores, con medidas para facilitar las ventas y la presentación de reclamaciones por medios digitales. En julio de 2022, la Autoridad de Supervisión de Seguros y Seguridad Social (ACAPS) de Marruecos publicó una directiva con nuevas normas para la venta en línea de productos de seguros, que da a los clientes la opción de completar totalmente los contratos de seguros en línea, o de obtener una oferta en línea y firmar después una copia impresa. Los supervisores también están mejorando sus competencias en *suptech* (tecnología utilizada por los supervisores para facilitar sus actividades) y *regtech* (tecnología utilizada por las instituciones financieras reguladas para respaldar el cumplimiento de sus requisitos reglamentarios y de información), especialmente en Asia, donde los esfuerzos están particularmente avanzados.
- Los supervisores están empezando a participar activamente en el tema de la **diversidad y la inclusión**, sobre

todo en relación con el género. La Autoridad Reguladora Financiera de Egipto, por ejemplo, introdujo decretos que establecen que los consejos de administración de las empresas deben incluir al menos un 25% de representación femenina o un mínimo de dos mujeres (Decretos núm. 109 y 110 de 2021). En Pakistán, por otra parte, la Comisión de Valores y Bolsa estableció requisitos para que las compañías de seguros implanten medidas de diversidad de género en las políticas y prácticas de empleo y recursos humanos (Circular 24, 2021) y faciliten datos anuales al supervisor sobre empleo femenino, así como datos desglosados por género sobre pólizas y primas (Circular 31, 2021). Otros supervisores, como el de Argentina, están trabajando directamente con los proveedores de seguros para desarrollar nuevos productos diseñados específicamente para las mujeres.

- Por último, los reguladores y supervisores de seguros están enmarcando cada vez más su trabajo en términos de las **agendas ambientales, sociales y de gobernanza (ASG)** y en función de su contribución a los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**. Los reguladores no están obligando a las aseguradoras a adoptar un enfoque ASG, pero cada vez hablan más con las compañías sobre este tema.

<sup>23</sup> Cenfri (2021). Caja de herramientas "Regulación para la innovación".

FIGURA 8  
 MAPA MUNDIAL DE LA REGULACIÓN DE SEGUROS INCLUSIVOS EN 2022 DE LA ACCESS TO INSURANCE INITIATIVE (A2II)<sup>24</sup>



\* CIMA representa los siguientes países: Benin, Burkina Faso, Camerún, República Centroafricana, Chad, Congo, Gabón, Guinea Ecuatorial, Guinea Bissau, Costa de Marfil, Malí, Níger, Senegal, Togo.

<sup>24</sup> Aunque la A2ii se esfuerza razonablemente por incluir información precisa y actualizada en este mapa, no garantiza la integridad del contenido, ni tampoco errores u omisiones. La A2ii agradece las aportaciones de los supervisores de seguros en nuestros esfuerzos de cartografiar la evolución de los seguros inclusivos en todo el mundo.

## Distribución y pagos

En 2021, las instituciones de microfinanzas representaron el canal de distribución más importante. El canal se registró como el principal canal de distribución utilizado para los productos, llegando a un total de 62.4 millones de vidas, el más alto de todos los canales.<sup>25</sup> Las instituciones financieras fueron el segundo canal más importante, registrándose como canal principal de productos que llegaron a un total de 27.4 millones de personas, seguidas de agentes y corredores, con 23.4 millones de personas.

Tanto en Asia como en América Latina, las instituciones de microfinanzas son el canal más importante, seguidas de las instituciones financieras. En África, en cambio, los agentes y corredores son, con mucho, el canal más importante y el principal para los productos, que llegan a 19.1 millones de personas. Esto refleja, en parte, la importancia de los corredores e intermediarios especializados en microseguros en África.

Dado que el cuestionario del Panorama incluía por primera vez una pregunta sobre el canal de distribución principal utilizado (anteriormente los proveedores enumeraban todos los canales de distribución que se utilizaban para un producto sin identificar el más importante), no es posible comparar las cifras anteriores con las de 2020. Sin embargo, las entrevistas con expertos en microseguros sugieren que el alcance de la distribución de microseguros a través de canales de microfinanciación repuntó, tras una reducción en 2020. La inestabilidad económica experimentada a nivel internacional desde el inicio de la pandemia de COVID-19 tuvo un impacto importante en el sector de la microfinanciación en 2020. El aumento de la morosidad provocó que muchas instituciones financieras aumentaran sus requisitos y restricciones para el otorgamiento de créditos. Al mismo tiempo, las instituciones financieras se enfrentaron a un aumento de los préstamos morosos y algunas otras a problemas de solvencia. Esto generó en muchos países una reducción significativa de la capacidad de las

instituciones financieras, incluidas las microfinancieras, para conceder préstamos.<sup>26</sup> Además, las entrevistas sugieren que parte del sector financiero, ante la incertidumbre de la situación económica internacional y la fragilidad de los mercados nacionales, optó por concentrar su energía en sus actividades principales y pausar los esfuerzos para impulsar el negocio de los microseguros.

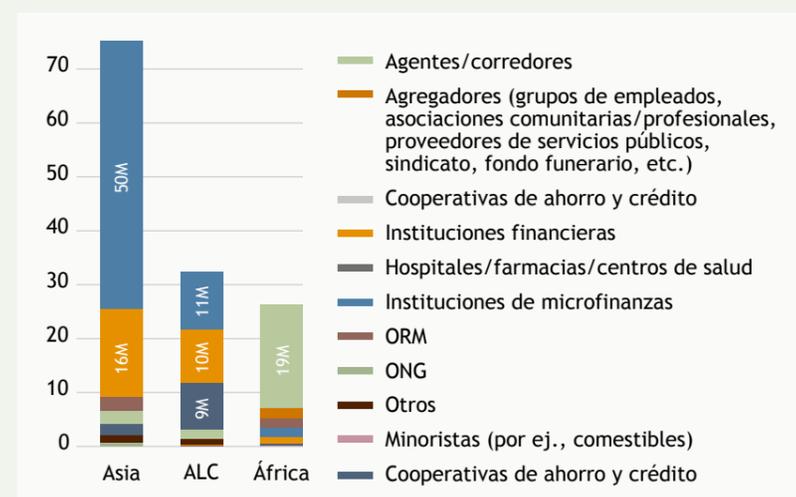
Aunque el sector de la microfinanciación y las ventas de seguros correspondientes se han recuperado e incluso han superado los niveles anteriores a la pandemia en muchos países en 2021, las entrevistas realizadas para el estudio del Panorama sugieren que, en varias partes del mundo, el sector aún no se ha recuperado del todo



y que el impacto sigue notándose en la reducción de las carteras de microseguros vinculados al crédito.

Aunque un pequeño número de tipos de canales domina la distribución en términos de alcance, se ofrece a los

FIGURA 9  
PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN POR REGIÓN



<sup>25</sup> En años anteriores, los proveedores enumeraban todos los canales de distribución utilizados para un producto. En el último cuestionario, se introdujo una nueva pregunta en la que se les pedía que identificaran el canal principal utilizado para cada producto. Esto permite tener una idea más clara.

<sup>26</sup> Banco Mundial (2022). *World Development Report (Informe sobre el Desarrollo Mundial) 2022*.



### RECUADRO 4 INKOPDIT, AXA FINANCIAL INDONESIA Y GIZ: INTRODUCEN A MÁS DE 2 MILLONES DE PERSONAS AL SECTOR DE LOS SEGUROS FORMALS EN INDONESIA<sup>27</sup>

En Indonesia, los seguros para hogares de bajos ingresos suelen ser seguros informales ofrecidos por cooperativas, que no están reguladas por el organismo de reglamentación de seguros. Aunque los seguros informales contribuyen al acceso a la protección contra los riesgos financieros, los seguros no regulados suponen una amenaza para la estabilidad de las cooperativas, para los consumidores y para la reputación de los seguros.

La cooperativa de crédito Inkopdit es una red nacional de 37 cooperativas de crédito secundarias y regionales en la que están integradas 800 cooperativas de crédito primarias que llegan a más de 3 millones de afiliados. La red había administrado durante 45 años un plan de seguros interno que ofrecía a sus miembros seguros de vida crédito y funerales. Sin embargo, la cooperativa registró un fuerte aumento de las reclamaciones, con índices de siniestralidad superiores al 100% en algunos años.

Para proteger a la cooperativa y a sus afiliados, Inkopdit se asoció con GIZ y AXA Financial Indonesia en 2019 con el fin de formalizar su oferta de seguros. En primer lugar, para formalizar la oferta de productos, Inkopdit firmó un acuerdo de socio-agente con AXA Financial Indonesia, que permite a esta última suscribir los productos de seguro que se ofrecen a los afiliados de Inkopdit. Posteriormente, para convertirse en un proveedor formal de seguros, Inkopdit adquirió una licencia local de correduría de seguros ya existente. Para consolidar estos cambios, el programa RFPI GIZ Asia, a través del instrumento “develoPPP” financiado por BMZ y AXA impartieron capacitación en materia de seguros al personal de Inkopdit. Más tarde, llevaron a cabo intensas campañas de promoción para animar a los afiliados a contratar los servicios de su nueva correduría de seguros formal, PT PANDAI, considerada la primera correduría de Indonesia centrada en los microseguros.

La campaña tuvo éxito y, a finales de septiembre de 2022, se habían registrado un total de 2.4 millones de pólizas activas en forma de seguro obligatorio de vida crédito, seguro voluntario de vida a plazo y seguro de apoyo económico por hospitalización, con una prima bruta combinada de 69 000 millones de IDR (aproximadamente 4.46 millones de USD). Como resultado de ello, 2.4 millones de personas fueron incorporadas al sector de los seguros formales en Indonesia, e Inkopdit aseguró el futuro de la cooperativa y sus miembros frente a los riesgos asociados con la cobertura informal y los costos incontrolados de las reclamaciones.

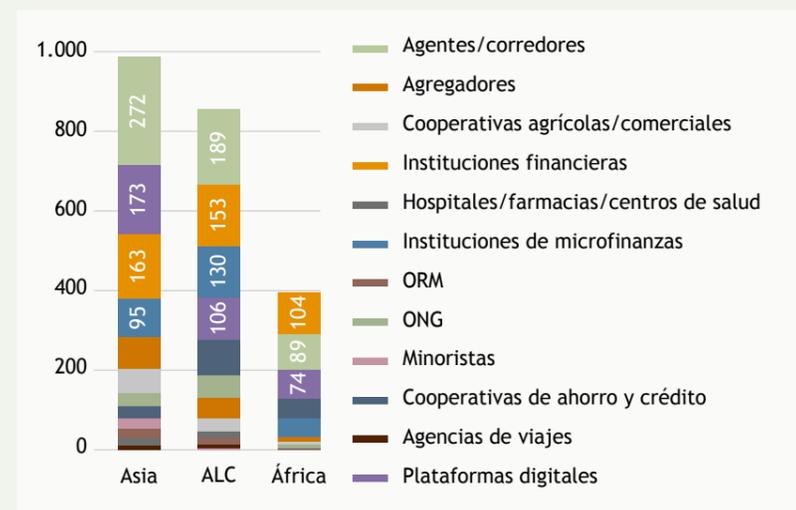
<sup>27</sup> GIZ, 2022. *Indonesia case study report: Formalization of the in-house insurance scheme of the Inkopdit credit cooperative (Informe de estudio de caso de Indonesia: formalización del seguro interno de la cooperativa de crédito Inkopdit)*

clientes una gama mucho más diversa de canales. En la figura 10 se presenta el número de productos que utilizan cada canal, independientemente de la proporción de ventas que el canal en cuestión pueda representar. Las aseguradoras utilizan con frecuencia otros canales, como las plataformas digitales, las cooperativas agrícolas y comerciales, las ONG y las cooperativas de ahorro y crédito, incluso cuando no son el principal canal de distribución. En el recuadro 4 se presenta el caso de una cooperativa de crédito de Indonesia.

Las entrevistas realizadas para este estudio sugieren que las aseguradoras están intentando diversificar sus estrategias de distribución ante la elevada presión de la competencia y las comisiones en los canales que se utilizan tradicionalmente para distribuir microseguros. Los proveedores comunicaron que estas dificultades se agravaron durante la pandemia, ya que algunos canales optaron por centrarse en su actividad principal a expensas de los mecanismos de seguros.

Los minoristas desempeñan un papel relativamente pequeño en la distribución vista a escala global, pero asumen una función importante en algunos mercados. En Sudáfrica, por ejemplo, los minoristas participan en la distribución del 41% de los productos

**FIGURA 10**  
PROPORCIÓN DE PRODUCTOS EN LAS TRES REGIONES QUE UTILIZAN CADA TIPO DE CANAL DE DISTRIBUCIÓN<sup>28</sup>



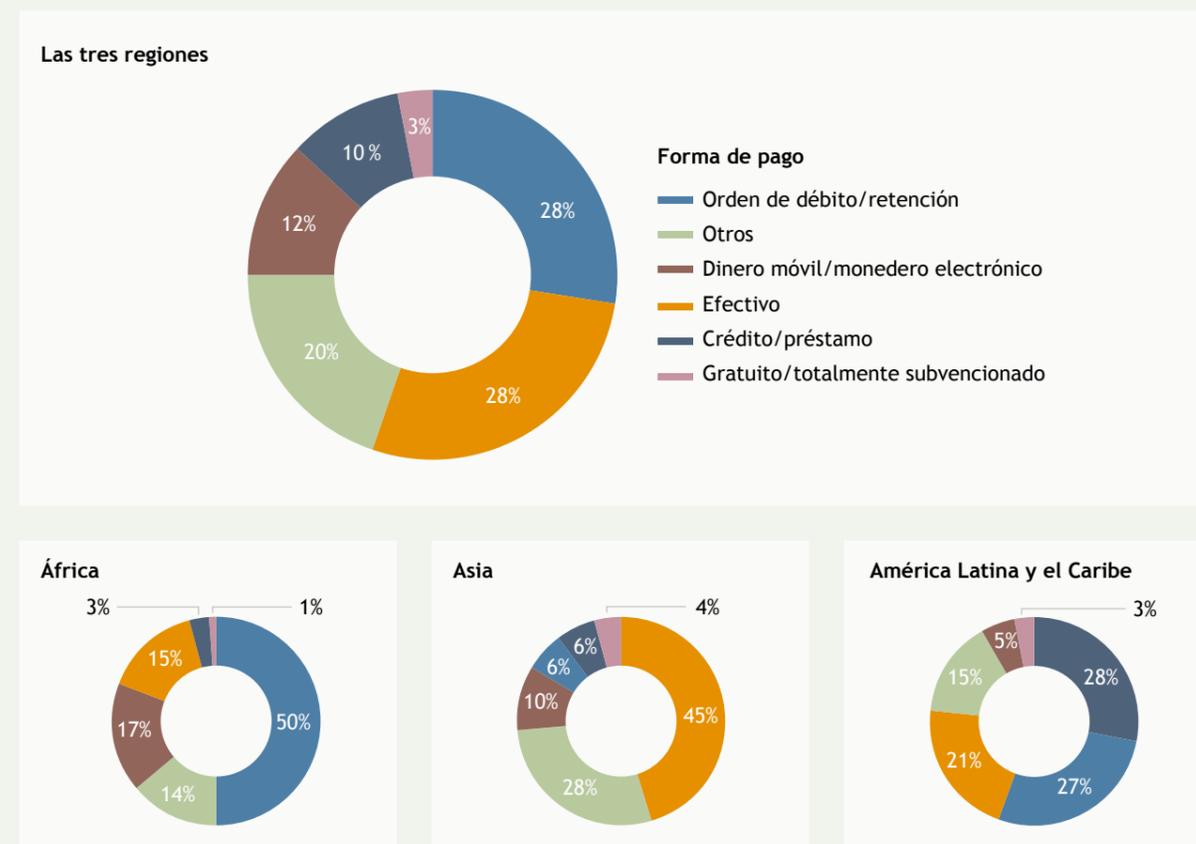
registrados. Las entrevistas realizadas en el marco de este estudio sugieren que las aseguradoras buscan cada vez más replicar este modelo en todo el continente, aunque su papel sigue siendo relativamente bajo, dado que este canal es utilizado como al menos una estrategia de distribución para el 7% de los productos en África.

Las plataformas digitales, que se han citado como una tendencia emergente durante varios años, han

sido adoptadas por una gran cantidad de proveedores en 2021: alrededor del 38% de los productos a nivel global recurrieron a plataformas digitales como al menos una estrategia de distribución. Esta cifra es especialmente elevada en África, al situarse en un 47%. No obstante, las entrevistas sugieren que la experiencia de asociarse con plataformas sigue siendo un reto y que las experiencias varían, ya que algunas resultan más naturales para las aseguradoras que



**FIGURA 11**  
PROPORCIÓN DE PRODUCTOS QUE UTILIZAN CADA CANAL DE PAGOS<sup>29</sup>



otras. Las plataformas de venta y entrega en línea, por ejemplo, tienen un mayor incentivo para concertarse con las aseguradoras, especialmente cuando los seguros ayudan a superar una brecha de confianza en el negocio principal de la plataforma, y las entrevistas sugieren que las ventas de seguros han tenido generalmente más éxito en estos casos.

La domiciliación bancaria y las órdenes permanentes fueron los canales de pago más importantes en 2021, ya que fueron utilizados como forma de pago principal para el 28% de los productos. Le sigue de cerca el efectivo, que se utiliza como forma de pago para el 28% de los productos. El dinero móvil también desempeña un papel importante como principal canal de pago —el 12% de los productos—, seguido de los créditos y préstamos, que cubren un 10%. Una pequeña proporción de productos (3%) se

ofrecen gratis o son totalmente subvencionados, lo que significa que no se utiliza ningún canal de pago con el cliente final.

Los pagos en África están más digitalizados que en otras regiones, y el efectivo se utiliza como canal principal de pago para solo el 15% de los productos. En la región, para la mitad (50%) de los productos se utiliza la domiciliación bancaria o las órdenes permanentes como principal canal de pago, y para el 17% se recurre al dinero móvil.

El efectivo está más extendido en Asia, donde es el principal canal de pago para el 45% de los productos. En América Latina y el Caribe predominan tres canales de pago: crédito y préstamos (28%), domiciliación bancaria u órdenes permanentes (27%) y efectivo (21%).

Sigue habiendo interés en avanzar hacia productos de seguros principalmente digitales (*digital-first*) o exclusivamente digitales, y la pandemia ha afianzado un cambio hacia la digitalización en determinadas partes de la cadena de valor, incluido el autorregistro digital y los pagos digitales en muchos países. No obstante, en las entrevistas realizadas para este estudio se subrayó la importancia que sigue teniendo la interacción personal en el mundo de los microseguros y que, a pesar del creciente uso de las herramientas digitales, la mayoría de las aseguradoras restablecieron las estrategias de persona a persona tan pronto como les fue posible una vez que se levantaron las medidas de distanciamiento social.

<sup>28</sup> Por agencia de viajes se entiende una agencia u oficina de ventas que vende billetes de viaje, tanto para trayectos cortos en el transporte público como para viajes más largos.

<sup>29</sup> Los porcentajes podrían no sumar el 100% debido al redondeo.

## Indicadores de resultados sociales

Para 2021, se comunicó una mediana del índice de siniestralidad, para todos los productos y todas las regiones, del 22%, junto con una mediana del índice de aceptación de reclamaciones del 98%. La mediana del índice de siniestralidad más elevada se registra en América Latina y el Caribe, con un 26%, seguida de África (22%) y Asia (20%). Asia, por otra parte, tiene la mediana del índice de aceptación más alta de las tres regiones analizadas, cercana al 100%, frente al 96% de América Latina y el Caribe y en África.



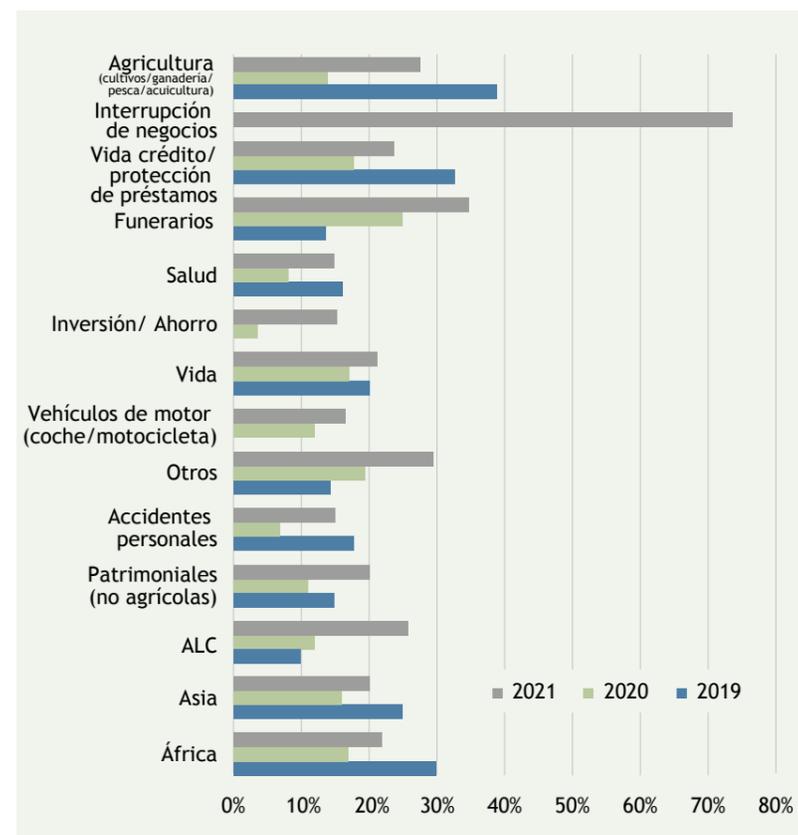
En 2021, la mediana del índice de siniestralidad de la mayoría de las líneas de productos fue inferior al 25%, excepto en el seguro funerario (35%), el seguro agrícola (28%) y el seguro de interrupción de negocios (74%) (Figura 12). Destaca el seguro de interrupción de negocios, situado en 74%, pero hay que tener en cuenta que esta cifra se basa en datos facilitados sobre ocho productos únicamente. Los regímenes agrícolas en Asia, a menudo financiados por los gobiernos, también registraron

índices notablemente más elevados, con una mediana del 42%.

Las medianas de los índices de siniestralidad aumentaron significativamente en comparación con 2020. Anteriormente, la mediana del índice de siniestralidad global había caído siete puntos porcentuales, del 22% en 2019 al 15% en 2020. En 2021, la mediana de este índice volvió a aumentar hasta los niveles anteriores a la pandemia, al ubicarse en 22%. Cuando solo se analizan los productos comunicados para el Panorama en los tres años, para excluir las diferencias en la muestra, se observa un aumento aún más marcado de nueve puntos porcentuales en la tasa mediana de siniestralidad: un incremento del 19% en 2020 al 28% en 2021, superior a la tasa mediana del 24% de antes de la pandemia. Los menores índices de siniestralidad registrados en la mayoría de las regiones en 2020 se deben probablemente a la menor actividad provocada por las medidas de distanciamiento social aplicadas durante ese año. En 2021, es probable que el aumento de los índices de siniestralidad se deba a un repunte de la actividad y a la presentación de reclamaciones tardías, por procedimientos médicos retrasados, por ejemplo.

El mismo patrón, con menores índices de siniestralidad en 2020 y mayores de nuevo en 2021, se observa en casi todos los tipos de productos (Figura 11), con la excepción de los productos funerarios, que mostraron unos mayores índices de siniestralidad en 2020 y 2021, que alcanzaron el 35%, lo que probablemente refleja el aumento de la mortalidad como consecuencia de la COVID-19. Los productos de crédito vida y funerarios en América

FIGURA 12  
MEDIANA DE LOS ÍNDICES DE SINIESTRALIDAD EN TODAS LAS LÍNEAS DE PRODUCTOS Y REGIONES EN 2019, 2020 Y 2021



Latina y el Caribe alcanzaron tasas medias particularmente elevadas en 2021: del 104% (aumento de 84 puntos porcentuales en dos años desde 2019) y del 55% (aumento de 47 puntos porcentuales en dos años), respectivamente. Esto puede reflejar los mayores niveles de mortalidad registrados como consecuencia de la COVID-19 en la región.

Además, los productos que llevan más tiempo en el mercado suelen tener índices de siniestralidad más elevados. Los productos que llevan al menos cinco años en el mercado presentan una mediana del índice de siniestralidad del 27%, 14 puntos porcentuales más que el índice de los productos lanzados más recientemente (13%). Esto puede deberse al fracaso de los productos de menor calidad a lo

largo del tiempo, que han terminado por desaparecer, a retrasos en las reclamaciones debidos a los periodos de espera, a la necesidad de que el cliente comprenda y conozca el producto y los procesos de reclamación (especialmente en el caso de los productos agrupados) o a una fijación de precios demasiado cautelosa, que más tarde podría corregirse.

El índice global de aceptación de reclamaciones es del 98% (96% en África, casi el 100% en Asia, y el 96% en América Latina y el Caribe). En la mayoría de las líneas de productos, el índice de aceptación de reclamaciones es elevado: 99% o superior en cinco líneas de microseguros (inversión y ahorro, bienes, vida, vida crédito e interrupción de negocios). El índice de aceptación de reclamaciones más bajo se observa en los seguros de vehículos de motor (81%).

En las tres regiones, el tiempo de tramitación de reclamaciones (TAT, por sus siglas en inglés) es de 19 días, con importantes variaciones entre regiones (Figura 13). Los TAT más largos se registran en América Latina y el Caribe, donde los tiempos de tramitación totales representaron una media de 30 días, incluido un tiempo interno de tramitación de 15 días. Asia registró un TAT inferior —de 22 días—, con diez días de tiempo interno de tramitación, y el periodo más corto se registró en África —de 10 días—, con 4 días de tiempo interno.<sup>30</sup>

Los tiempos internos más largos se registran en los productos agrícolas y patrimoniales (Figura 14), con 14 días, y los más cortos en los funerarios, con solo 2 días. Los tiempos globales más largos corresponden a vida crédito (33 días), agricultura (30 días) y patrimoniales (29 días). Es probable que reflejen los plazos más largos que se requieren para que los clientes recopilen documentos y presenten reclamaciones en algunas líneas de productos.

FIGURA 13  
MEDIANA DE TIEMPOS DE TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES

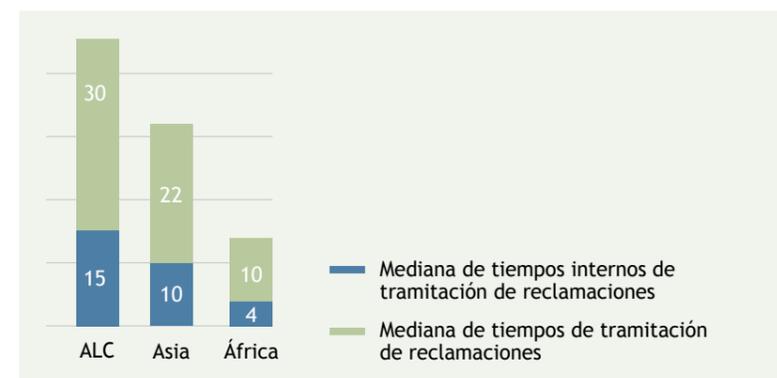
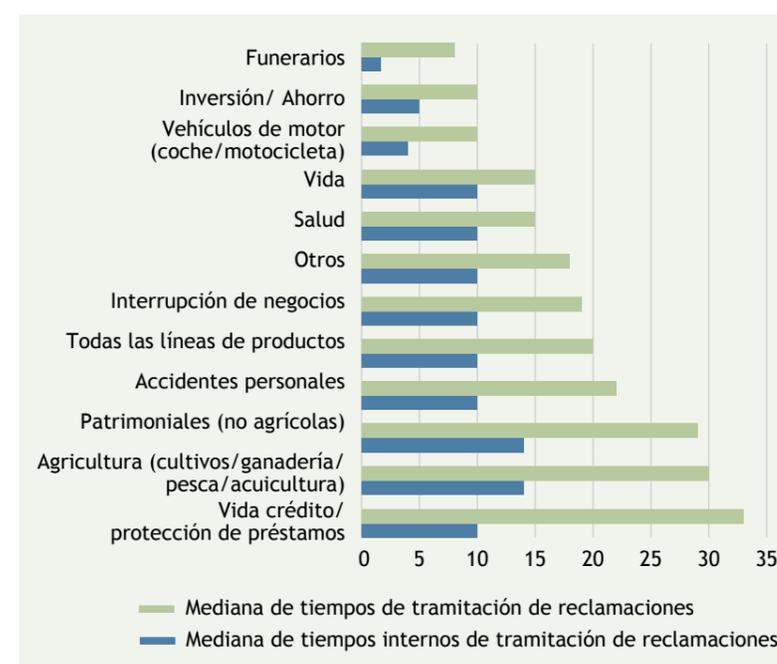


FIGURA 14  
MEDIANA DE TIEMPOS DE TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES EN LAS LÍNEAS DE PRODUCTOS



<sup>30</sup> Muchos proveedores de seguros no hacen un seguimiento sistemático del tiempo transcurrido entre el momento del siniestro y la presentación de la reclamación, y la encuesta del Panorama recibió menos respuestas sobre los tiempos externos de tramitación en comparación con los internos. Por lo tanto, es importante tener en cuenta que la información sobre los tiempos internos es probablemente más fiable que la relativa a los tiempos externos y se deben interpretar los tiempos totales con cierta cautela.

## Acceso de las mujeres a los seguros

Es importante señalar que, como en años anteriores, la información recogida sobre el género para este estudio es limitada, ya que las aseguradoras no facilitan datos al respecto en el 58% de los productos. Esto refleja el hecho de que, en muchos casos, los proveedores no recopilan información sobre la distribución por género de los clientes. Mejorar la recopilación de datos de esta índole es un paso vital para abordar el acceso de las mujeres a los seguros.

En 2019, cuando se recopiló por primera vez información sobre titulares de póliza femeninas para el estudio del Panorama, una media del 50% de los titulares eran mujeres. Se registró un descenso en 2020, en el punto culminante de la pandemia, cuando la tasa cayó al 45%. En 2021 se produjo

una recuperación de la proporción de titulares de póliza de microseguros que son mujeres: del 45% al 49% (Figura 15). Esta tendencia no se observa en África, donde el porcentaje de titulares de póliza femeninas sigue siendo el mismo en ambos años.



FIGURA 15  
MEDIANA DEL PORCENTAJE DE TITULARES DE PÓLIZA FEMENINAS 2019-2021

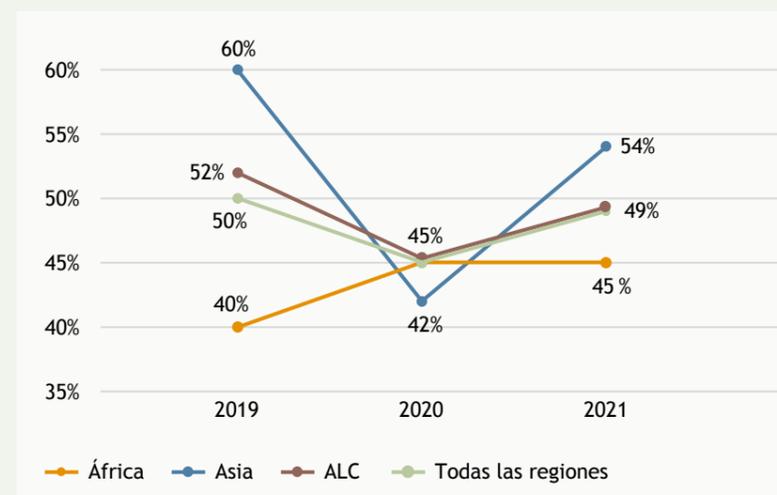
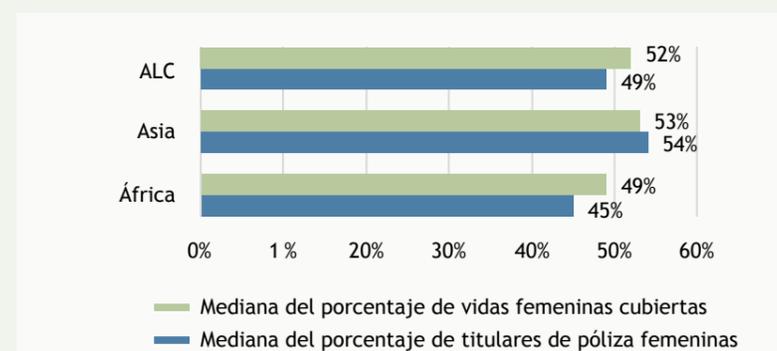


FIGURA 16  
MEDIANA DEL PORCENTAJE DE TITULARES DE PÓLIZA FEMENINAS Y DE VIDAS FEMENINAS CUBIERTAS POR REGIÓN

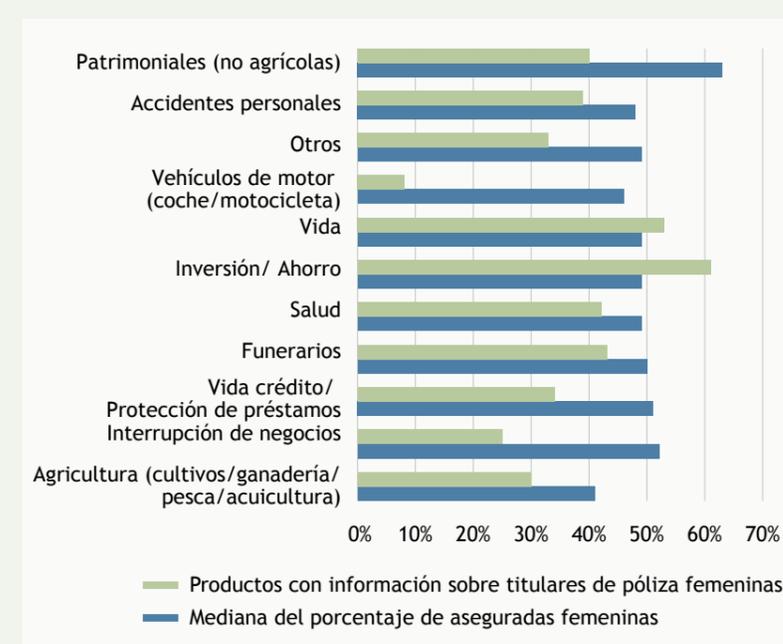


Además de la información sobre los titulares de póliza femeninas, también se recogieron datos sobre las vidas femeninas cubiertas. Esto refleja el hecho de que muchas pólizas de seguro pueden incluir cobertura para otros miembros de la familia además del titular del seguro. Ambos indicadores son pertinentes: las mujeres se benefician de la cobertura contratada por los miembros de la familia que las incluye, pero también es importante centrarse en asegurar a las mujeres directamente como titulares de pólizas, ya que esto indica el poder de decisión de las mujeres a la hora de seleccionar y gestionar su protección de seguros. En 2021, mientras que las mujeres representaban una mediana del 49% de los titulares de póliza de productos de microseguros, una mediana del 50% de las personas cubiertas por productos de microseguros eran mujeres.

Las tasas de titulares de póliza femeninas y de mujeres cubiertas varían de una región a otra, como muestra la figura 16: las proporciones más elevadas se registran en Asia, donde las mujeres representan el 54% de los titulares de póliza y el 53% de las personas cubiertas. Las tasas más bajas se registran en África, donde



FIGURA 17  
MEDIANA DEL PORCENTAJE DE TITULARES DE PÓLIZA FEMENINAS Y PRODUCTOS CON INFORMACIÓN SOBRE TITULARES DE PÓLIZA FEMENINAS POR TIPO DE PRODUCTO



las mujeres representan el 45% de los titulares de póliza y el 49% de las personas cubiertas.

La mayor proporción de titulares de póliza femeninas se encuentra en los seguros patrimoniales (63%), pero cabe hacer notar que la información sobre género se facilitó para una proporción relativamente baja de productos de este tipo (solo para el 40% de los productos). Como en años anteriores, los productos agrícolas atienden a una proporción relativamente baja de mujeres (el 41% de los titulares de póliza, en promedio, son mujeres), junto con los seguros de vehículos de motor (46%). En los casos de los seguros agrícolas y de vehículos de motor, estas cifras pueden deberse en parte a las diferencias en la propiedad formal de las tierras y los vehículos automotores entre hombres y mujeres. La cifra correspondiente al seguro agrícola también puede reflejar la elección de los cultivos asegurados, dado que las mujeres y los hombres tienden a cultivar distintos tipos de cultivos. La información sobre el género se facilitó con mayor frecuencia en los casos de los productos de inversión y ahorro (61% de los productos), vida (53%), funerarios (43%) y salud (42%). Esto puede reflejar niveles más altos de información sobre clientes recopilada en general en estas líneas de negocio.

Según las entrevistas realizadas para este estudio, los mayores esfuerzos por llegar a las mujeres y diseñar productos para ellas se han realizado históricamente en los seguros de vida crédito y salud. Recientemente, también se han aplicado algunos enfoques innovadores para atender mejor a las mujeres en otras líneas de productos. Por ejemplo, algunas empresas han introducido cambios para reducir los obstáculos al acceso de las mujeres a productos patrimoniales y catastróficos, al eliminar la necesidad de demostrar la propiedad formal de la tierra o de un activo.

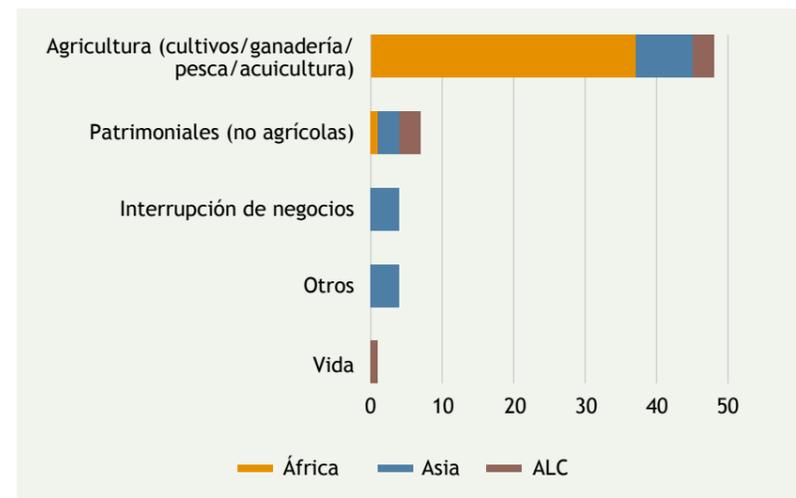


## Riesgo climático

En 2021, 13.3 millones de personas estaban cubiertas a través de 64 productos que incluían alguna cobertura para riesgos climáticos. Aunque la mayoría (48) eran productos agrícolas, las coberturas climáticas también se incluían en los productos patrimoniales, interrupción de negocios y vida (Figura 18). Los planes nacionales y gubernamentales de seguros contra el cambio climático se incluyen cuando se ajustan a la definición de microseguro que se emplea en el estudio del Panorama (véase el Glosario), pero estamos conscientes de que varios grandes regímenes nacionales de protección contra el cambio climático, en particular los regímenes de seguros agrícolas, no han facilitado datos al estudio.

Las entrevistas con proveedores de seguros y otras partes interesadas indican una mayor atención al riesgo climático en las zonas urbanas, además

FIGURA 18  
PRODUCTOS, INCLUIDAS LAS COBERTURAS CLIMÁTICAS



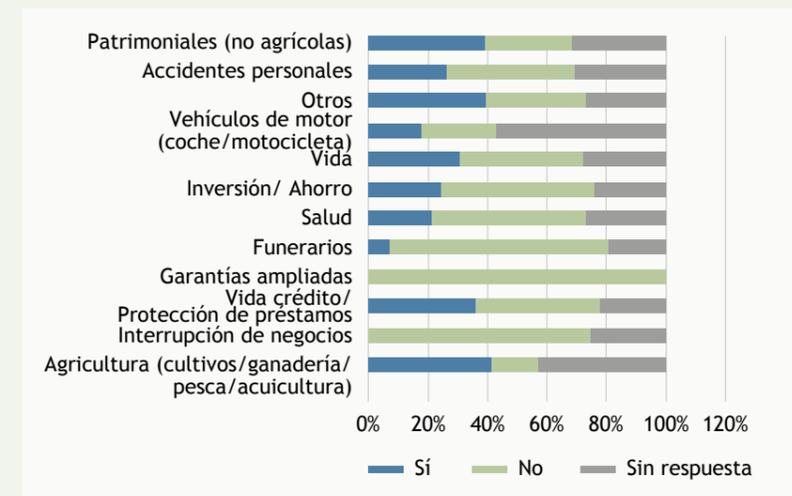
del impacto de las catástrofes en las zonas rurales. El riesgo de inundación se considera un riesgo climático especialmente importante en muchas zonas urbanas y las aseguradoras

responden cada vez más a este riesgo, por ejemplo.



## Reaseguro

FIGURA 19  
PROPORCIÓN DE PRODUCTOS REASEGURADOS



El reaseguro se utiliza en el 27% de los productos de microseguros; la cifra varía a nivel regional entre el 24% en África, el 32% en Asia, y el 25% en América Latina y el Caribe. El reaseguro es más común en los productos de seguros agrícolas, seguido de los productos de vida crédito (Figura 19).



# Salud

## DATOS CLAVE

- En los 34 países cubiertos, 81 millones de personas recibieron protección contra riesgos sanitarios a través de un producto de microseguro, lo que representa el 2.9% de la población objetivo de los microseguros.
- El valor estimado del mercado de microseguros de salud es de 19 000 millones de USD, y la penetración actual de este mercado por los productos registrados en este estudio es del 0.3%.
- Desde 2013, se han lanzado a un ritmo acelerado nuevos productos de microseguros de salud, lo que demuestra el creciente interés de las aseguradoras por satisfacer las necesidades en materia de salud de los clientes emergentes y de bajos ingresos.
- Además de los productos de seguro de salud independientes, las coberturas sanitarias se incluyen cada vez más como coberturas agrupadas con otros tipos de productos, sobre todo en el caso de las coberturas de apoyo económico por hospitalización.
- En promedio, en 2021 los productos de salud llegaron a una base de clientes mayor que el año anterior. Cada producto de salud llegó a una mediana de 7798 personas: un 9.8% más que en 2020.
- La cobertura de gastos médicos o de intervenciones quirúrgicas es el riesgo de salud que se cubre con mayor frecuencia (en los productos de salud y como cobertura secundaria en otros tipos de productos) y alcanza a 62 millones de personas. Le sigue de cerca el apoyo económico por hospitalización, que ofrece una prestación económica fija por noche de hospitalización y está incluido en productos que alcanzan a 56 millones de personas.
- Las entrevistas sugieren que las aseguradoras de los mercados

maduros, aunque aún se muestran recelosas de intentar ofrecer una cobertura completa, buscan cada vez más formas de ir más allá del apoyo económico por hospitalización para ofrecer un valor adicional. En particular, las aseguradoras están explorando coberturas específicas de enfermedades de mayor valor, como la cobertura de enfermedades transmitidas por vectores o los cánceres. Los productos con coberturas específicas para cada enfermedad están empezando a aparecer en la investigación sobre el Panorama y alcanzaron aproximadamente a 4 millones de personas en 2021.

En África, los agentes y corredores son los distribuidores más importantes de microseguros de salud. En Asia, los operadores de redes móviles (ORM) y, en América Latina y el Caribe, las instituciones financieras, son las que dominaron la distribución de microseguros de salud.

El dinero móvil o dinero electrónico se registró como la forma de pago más importante para los microseguros de salud, ya que fue utilizado en más de un tercio de los productos de microseguros de salud, lo cual está probablemente vinculado con la alta penetración de los productos relacionados con los ORM registrados.

La mediana del índice de siniestralidad de los productos de seguro de

salud es del 15%, siete puntos porcentuales más que el 8% registrado en 2020. La mediana del índice de siniestralidad más elevada se presenta en Asia (22%).

- El predominio de productos sencillos con bajas coberturas en África y Asia se refleja en las relativamente bajas medianas de reclamaciones pagadas por los seguros de salud: de 59 USD y 79 USD, respectivamente.
- Cuando las aseguradoras facilitaron datos sobre el género de sus clientes, las mujeres representaron el 49% de los titulares de póliza y el 51% de las personas cubiertas por microseguros de salud. Sin embargo, en muchos casos no se facilitó esta información: en el 59% de los productos no se facilitó ningún dato sobre el género de los titulares de póliza y en el 58% de los productos no se brindó ningún dato sobre el género de las personas cubiertas.
- El vínculo entre clima y salud empieza a reconocerse directamente en el diseño de los productos de seguros. En la encuesta se registraron tres productos de seguros climáticos que también incluían coberturas de apoyo económico por hospitalización, con una cobertura colectiva de unas 680 000 personas.



## Tamaño y evolución del mercado

### Personas cubiertas

Para este estudio se recibió información sobre un total de 103 productos de microseguros de salud, que llegan conjuntamente a 28 millones de personas (30 productos cubren a 6 millones de personas en África, 45 productos, a 21 millones de personas en Asia y 28 productos, a 0.6 millones de personas en América Latina y el Caribe). Se incluyen los regímenes nacionales y gubernamentales, siempre que se ajusten a la definición de microseguro que se emplea en el Panorama (véase el Glosario); no obstante, tenemos presente que existen regímenes que cumplirían los criterios y de los cuales no se facilitaron datos para el estudio.

En el estudio anterior, se comunicó un número ligeramente inferior de productos de salud (89), pero se registró un mayor número total de personas cubiertas a través de microseguros de salud, que asciende a 104 millones de personas. El aparente declive de los números de clientes se debe a un pequeño número de regímenes de microseguros de salud muy grandes, que cubren hasta 50 millones de clientes cada uno, los cuales respondieron a la encuesta anterior pero, en esta ocasión, no proporcionaron información.

Además, las prestaciones de salud se ofrecen cada vez más como coberturas secundarias en otros tipos de productos. AXA, por ejemplo, calcula que el 40% de su cartera de seguros inclusivos incluye ahora un componente de salud, ya sea una cobertura de salud o un servicio de valor agregado. De los 474 productos comunicados para el Panorama que cubrían principalmente fallecimiento e invalidez, 83 incluían coberturas de salud secundarias, como apoyo económico por hospitalización, coberturas para enfermedades específicas, gastos médicos, telemedicina o cobertura de emergencia. También se ofrecían coberturas sanitarias secundarias como parte de varios productos de seguro de accidentes y de algunos productos de seguro climático que se registran en la encuesta. En total, 53 millones de personas recibieron algún tipo de protección de salud como cobertura secundaria a través de productos de otras líneas de productos

(5 millones en África, 34 millones en Asia, y 13 millones en América Latina y el Caribe). Como resultado de ello, un total de 81 millones de personas recibieron protección sanitaria de un producto de microseguro (11 millones

en África, 56 millones en Asia, y 14 millones en América Latina y el Caribe).

#### RECUADRO 5

##### MICROSEGUROS DE SALUD PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Los microseguros de salud contribuyen a la consecución de los ODS, en particular de los ODS 1, 3 y 5:



**ODS 1 – Fin de la pobreza:** Las crisis sanitarias pueden tener un impacto devastador en las finanzas de los hogares, tanto en términos de costos directos en salud como de pérdida de ingresos durante los periodos de enfermedad. En algunos casos, los costos asociados a los problemas de salud pueden llevar a las familias a la pobreza. Los microseguros de salud reducen las cargas financieras asociadas a tales episodios, ayudando a proteger a las familias para que no caigan en la pobreza como consecuencia de ello.



**ODS 3 – Salud y bienestar:** Allí donde la gente no tiene acceso a los planes nacionales de salud, los microseguros de salud desempeñan un papel vital en la facilitación del acceso a la asistencia sanitaria. Cuando se dispone de planes sanitarios nacionales, el microseguro de salud puede desempeñar un importante papel complementario, al brindar acceso a servicios adicionales o apoyos para gestionar los costos financieros asociados a los episodios relacionados con la salud, incluida la pérdida de ingresos.



**ODS 5 – Igualdad de género:** Las mujeres de todo el mundo se enfrentan a graves riesgos de salud y a menudo no tienen acceso a la atención sanitaria que necesitan, incluida una atención materna de buena calidad y la atención a enfermedades específicas más comunes entre las mujeres, como el cáncer de mama. Los microseguros de salud, cuando se diseñan para satisfacer las necesidades de las mujeres, pueden ayudarlas a acceder a la asistencia sanitaria y favorecer mejores resultados sanitarios para ellas.

### Primas captadas

En 2021 se recaudó un total de 56 millones de USD en primas de productos de salud (26 millones de USD en África, 12 millones de USD en Asia y 18 millones de USD en América Latina y el Caribe), cifra cercana a los 57 millones de USD recaudados en primas en 2020. El mantenimiento del nivel de primas recaudadas, a pesar de la

disminución de las personas cubiertas, refleja la mediana más alta de la prima pagada por persona cubierta por microseguros de salud en 2021 –de 11.2 USD (7.4 USD en África, 4.3 USD en Asia, y 18.5 USD en América Latina y el Caribe)–, más del doble que la mediana de 5.7 USD que se comunicó en 2020. Este aumento puede estar

relacionado con la disminución de los regímenes que cuentan con apoyo público representados en el estudio en comparación con el estudio anterior.

Las primas de los seguros de salud representan una mediana del 0.5% de la suma total asegurada.

### Cuota de mercado

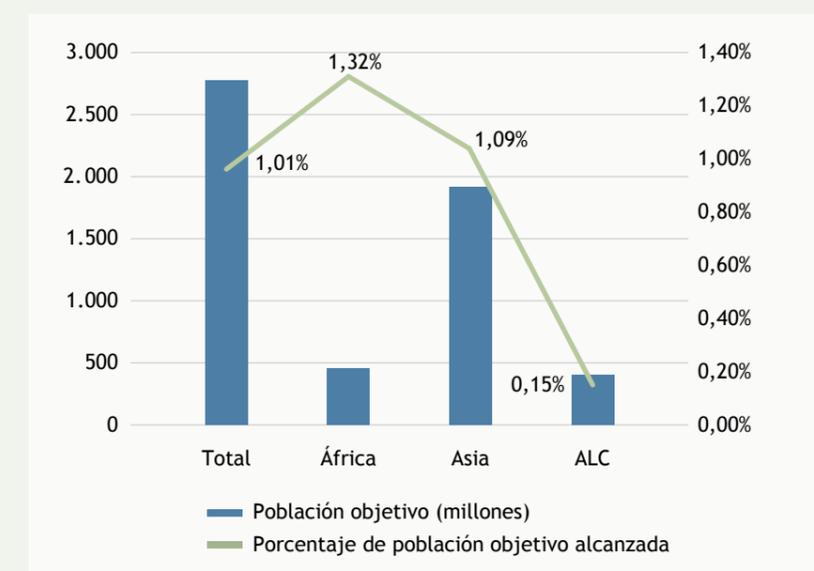
El número de personas registradas como cubiertas por productos de microseguros de salud en 2021 representa el 1.01% de la población objetivo de los microseguros (1.3% en África, 1.09% en Asia, y 0.15% en América Latina y el Caribe). El número de personas que reciben cobertura de salud de cualquier producto de microseguros representa el 2.9% de la población objetivo (2.43% en África, 2.86% en Asia, y 3.4% en América Latina y el Caribe).

El valor estimado del mercado de los microseguros de salud (calculado como la mediana de la prima de los productos de microseguros de salud en cada región multiplicada por la población objetivo de todos los países seleccionados en cada región) es de 19 000 millones de USD (3350 millones de USD en África, 8250 millones de USD en Asia, y 7410 millones de USD en América Latina y el Caribe). Sobre esta base, la penetración del mercado potencial de los microseguros de salud por productos registrada en este estudio es del 0.3% (0.78% en África, 0.15% en Asia, y 0.24% en América Latina y el Caribe).

### Escala

En promedio, los productos sanitarios están llegando a una mayor base de clientes en 2021. Cada producto sanitario llegó a una mediana de 7798 personas, un 9.8% más que en 2020 (7095), y recaudó una mediana de 76 723 USD en primas. La mayor escala se alcanza en América Latina y el Caribe, donde los productos sanitarios llegan a una mediana de 12 652 personas cada uno. Las entrevistas realizadas para este estudio sugieren

FIGURA 20  
PENETRACIÓN DE MERCADO DE RIESGOS PARA LA SALUD (POBLACIÓN OBJETIVO Y PORCENTAJE DE POBLACIÓN OBJETIVO ALCANZADA)



que las aseguradoras siguen teniendo un mayor interés por la cobertura sanitaria, provocado en gran medida por las experiencias de los clientes con la pandemia de COVID-19. De hecho, algunas aseguradoras informaron que su cartera de salud se había recuperado más rápida y completamente de la caída inicial provocada por la pandemia que otras líneas de negocios.

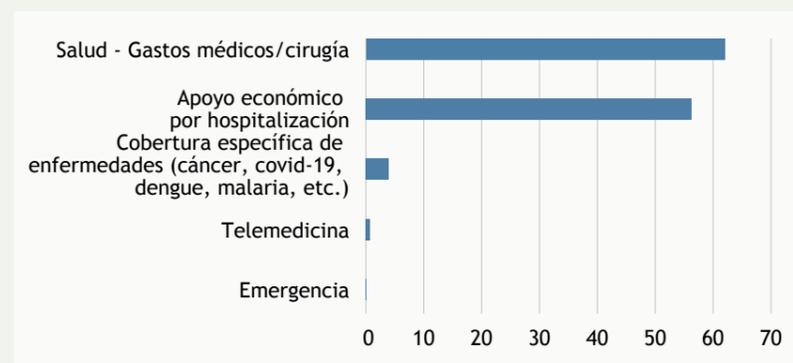


## Tipos de cobertura sanitaria

Los productos de microseguro ofrecen varios tipos de cobertura sanitaria, a menudo agrupados. La cobertura de gastos médicos o de intervenciones quirúrgicas es el riesgo de salud que se cubre con mayor frecuencia (en los productos de salud y como cobertura secundaria en otros tipos de productos) y alcanza a 62 millones de personas. Le sigue de cerca el apoyo económico por hospitalización, que ofrece una prestación económica fija por noche de hospitalización y está incluido en productos que alcanzan a 56 millones de personas. Estos productos están ahora muy consolidados en el mercado, sobre todo en África y Asia.

Las entrevistas sugieren que las aseguradoras de los mercados maduros, aunque aún se muestran recelosas de intentar ofrecer una cobertura completa, buscan cada vez más formas de ir más allá del apoyo económico por hospitalización para ofrecer un valor adicional. En particular, las aseguradoras están explorando coberturas específicas de enfermedades de mayor valor, como la cobertura de enfermedades transmitidas por vectores o los cánceres. Los productos con coberturas

FIGURA 21  
PERSONAS CUBIERTAS POR TIPOS DE RIESGOS PARA LA SALUD (MILLONES)



específicas para cada enfermedad están comenzando a presentarse en el Panorama y alcanzaron aproximadamente a 4 millones de personas en 2021.

Como se analizó en el anterior informe del Panorama, muchas aseguradoras aumentaron su oferta de telemedicina durante la crisis de COVID-19, y los productos que incluían un componente de este tipo llegaron a 0.7 millones de personas. Las entrevistas realizadas para este estudio sugieren que las

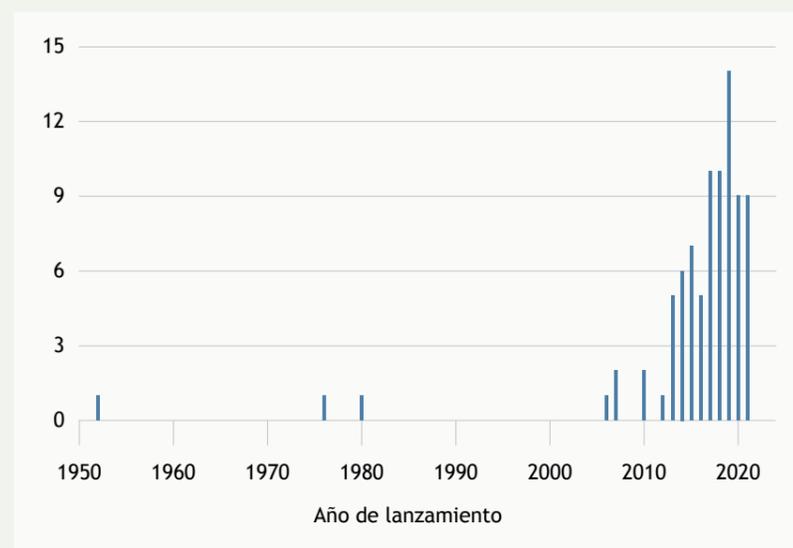
experiencias con la oferta de servicios de telemedicina han sido dispares. Aunque el uso de teléfonos inteligentes y la alfabetización digital aumentaron durante la pandemia, los problemas de conectividad y las preferencias por las consultas en persona persistieron entre muchos grupos. Por ello, algunas aseguradoras están explorando modelos híbridos, como la instalación de quioscos de telemedicina en pequeñas clínicas rurales.

## Productos lanzados

Desde 2013 se han lanzado a un ritmo acelerado nuevos productos sanitarios. La figura 22 muestra las fechas de lanzamiento de todos los productos de microseguros de salud notificados en 2021, en la que se muestra un pico de 14 productos introducidos en 2019. Esto refleja el creciente interés de las aseguradoras por cubrir los riesgos sanitarios de las poblaciones de escasos recursos y el éxito y la popularidad de los productos de seguro médico de bajo costo, como el apoyo económico por hospitalización, en los últimos años.

Al igual que con otros tipos de productos, en 2020 los lanzamientos de nuevos productos sí se redujeron ligeramente con respecto al pico de 2019, ya que el desarrollo y los lanzamientos de productos se vieron afectados por la pandemia. No obstante, se siguió lanzando un número relativamente elevado de productos tanto en 2020 como en 2021 —nueve

FIGURA 22  
AÑO DE LANZAMIENTO DE PRODUCTOS DE SALUD



nuevos productos en cada año—, ya que las aseguradoras respondieron al

aumento de la demanda de protección sanitaria derivada de la pandemia.



## El microseguro de salud como complemento del seguro nacional de salud

La relación entre los microseguros de salud y los regímenes nacionales de seguro de salud varía enormemente de un país a otro, pero la mayoría de los proveedores entrevistados para el estudio consideraron que sus ofertas de seguro de enfermedad complementaban los regímenes nacionales gubernamentales en lugar de competir con ellos.



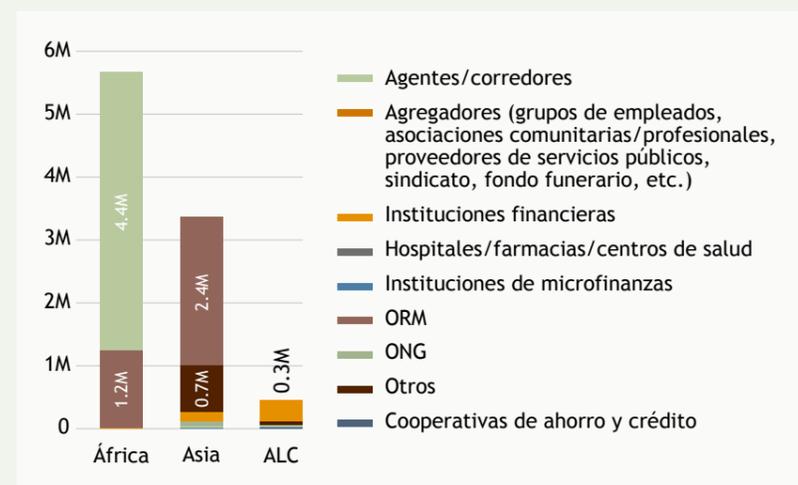
Los apoyos económicos por hospitalización y de urgencia suelen aplicarse incluso cuando los clientes recurren a un régimen nacional de salud, gracias al cual reciben una prestación en metálico para ayudarlos con los costos sanitarios adicionales y con la pérdida de ingresos durante el periodo de tratamiento. En otros casos, las aseguradoras se dirigen al “vacío intermedio” de la población —a menudo trabajadores informales o que laboran en la “economía de pequeños encargos” (gig economy)—, que no son lo bastante pobres para acogerse a los regímenes nacionales de salud, pero no pueden permitirse un seguro médico privado convencional ni acceder al

seguro de salud como una prestación laboral.

Durante la pandemia se hizo hincapié en el potencial de las aseguradoras privadas para respaldar los objetivos de la salud pública. La cobertura de la pandemia se incluyó en las pólizas de seguro médico privado de muchos países, sobre todo en América Latina, y las aseguradoras sanitarias privadas apoyaron la vacunación y otros programas para combatir la COVID-19. Las mutuales de seguros de salud de la India, por ejemplo, desempeñaron un papel importante en la sensibilización y el apoyo a la vacunación.

## Distribución y pagos

**FIGURA 23**  
NÚMERO DE PERSONAS CUBIERTAS POR PRODUCTOS DE SALUD POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN PRINCIPAL



El principal canal de distribución utilizado en el marco de los microseguros de salud varía en las tres regiones estudiadas. En el caso de África, los agentes y corredores son el canal más importante. En Asia, los operadores de redes móviles (ORM) constituyen el principal canal de distribución de productos que llegan al mayor número de personas, y este canal es también el segundo más importante en África. En América Latina y el Caribe, en cambio, las instituciones financieras dominaron la distribución de microseguros de salud. En el recuadro 6, se presenta un ejemplo de estrecha colaboración entre una aseguradora y su socio microfinanciero para ofrecer valor al cliente a través de un producto de microseguros de salud.

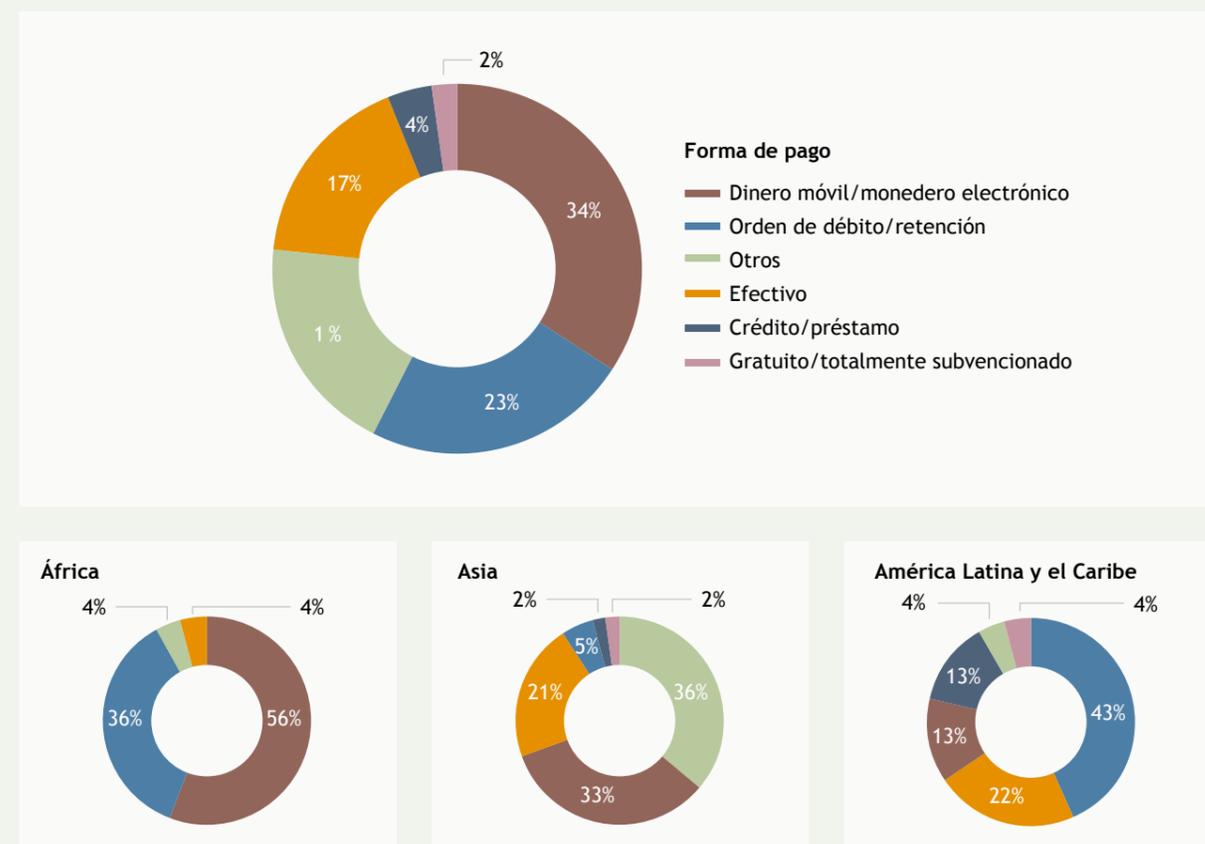
Además del canal de distribución principal que se utiliza para un producto, los proveedores también facilitaron información sobre toda la gama de canales a través de los cuales se ponía a disposición su producto. La figura 24 muestra que los canales tradicionales de microseguros, entre ellos agentes, corredores, instituciones financieras e instituciones de microfinanzas, siguen desempeñando un papel importante en la distribución de microseguros de salud. Además, algunos productos utilizan canales alternativos, como las plataformas digitales.

El dinero móvil o dinero electrónico se registra como la forma de pago más importante para los microseguros de salud, ya que es utilizado para un tercio de los productos de microseguros de salud en Asia y para el 56% en África, lo que probablemente está vincula-

**FIGURA 24**  
NÚMERO DE PRODUCTOS DE MICROSEGUROS DE SALUD QUE UTILIZAN CADA CANAL DE DISTRIBUCIÓN



**FIGURA 25**  
NÚMERO DE PRODUCTOS QUE UTILIZAN CADA FORMA DE PAGO PARA LOS SEGUROS DE SALUD



do con la alta penetración de los productos relacionados con los operadores móviles mencionados en relación con estas regiones. La domiciliación bancaria y los pagos en efectivo también desempeñan un papel importante (se utilizan para el 23% de los productos en todas las regiones) (Figura 25).

Las entrevistas confirmaron que la tecnología está desempeñando un papel importante en el impulso de las innovaciones y la adopción de los seguros de salud. La tecnología digital se utiliza en toda la cadena de valor de los seguros de salud, desde las teleconsultas hasta las ventas digitales y el pago de reclamaciones. Los procesos de reclamación electrónicos, que incluyen fotos o documentos enviados a través de plataformas de mensajería digital, son cada vez más habituales y permiten que las reclamaciones de microseguros de salud se realicen en cuestión de horas o días en el caso de algunos productos.

### RECUADRO 6 ASEGURADORA CONFÍO: COBERTURA CADA VEZ MAYOR DE SEGUROS DE SALUD Y VIDA EN GUATEMALA

El primer producto de microseguros de Aseguradora Confío, un producto voluntario de vida y salud ofrecido a través de un canal de mercado masivo, está creciendo actualmente a un impresionante ritmo del 5% mensual. La aseguradora colabora estrechamente con el canal de distribución para seguir desarrollando el producto y satisfacer las necesidades de su clientela, mayoritariamente femenina. El producto ofrece un paquete de prestaciones sanitarias que incluye consultas médicas gratuitas y pruebas básicas de laboratorio. Aseguradora Confío ha puesto en ejecución diversas medidas para que los clientes se beneficien plenamente de esta cobertura. Se asoció con un nuevo proveedor de salud para que los servicios fueran accesibles en todo el país. También trabajó con sus socios para adaptar el sistema de programación de citas. Dado que a menudo los clientes no disponen de teléfono móvil propio y llaman para concertar una cita con un teléfono prestado por un amigo o familiar, el sistema existente de pedir a los clientes que esperen a que les devuelvan la llamada para

confirmar la fecha y hora de la cita fallaba con frecuencia. Por ello, se modificó el proceso para que los clientes pudieran confirmar sus citas con una sola llamada. La Aseguradora Confío también amplió la cobertura de vida, de modo que se cubrieron los gastos funerarios y se pagó una prestación a la familia, además de amortizarse el préstamo. Esta prestación se duplicaba en caso de fallecimiento por accidente.

El producto de seguro es voluntario y el socio distribuidor hace hincapié en ello con los clientes potenciales. La Aseguradora Confío se ha centrado en ofrecer beneficios valiosos y rápidos tiempos de tramitación de reclamaciones, consultas médicas sin tener que pagar dinero en efectivo y pagos de seguros de vida para los beneficiarios en solo nueve días, frente a los 19 días de cuando se lanzó el producto. Las experiencias positivas con las coberturas de seguros se han extendido rápidamente entre los clientes del canal, animando a quienes aún no están asegurados a también suscribir una póliza.

## Indicadores de resultados sociales

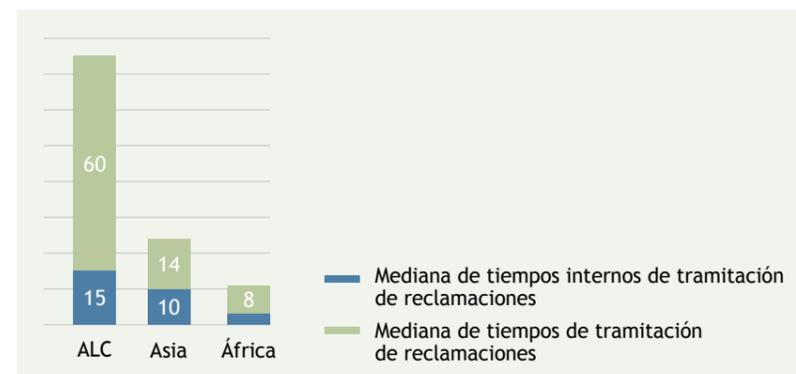
La mediana del índice de siniestralidad de los productos de seguro de salud es del 15%, siete puntos porcentuales por encima del 8% registrado en 2020. La mediana del índice de siniestralidad más elevada se registra en Asia (22%), frente a África (15%) y América Latina y el Caribe (12%).



La mediana del índice de siniestralidad es inferior en el caso de los productos lanzados más recientemente. Los productos de salud lanzados antes de 2017 presentan una mediana del índice de siniestralidad del 17%, frente al 5% de los lanzados después de 2017. Esto puede deberse a varios factores, entre ellos el tiempo que se requiere para sensibilizar y hacer comprender a los clientes los procesos de tramitación de reclamaciones; la posibilidad de que los productos de menor valor con índices de siniestralidad más bajos tengan menos probabilidades de perdurar en el mercado; así como el crecimiento en los últimos años de los productos de apoyo económico por hospitalización, que pueden presentar índices de siniestralidad más bajos que los productos más completos.

El tiempo total de tramitación de las reclamaciones fue de 15 días en promedio. Las aseguradoras tardaron

FIGURA 26  
TIEMPOS TOTALES DE TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES Y TIEMPOS INTERNOS DE TRAMITACIÓN EN PRODUCTOS DE MICROSEGUROS DE SALUD



un promedio de cinco días, a partir de la fecha del siniestro, en recibir toda la información necesaria del cliente e incluir la reclamación internamente.<sup>31</sup> Estos plazos fueron más elevados en América Latina y el Caribe, donde los plazos totales fueron de 60 días en promedio para los productos de salud, incluido un plazo interno de 15 días. Esto puede reflejar el tipo de productos sanitarios típicos de la región, donde son menos frecuentes los productos sencillos de apoyo económico por hospitalización, que suelen tener unos requisitos de documentación reducidos y unos procesos de reclamación sencillos. El índice global de aceptación de las

reclamaciones de los seguros de salud fue elevado, pues se situó en 96%.

La continua prevalencia de productos relativamente sencillos con coberturas bajas se refleja en la mediana de siniestralidad relativamente reducida de las reclamaciones pagadas por seguros de salud: de 59 USD en África y 79 USD en Asia. En América Latina y el Caribe, el importe promedio de los siniestros es de 899 USD, lo que refleja los costos relativamente más elevados de la región, así como el hecho de que los productos sanitarios sencillos de bajo costo, como el apoyo económico por hospitalización, no han despegado en la región del mismo modo que en África y Asia.

<sup>31</sup> Muchos proveedores de seguros no hacen un seguimiento sistemático del tiempo transcurrido entre el momento del siniestro y la presentación de la reclamación, y la encuesta del Panorama recibió menos respuestas sobre los tiempos externos de tramitación en comparación con los internos. Por lo tanto, es importante tener en cuenta que la información sobre los tiempos internos es probablemente más fiable que la relativa a los tiempos externos e interpretar los tiempos totales con cierta cautela.



## Acceso de las mujeres a los microseguros de salud

Cuando las aseguradoras facilitaron datos sobre el género de sus clientes, las mujeres representaron el 49% de los titulares de pólizas y el 51% de las personas cubiertas por microseguros de salud.

Sin embargo, en muchos casos no se facilitó esta información, ya que en el 59% de los productos no se dio información sobre el género de los titulares de póliza y en el 58% de los productos no se dio información sobre el género de las personas cubiertas.

Es especialmente importante que se aborde la falta de datos de género en el caso de los productos de seguros

de salud, dada la importancia de cerrar la brecha en la protección y las necesidades de las mujeres en materia de salud. En particular, las entrevistas realizadas para este estudio hicieron hincapié en la importancia de diseñar soluciones de seguro de salud adaptadas a las etapas de la vida de las mujeres.



#### RECUADRO 7

#### L'ORÉAL, AXA, OLVEA, SONAR: COBERTURA DE RIESGOS CLIMÁTICOS Y PERSONALES PARA AGRICULTORAS DE BURKINA FASO

En Burkina Faso, L'Oréal obtiene la manteca de karité de pequeños agricultores, en su mayoría mujeres, organizados en cooperativas. Para L'Oréal, es vital garantizar la resiliencia de su cadena de suministro de manteca de karité. AXA y L'Oréal, con el apoyo de sus socios OLVEA y SONAR, han aunado esfuerzos para ofrecer un producto de seguro que responda a los riesgos más acuciantes a los que se enfrentan los productores de karité.

Los socios colaboraron estrechamente con los agricultores para entender sus riesgos y desarrollaron un producto innovador que cubre tanto los riesgos climáticos como los personales. Los agricultores están cubiertos frente a los riesgos meteorológicos que afectan la producción de maíz, el cultivo más importante para la seguridad alimentaria de estos hogares, así como frente a los riesgos sanitarios y de accidentes.

En cada caso, las coberturas se adaptan cuidadosamente a las circunstancias de los agricultores. Por ejemplo, dado el escaso acceso a centros de salud en las zonas rurales donde viven los productores de manteca de karité, el producto incluye la cobertura de los gastos de transporte a clínicas u hospitales. Además, AXA ha seguido perfeccionando el producto basándose en las opiniones de los clientes desde su lanzamiento en 2021. La cobertura contra la malaria, por ejemplo, se introdujo recientemente a petición de los agricultores.

El producto es voluntario y se promociona mediante sesiones de formación y material promocional compartido entre los miembros de la cooperativa. El costo del producto se reparte a lo largo de la cadena de valor. L'Oréal paga una parte de la prima, otra parte la financian las cooperativas y los agricultores individuales pagan una pequeña parte. La colaboración en toda la cadena de valor ha resultado esencial para fomentar la aceptación del producto, que ya ha llegado a casi 21 000 mujeres en su primer año.



## Riesgo climático y salud

Una declaración conjunta de más de 200 revistas médicas reconoció en septiembre de 2021 que el cambio climático es la “mayor amenaza para la salud pública mundial”,<sup>32</sup> y que los riesgos climáticos y sanitarios están estrechamente interrelacionados:

- La exposición a temperaturas más elevadas puede provocar un aumento de las enfermedades cardiovasculares y respiratorias, problemas dietéticos y malnutrición, como resultado de los impactos en la agricultura,<sup>33</sup> así como una mayor propagación de enfermedades infecciosas y transmitidas por vectores (entre ellas malaria, dengue, esquistosomiasis, leishmaniasis, enfermedad de Chagas y tripanosomiasis africana).<sup>34</sup> Las enfermedades transmitidas por vectores tienen consecuencias importantes y afectan de forma desproporcionada a las poblaciones económicamente vulnerables, debido a la menor capacidad de los sistemas sanitarios de muchos países en desarrollo, pero también porque muchas de estas enfermedades son más comunes en los climas tropicales de muchos países socioeconómicamente vulnerables.<sup>35</sup>
- Los estudios sugieren la existencia de vínculos entre los aumentos de temperatura generados por el cambio climático y los partos prematuros, el bajo peso al nacer y la mortinatalidad, con efectos aún más graves en los países de renta baja y media.<sup>36</sup>
- El cambio climático está obligando a la gente a trasladarse a zonas cercanas a las poblaciones de fauna salvaje, ya que la tierra cultivable se ha reducido en muchas partes del mundo (debido a sequías, inundaciones, subida del nivel del mar, condiciones meteorológicas impredecibles). Esto genera un aumento de la probabilidad de contraer enfermedades zoonóticas (transmitidas de animales a humanos), como la rabia, la peste, el ébola, el SARS, el MERS y el ZIKA.<sup>37</sup> La gravedad del riesgo de enfermedades infecciosas transmitidas por animales se ha hecho ampliamente evidente a raíz de la reciente pandemia de COVID-19.
- La ocurrencia de catástrofes relacionadas con el clima afecta la capacidad de las personas para

mantener un entorno seguro, su calidad de vida y su salud.

El vínculo entre clima y salud empieza a reconocerse directamente en el diseño de los productos de seguros. En la encuesta se registraron tres productos de seguros climáticos que también incluían coberturas de apoyo económico por hospitalización, con una cobertura colectiva de unas 680 000 personas. Algunas aseguradoras también están empezando a agrupar las coberturas de salud y agricultura (en el recuadro 7 se da un ejemplo en Burkina Faso),<sup>38</sup> y los debates sobre salud y bienestar están pasando a un primer plano en los debates sobre el clima en el sector. Las entrevistas realizadas para este estudio sugieren que el sector es cada vez más consciente de que, además de las repercusiones económicas, el cambio climático tiene un impacto directo en la salud y el bienestar de las personas y que las aseguradoras tienen una función que desempeñar a la hora de abordarlo. Sin embargo, algunas aseguradoras se enfrentan a obstáculos para integrar los riesgos climáticos y sanitarios en su oferta de productos, entre ellos los problemas de regulación y reaseguro.



## Reaseguro

El reaseguro se emplea en el 21% de los productos de microseguros de salud (en comparación con el 27% de los productos de todas las líneas de productos que utilizan el reaseguro), y la cifra varía a nivel regional entre el 13% en África, el 27% en Asia, y el 21% en América Latina y el Caribe.

<sup>32</sup> Choi-Schagrín (2021). “Medical Journals call climate change the ‘greatest threat to global public health’” (“Las revistas médicas califican el cambio climático como ‘la mayor amenaza para la salud pública mundial’”). *New York Times*.

<sup>33</sup> Golnaraghi (2021). *Climate Change Risk Assessment for the Insurance Industry (Evaluación de los riesgos del cambio climático para el sector asegurador)*. The Geneva Association.

<sup>34</sup> Campbell-Lendrum, Manfa, Bagayoko & Sommerfeld (2015). *Climate Change and Vector Borne Diseases (Cambio climático y enfermedades transmitidas por vectores)*.

<sup>35</sup> Campbell-Lendrum, Manfa, Bagayoko & Sommerfeld (2015). *Climate Change and Vector Borne Diseases (Cambio climático y enfermedades transmitidas por vectores)*.

<sup>36</sup> Chersich, M. F., Pham, M. D., Areal, A., Haghghi, M. M., Manyuchi, A., Swift, C. P., Werneck, B., Robinson, M., Hetem, R., Boeckmann, M., Hajat, S., & Climate Change and Heat-Health Study Group (2020). Associations between high temperatures in pregnancy and risk of preterm birth, low birth weight, and stillbirths: systematic review and meta-analysis (Asociaciones entre las altas temperaturas durante el embarazo y el riesgo de parto prematuro, bajo peso al nacer y mortinatalidad: revisión sistemática y metaanálisis). *BMJ (Clinical research ed.)*, 371, m3811.

<sup>37</sup> Letcher (2021). *The Impacts of Climate Change. A Comprehensive Study of Physical, Biophysical, Social, and Political Issues. Chapter 1. Why discuss the impacts of climate change? (Un estudio integral de las cuestiones físicas, biofísicas, sociales y políticas. Capítulo 1. ¿Por qué debatir sobre los impactos del cambio climático?)*.

<sup>38</sup> Baumgartner & Richards (2021). *Insuring for a changing climate. A review and reflection on CARE's experience with microinsurance (Asegurarse contra un clima cambiante. Una revisión y una reflexión sobre la experiencia de CARE con los microseguros)*.



# Vida y accidentes

## DATOS CLAVE

- En los 34 países cubiertos, 169 millones de personas recibieron protección de vida o accidentes a través de un producto de microseguros, lo que representa el 6.1% del mercado objetivo de los microseguros.
- Los productos de la categoría de vida y accidentes (seguro de vida, seguro funerario, seguro de vida crédito o de protección de préstamos, seguro de accidentes personales y seguro de inversión o ahorro) representan algunas de las mayores líneas de productos en el campo de los microseguros. En conjunto, estas líneas de productos representan dos tercios de todos los productos comunicados y el 73% de las personas cubiertas.
- El valor estimado del mercado de los microseguros de vida y accidentes en los países objetivo es de 23 000 millones de USD y la penetración actual se acerca al 8%.
- La mediana de la prima por persona en el caso de los productos

- de vida y accidentes aumentó un 13% —hasta 10.19 USD en 2021—, presentándose cambios particularmente marcados en vida crédito, donde la mediana de la prima por vida aumentó un 65%, lo que refleja una recuperación del tamaño de los préstamos tras las caídas sufridas como consecuencia de la COVID-19.
- Las instituciones de microfinanzas constituyen el canal de distribución más importante para los seguros de vida y accidentes personales en Asia y en América Latina y el Caribe, mientras que los agentes y corredores representan el canal más importante en África. El efectivo sigue siendo el canal de pago más importante, utilizado por cerca de un tercio de los productos, seguido de la domiciliación bancaria o las órdenes permanentes, utilizadas por el 26% de los productos.
- La mediana del índice de siniestralidad de los productos de vida y accidentes en 2021 es del 22%, por encima del índice del 18% registrado el año anterior. Los productos

- funerarios presentan el índice de siniestralidad más elevado —un 35%—, lo que representa un aumento de diez puntos porcentuales con respecto al año anterior. También se observó un aumento importante en los seguros de accidentes personales, cuyo índice de siniestralidad se duplicó hasta alcanzar el 15% en 2021. Estos aumentos de los índices de siniestralidad, sobre todo en los seguros de accidentes, reflejan probablemente la reactivación de las actividades y la presentación de reclamaciones al levantarse parcial o totalmente las medidas de distanciamiento social en 2021.
- Cuando se facilitan datos sobre el género, se observa cierto crecimiento en la participación de las mujeres como titulares de póliza en los seguros de vida y accidentes. Especialmente notable es el aumento de ocho puntos porcentuales —del 41% al 49%— de las mujeres titulares de póliza de seguros de accidentes personales.

## Tamaño y evolución del mercado

### Personas cubiertas

A los efectos de este estudio, se incluyen cinco tipos de productos en la categoría de seguros de vida y accidentes: seguro de vida, seguro funerario, seguro de vida crédito o protección de préstamos, seguro de accidentes personales y seguro de inversión o ahorro.<sup>39</sup>

En total, se registraron 630 productos en esta categoría (300 para seguro de vida, 87 para seguro funerario, 113 para seguro de vida crédito/protección de préstamos, 97 para accidentes personales y 33 para seguro de inversión/ahorro), que cubren conjuntamente a 161 millones de personas. Esto representa un aumento

del 72% en comparación con los 93.7 millones de personas registradas para 2020.

El mayor número de personas cubiertas se encuentra en Asia, donde 96 millones de personas (más que en las otras dos regiones juntas) están cubiertas por 260 productos, seguida

de 38 millones de personas cubiertas en América Latina y el Caribe, por 137 productos, y 27 millones de personas cubiertas en África por 233 productos.

Los productos de la categoría de vida y accidentes representan algunas de las mayores líneas de productos en microseguros. En conjunto, estas líneas

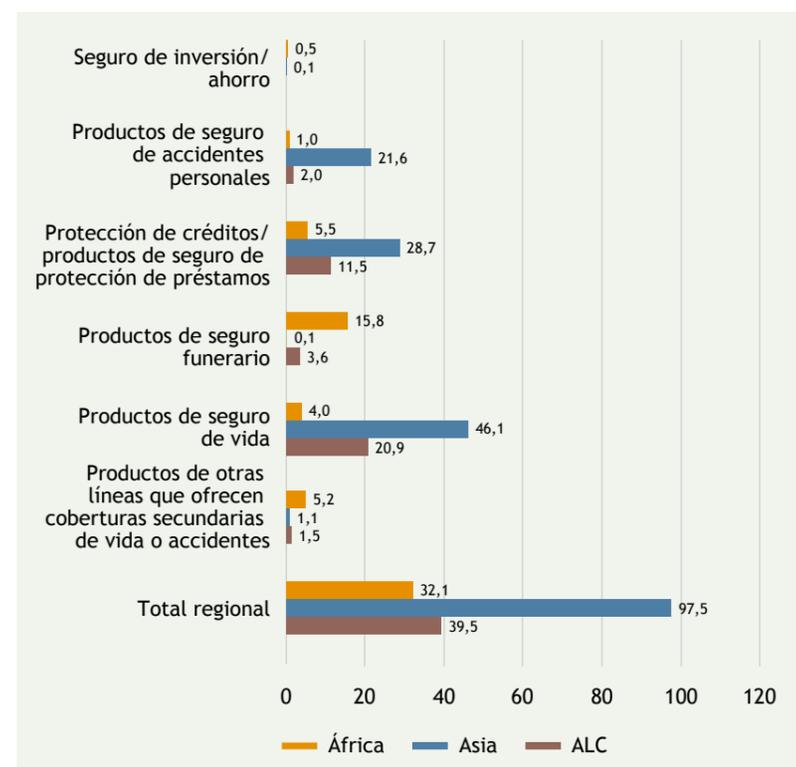
<sup>39</sup> Los productos de inversión y ahorro no se incluyen en los cálculos de las primas por persona cubierta, las primas en proporción a la suma asegurada o los índices de siniestralidad debido a las características de esta línea de productos. Las primas comunicadas incluyen un componente de seguro y un componente de ahorro que se devuelve al cliente, lo que significa que las cifras de las primas no son totalmente comparables a las de otras líneas de productos.



de productos representan dos tercios de todos los productos informados y el 73% de las personas cubiertas. Los productos de vida y de vida crédito representan las dos principales líneas de productos en Asia y en América Latina y el Caribe. En África, en cambio, el seguro funerario es el tipo de producto más importante de la región en términos de vidas cubiertas, seguido de los productos sanitarios.

Además de los productos de esta categoría, los riesgos de vida y accidentes estuvieron cubiertos como riesgos secundarios por 46 productos de otras líneas de productos, incluidos los seguros patrimoniales, de salud, agricultura, vehículos de motor y transporte. Casi 8 millones de personas recibieron protección contra riesgos de vida o accidente con estos productos (5 millones en África, 1 millón en Asia, y 1.5 millones en América Latina y el

FIGURA 27  
NÚMERO DE PERSONAS CUBIERTAS CONTRA RIESGOS DE VIDA Y ACCIDENTES (MILLONES)



Caribe). Como resultado, un total de 169 millones de personas recibieron algún tipo de protección contra riesgos de vida o accidentes a través de un producto de microseguro (32 millones en África, 98 millones en Asia, y 39 millones en América Latina y el Caribe).

RECUADRO 8  
MICROSEGUROS DE VIDA Y ACCIDENTES PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Los microseguros de vida y accidentes contribuyen a la consecución de los ODS, en particular los ODS 1, 3 y 8:

**ODS 1: Fin de la pobreza:** El fallecimiento de un miembro de la familia o un accidente que le impida trabajar, con la consiguiente pérdida de ingresos, supone un enorme choque financiero para las familias, que corren el riesgo de caer en la pobreza. Los gastos funerarios por sí solos pueden poner a prueba la economía familiar. Los microseguros de vida y accidentes pueden ayudar a las familias a hacer frente económicamente a esos momentos.

**ODS 3 – Salud y bienestar:** El seguro de accidentes ofrece apoyo financiero a las personas que han sufrido un accidente, lo que las ayuda a que puedan ausentarse del trabajo para su recuperación y, potencialmente, a cubrir los gastos de salud, contribuyendo así a su recuperación y bienestar.

**ODS 8 – Trabajo decente y crecimiento económico:** Los microseguros de vida y accidentes constituyen una alternativa para quienes no se benefician de esta protección como parte de las prestaciones laborales o de la seguridad social. Además, los seguros de crédito vida y los vinculados a préstamos promueven el acceso al crédito de los propietarios de las mipymes, permitiéndoles invertir en sus empresas y hacerlas crecer.

Primas captadas

En cuanto a los productos de vida y accidentes, en 2021 se recaudó un total de 1800 millones de dólares, un 125% más que en 2020. El mayor incremento se observa en los productos de vida crédito y protección de préstamos, cuyas primas aumentaron más del 400% –de 64.1 millones de USD a 325.1 millones de USD– y en los productos de inversión y ahorro, que se multiplicaron por 24: de 5 millones de USD a 122 millones de USD en 2021. Estas cifras reflejan un aumento de los productos y las personas cubiertas registrado en ambas líneas de negocios, pero también un aumento de las primas por persona cubierta. Para

todas las líneas de productos de vida y accidentes, la mediana de la prima por persona cubierta aumentó un 13% –de 9.02 USD en 2020 a 10.19 USD en 2021–, pero se observaron cambios especialmente marcados en el seguro de vida crédito, en el que la mediana de la prima por vida aumentó un 65%.

La prima por persona en el seguro de vida crédito está relacionada con la cuantía de los préstamos asegurados. La caída del volumen de los préstamos quedó bien documentada durante la pandemia,<sup>40</sup> al igual que la necesidad de la gente de muchos países de retirar sus ahorros debido a las

dificultades económicas causadas por la pandemia.<sup>41 42</sup> El volumen de los préstamos y de los ahorros se recuperó en 2021, lo que se reflejó en las primas correspondientes por persona cubierta en el caso de los productos vinculados al crédito.

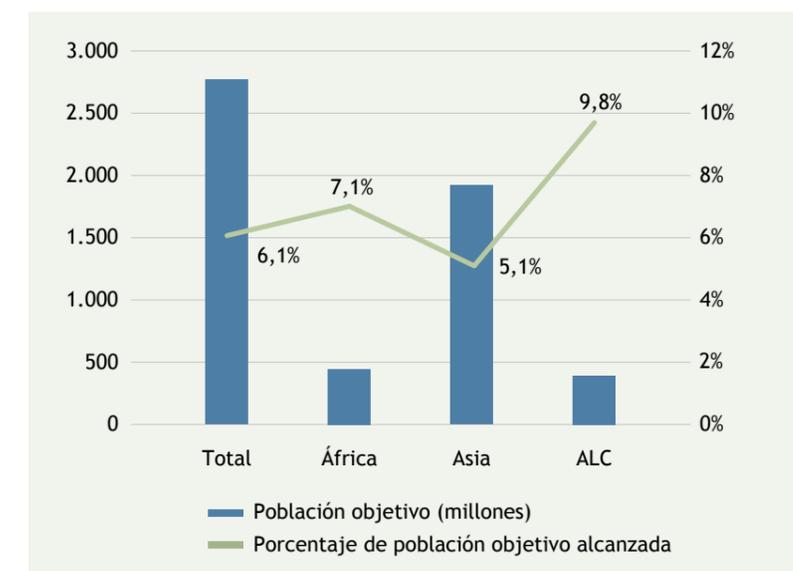
La mediana del índice de las primas sobre la suma asegurada para los productos de vida y accidentes es del 1.1% (7% para los productos funerarios, 1.3% para el seguro de vida, 0.7% para el seguro de vida crédito y 0.4% para el seguro de accidentes personales).

Cuota de mercado

El número de personas registradas como cubiertas por microseguros de vida y accidentes en 2021 representa el 6% de la población objetivo de los microseguros en los países seleccionados (6% en África, 5% en Asia, 9% en América Latina y el Caribe). El número de personas cubiertas contra riesgos de vida y accidentes, independientemente del tipo de producto, representa el 6.1% de la población objetivo (7% en África, 5% en Asia, y 10% en América Latina y el Caribe).

El valor estimado del mercado de microseguros de vida y accidentes en los países seleccionados del estudio del Panorama (calculado como la mediana de la prima de productos de vida y accidentes multiplicada por la población objetivo de cada región) es de 23 000 millones de USD (6000 millones de USD en África, 11 700 millones de USD en Asia, y 5500 millones de USD en América Latina y el Caribe). La penetración del mercado de los microseguros de vida y accidentes en los países objetivo para el año 2021 es, por tanto, cercana al 8% (12% en África, 2% en Asia, y 13% en América Latina y el Caribe).

FIGURA 28  
PENETRACIÓN DE MERCADO DE PRODUCTOS QUE CUBREN RIESGOS DE VIDA Y ACCIDENTES (POBLACIÓN OBJETIVO Y PORCENTAJE DE POBLACIÓN OBJETIVO ALCANZADA)



<sup>40</sup> The Grameen Crédit Agricole Foundation, ADA, Impulse (2021). COVID-19: The impact of the crisis on microfinance institutions. Analyses and perspectives (COVID-19: El impacto de la crisis en las instituciones de microfinanzas. Análisis y perspectivas).

<sup>41</sup> Gopal & Malliasamy (2022). Transformational Impact of COVID-19 on Savings and Spending Patterns of Indian Rural Households (Impacto transformador de la COVID-19 en los patrones de ahorro y gasto de los hogares rurales indios).

<sup>42</sup> Kay & Borzutzky (2022). Can defined contribution pensions survive the pandemic? The Chilean case (¿Pueden las pensiones de aportaciones definidas sobrevivir a la pandemia? El caso chileno).

## Escala

La escala alcanzada por los productos individuales de vida y accidentes mostró un pequeño aumento, en promedio, con cada producto, al llegar a una mediana de 8246 personas en 2021 (8442 en África, 6649 en Asia, y 8372 en América Latina y el Caribe), un 4% más que las 7889 personas de 2020. Sin embargo, en algunas líneas de productos se observaron descensos en la escala alcanzada. El seguro de vida crédito registró un descenso de su base de clientes del 21%, hasta 33 660 personas cubiertas por producto, y el seguro de vida bajó un 43%, hasta 4735 personas cubiertas por producto. Al mismo tiempo, la mediana de la prima recaudada por los productos de vida y accidentes aumentó, un 156%, de 69 201 USD en 2020 a 177 358 USD, con incrementos significativos en todas las líneas de productos.

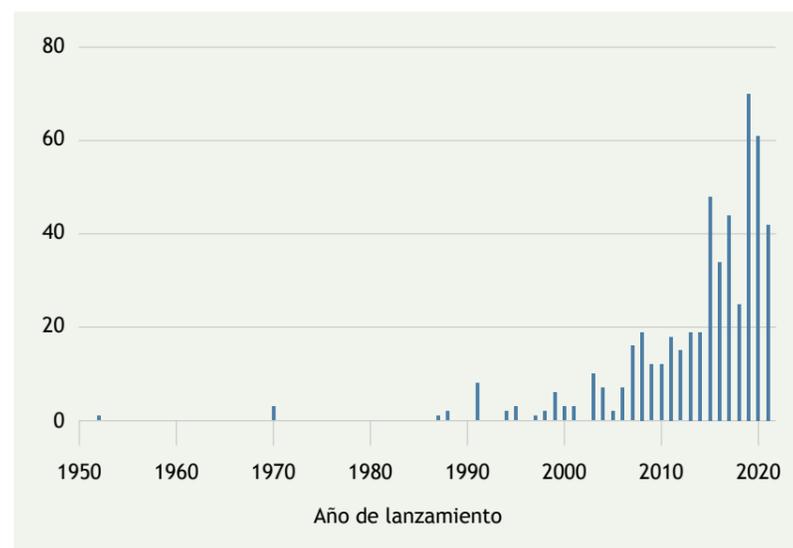


## Productos lanzados

El número de productos lanzados en las líneas de productos de vida y accidentes mostró un pico en 2019 con 70 nuevos productos lanzados, pero el número se redujo a 61 productos cuando comenzó a sentirse el impacto de la COVID-19 en la mayoría de los países en 2020. Este descenso continuó en 2021, con solo 42 nuevos productos lanzados.

Esta reducción de nuevos productos refleja las experiencias de los proveedores de microseguros y los expertos entrevistados para este estudio. Algunos proveedores lanzaron nuevos productos o adaptaron los existentes para responder a las necesidades identificadas a raíz de la pandemia. Sin embargo, en general se dedicaron menos recursos y atención al desarrollo de nuevos productos de microseguros tras la pandemia, ya que los proveedores de seguros y sus socios se centraron en retos acuciantes como el cambio al teletrabajo y seguir vendiendo los productos existentes y prestándoles servicio. Es evidente que esta tendencia aún no se había invertido en el caso de los seguros

FIGURA 29 PRODUCTOS LANZADOS EN TIPOS DE PRODUCTOS DE VIDA Y ACCIDENTES



de vida y accidentes en 2021, ya que las partes interesadas en los microseguros seguían enfrentándose a retos y restricciones económicas, y debido al retraso en el desarrollo y

lanzamiento de nuevos productos una vez reanudadas estas actividades.

## Distribución y pagos



Las instituciones de microfinanzas son el canal de distribución más importante para los seguros de vida y accidentes personales en Asia y en América Latina y el Caribe. En el caso de África, los datos comunicados indican que los agentes y corredores son el canal de distribución más importante. Las cooperativas de ahorro y crédito también son importantes en América Latina y el Caribe, como segundo canal más utilizado en la región, y representan el tercer canal más utilizado en Asia.

Además del canal de distribución principal utilizado para cada producto, los proveedores también facilitaron información sobre toda la gama de canales a través de los cuales se ponía a disposición su producto (Figura 33). En 2021, las plataformas digitales se utilizaron en mayor frecuencia para productos de vida y accidentes, y el canal se ofrecía como una opción de distribución para el 41% de los productos en África.

Las formas de pago tradicionales siguen predominando en los productos de vida y accidentes, siendo el efectivo el canal de pago principal para el 32% de los productos, seguido de la domiciliación bancaria y las órdenes permanentes, con un 26%. El uso de créditos o préstamos para pagar las primas de seguro es especialmente importante en los productos de vida crédito, para los que se utilizan en un tercio de los casos, pero esta

FIGURA 30 NÚMERO DE PERSONAS CUBIERTAS POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN PRINCIPAL EN SEGUROS DE VIDA Y ACCIDENTES

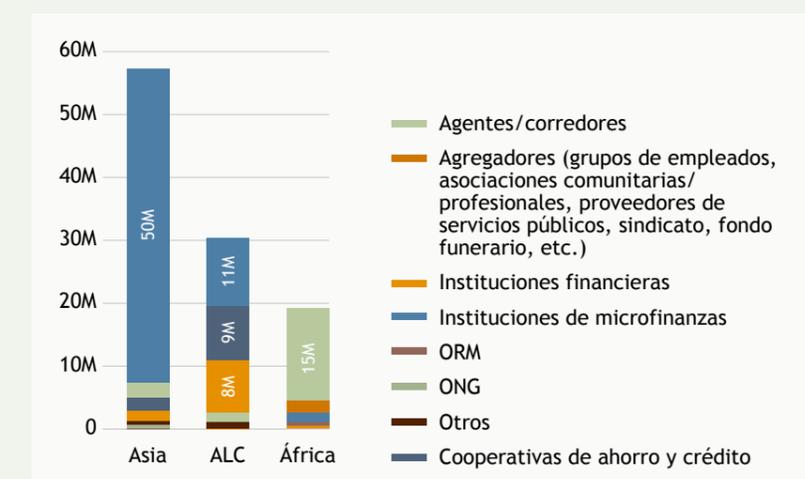
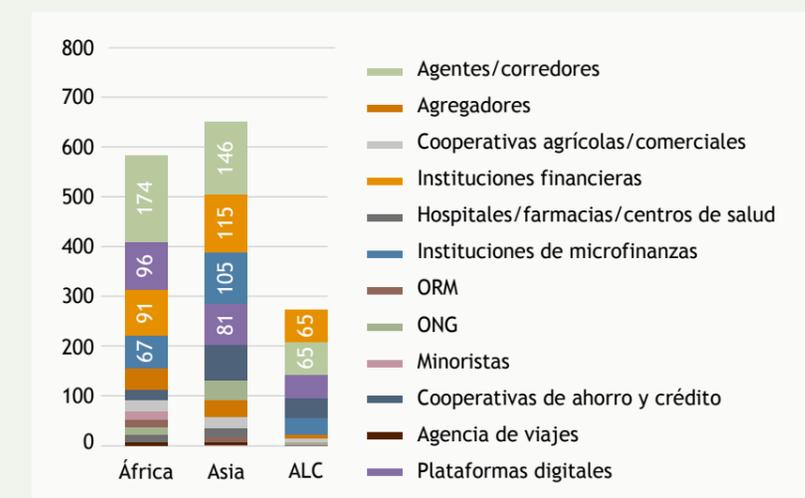


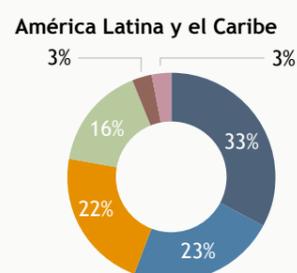
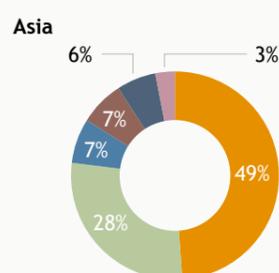
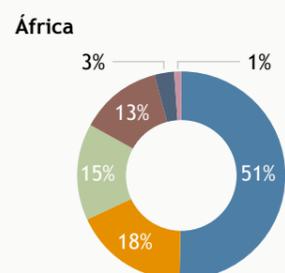
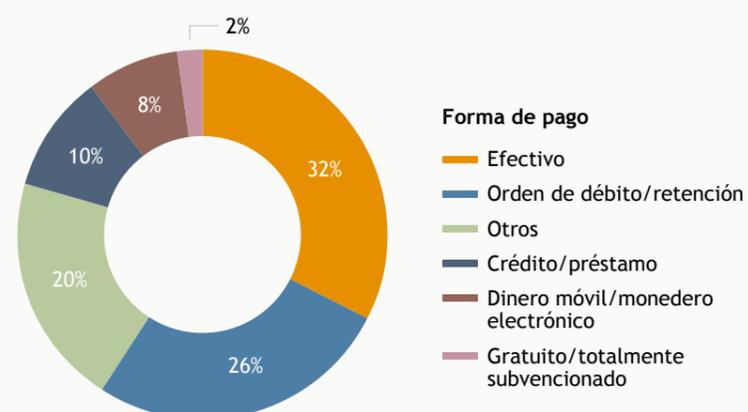
FIGURA 31 TOTAL DE PRODUCTOS DE TIPOS DE PRODUCTOS DE VIDA Y ACCIDENTES POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN EN SEGUROS DE VIDA Y ACCIDENTES<sup>43</sup>



opción solo se emplea en el 6% de los casos para los productos de vida y accidentes, excluyendo los de vida crédito. Los pagos mediante dinero digital y monederos móviles están empezando a adoptarse para los productos de vida y accidentes y se utilizan en el 8% de los productos.

<sup>43</sup> En la encuesta, varios productos aparecían en más de un canal.

FIGURA 32  
FORMA DE PAGO EN TIPOS DE PRODUCTOS DE VIDA Y ACCIDENTES



## Indicadores de resultados sociales

La mediana del índice de siniestralidad de los productos de vida y accidentes en 2021 es del 22%, ligeramente superior a la mediana del índice de 18% comunicado el año anterior. El índice varía de una región a otra: una mediana del 29% en África, del 16% en Asia, y del 22% en América Latina y el Caribe.

En general, los productos de vida y accidentes lanzados antes de 2017 presentan un índice de siniestralidad mucho más elevado —del 32%— comparado con el 11% en el caso de los lanzados en los cinco años siguientes. En el recuadro 9 se expone la importancia de un enfoque proactivo de las reclamaciones para el éxito de un negocio de seguros de vida.

De todos los tipos de productos de la categoría de vida y accidentes, los productos funerarios presentan el índice de siniestralidad más elevado —un 35%—, que representa un aumento de diez puntos porcentuales en comparación con el año anterior. También se observó un aumento importante en los seguros de accidentes personales, cuyo índice de siniestralidad se duplicó hasta alcanzar el 15% en 2021. Estos aumentos de los índices de siniestralidad, sobre todo en el seguro de accidentes, reflejan probablemente la reanudación de las actividades y de la presentación de reclamaciones al levantarse parcial o totalmente las medidas de distanciamiento social en 2021. Además, en América Latina y el Caribe en particular, los seguros de vida crédito y de protección de préstamos presentan un índice de siniestralidad particularmente elevado: del 54%. La mediana del índice de aceptación de los productos de seguros de vida y accidentes es del 99% (un aumento de dos puntos porcentuales con respecto al año anterior): el 97% en África, casi el 100% en Asia y el 96% en América Latina y el Caribe. El índice de aceptación del seguro de accidentes personales en América Latina y el Caribe es particularmente bajo: del 69% (una disminución de 18 puntos porcentuales en comparación con el año anterior) (Figura 33).

### RECUADRO 9

#### EFU LIFE: CRECIMIENTO MEDIANTE UN ENFOQUE PROACTIVO CON RESPECTO A LAS RECLAMACIONES EN PAKISTÁN

EFU Life se había centrado en segmentos de clientes de rentas media y alta hasta que, hace seis años, la empresa decidió embarcarse en una estrategia de seguros inclusivos, introduciendo en el negocio nuevos productos y canales de distribución. En 2021, EFU Life alcanzó 2 millones de personas a través de seguros inclusivos, frente a las cerca de 6000 personas de 2016. Sus productos de seguros inclusivos comprenden diversos productos de vida y salud, que se venden a través de una serie de canales, como bancos, monederos móviles, ORM y plataformas de transporte.

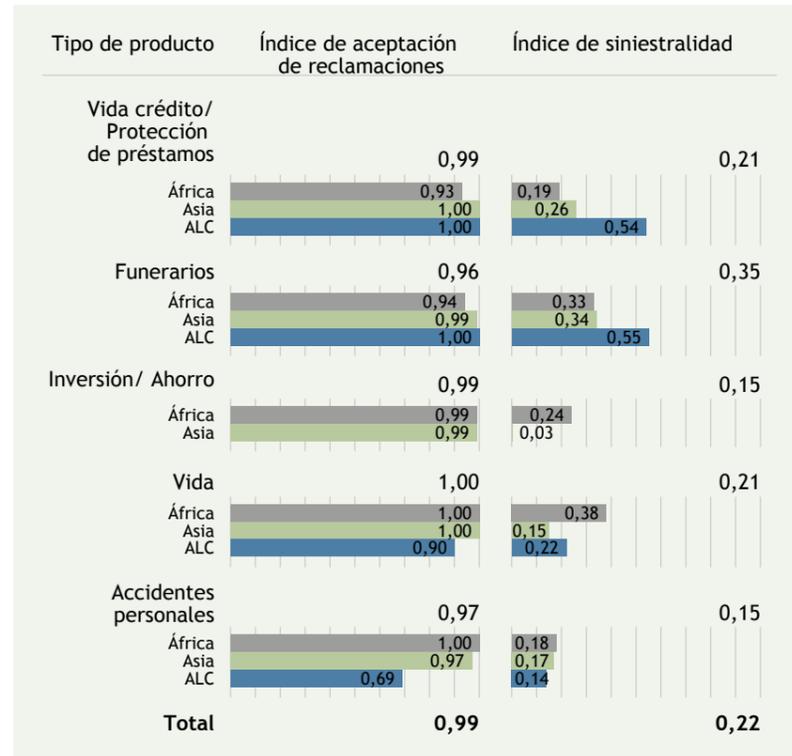
El enfoque proactivo de la empresa con respecto a las reclamaciones ha sido una de las claves de su éxito. Según las investigaciones de la compañía, la escasa confianza en las aseguradoras en relación con el pago de siniestros resultó ser una limitación clave. Para solucionarlo, EFU Life empezó a promover activamente los siniestros mediante “campañas de reclamaciones”, del mismo modo que la mayoría de las empresas organizan campañas de ventas. Se trata de campañas de sensibilización a través de la radio, SMS y otros medios de comunicación con el objetivo de animar a los clientes y sus beneficiarios a reconocer cuándo tienen derecho y a presentar reclamaciones. Como resultado, EFU Life registró un aumento del 25% en sus reclamaciones de productos de seguros inclusivos en 2021 y ya ha pagado más de 9000 reclamaciones por productos de seguros inclusivos.

EFU Life considera que el pago de reclamaciones es un componente vital de la sostenibilidad comercial de los seguros inclusivos, ya que genera confianza hacia los productos. Las reclamaciones demuestran las ventajas de los seguros y convierten a los clientes en defensores de estos. Al mismo tiempo, las reclamaciones también son importantes para motivar a los miembros del equipo. Cuando un nuevo empleado se incorpora al equipo de seguros inclusivos, pasa dos semanas trabajando en la línea directa de reclamaciones y efectuando pagos conexos, lo que le ayuda a comprender la finalidad y la repercusión de su trabajo.

Por último, un enfoque proactivo de las reclamaciones refuerza la colaboración con los canales de distribución. Por ejemplo, EFU Life identificó un producto vendido a través de un banco asociado que presentaba pocas reclamaciones. EFU Life decidió llevar a cabo una campaña de reclamaciones, verificando todos los clientes asegurados registrados como fallecidos por el banco en los que no se había efectuado una reclamación de seguro de vida. EFU Life llamó a los beneficiarios para orientarles en el proceso de presentar una reclamación. Además, en lugar de pagar las reclamaciones de forma centralizada, organizaron que los agentes bancarios entregaran los cheques a los beneficiarios. Estas experiencias se comparten periódicamente a nivel interno con todo el personal del banco con el fin de demostrar el impacto social de los seguros, lo que hace que el personal esté más abierto a colaborar y ayudar a los clientes cuando indagan sobre los seguros.

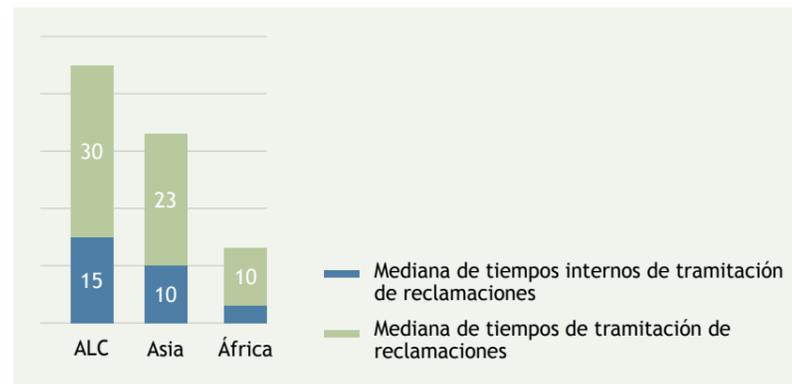
El bajo nivel de pagos de reclamaciones puede generar mayores ingresos a corto plazo, pero da lugar a un valor bajo, erosionando a la larga la confianza de los clientes y los distribuidores. En lugar de considerar las reclamaciones como un costo, EFU Life las considera una inversión a largo plazo que impulsa el crecimiento.

**FIGURA 33**  
**ÍNDICE DE SINIESTRALIDAD E ÍNDICE DE ACEPTACIÓN POR TIPOS DE PRODUCTOS DE VIDA Y ACCIDENTES**



La mediana del tiempo de tramitación de las reclamaciones en el caso los productos de vida y accidentes en las tres regiones es de 17 días, con tiempos de respuesta relativamente bajos en África (un total de 10 días) en comparación con Asia (23 días), y la mediana del tiempo de tramitación más alta en América Latina y el Caribe, que es de 30 días (Figura 34), cifras muy cercanas a los promedios regionales generales.<sup>44</sup> Cabe destacar que la línea de productos de seguros funerarios, de larga tradición en África, presenta un plazo de tramitación especialmente bajo, registrado en solo cuatro días.

**FIGURA 34**  
**TIEMPOS TOTALES DE TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES Y TIEMPOS INTERNOS DE TRAMITACIÓN PARA TIPOS DE PRODUCTOS DE VIDA Y ACCIDENTES**



<sup>44</sup> Muchos proveedores de seguros no hacen un seguimiento sistemático del tiempo transcurrido entre el momento del siniestro y la presentación de la reclamación, y la encuesta del Panorama recibió menos respuestas sobre los tiempos externos de tramitación en comparación con los internos. Por lo tanto, es importante tener en cuenta que la información sobre los tiempos internos es probablemente más fiable que la relativa a los tiempos externos y se deben interpretar los tiempos totales con cierta cautela.

## Acceso de las mujeres a los seguros de vida

Según los datos comunicados, las mujeres representan el 51% de las vidas cubiertas por seguros de vida y accidentes, y el 49% de los titulares de póliza (Figuras 35 y 36). Sin embargo, los datos sobre género son limitados en algunos de estos tipos de productos: solo el 39% de los productos de accidentes personales, el 34% de los productos de crédito vida, el 43% de los productos funerarios, el 61% de los productos de inversión/ahorro y el 53% de los productos de seguro de vida proporcionan información sobre el género.

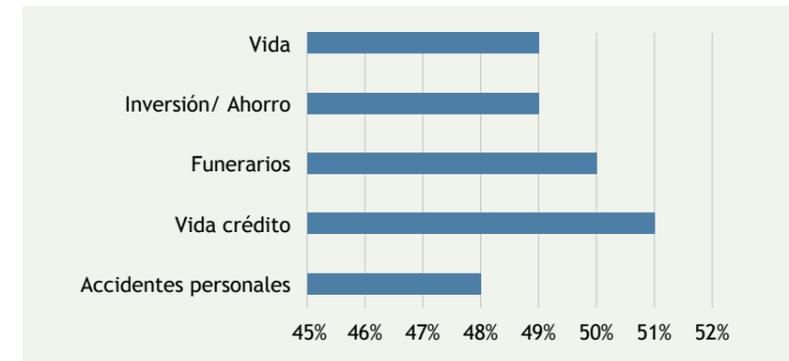
Cuando se facilitan datos, se observa cierto crecimiento de la proporción de titulares de póliza femeninas en las líneas de productos de seguros de vida y accidentes: un aumento de siete puntos porcentuales, del 41% al 48%, en los seguros de accidentes personales, de ocho puntos porcentuales, del 41% al 49% en los seguros de vida, y de dos

puntos porcentuales, del 47% al 49% en los seguros de inversión y ahorro. Aunque el seguro de vida crédito se asocia generalmente con niveles más altos de clientes femeninas debido a que el sector de las microfinanzas en muchos países históricamente ha atendido principalmente a las mujeres, la proporción de titulares de póliza femeninas con respecto a esta línea de

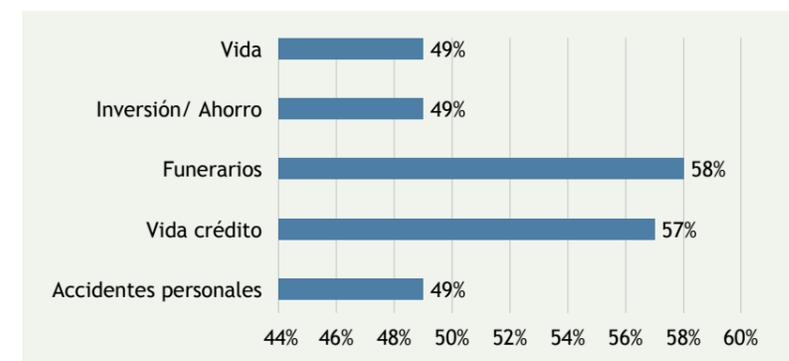
productos disminuyó en cinco puntos porcentuales –del 56% al 51%– en 2021.

En el recuadro 10 se expone un producto de seguro de accidentes para estudiantes de bajos ingresos en Guatemala, que es adquirido principalmente por mujeres.

**FIGURA 35**  
**PORCENTAJE DE TITULARES DE PÓLIZA FEMENINAS EN TIPOS DE PRODUCTOS DE VIDA Y ACCIDENTES**



**FIGURA 36**  
**PORCENTAJE DE VIDAS FEMENINAS CUBIERTAS EN TIPOS DE PRODUCTOS DE VIDA Y ACCIDENTES**





**RECUADRO 10**  
**ASEGURADORA RURAL: SEGURO DE ACCIDENTES PARA ESTUDIANTES DE BAJOS INGRESOS EN GUATEMALA**

En 2007, Aseguradora Rural trató de llenar un vacío existente en materia de protección de estudiantes en Guatemala. Mientras que las escuelas privadas contrataban habitualmente seguros colectivos contra accidentes para cubrir a sus alumnos, los estudiantes de las escuelas públicas no disponían de esta protección. Por ello, Aseguradora Rural introdujo un producto de accidentes para los alumnos de las escuelas públicas, que los padres adquirirían individualmente. El producto cubre a los alumnos en caso de accidente dentro y fuera del recinto escolar, además de ofrecer cobertura de vida a los padres.

El producto se promociona mediante campañas publicitarias en la radio y las redes sociales al inicio del año lectivo. Se vende a través de las sucursales locales del banco rural de Guatemala, BanRural, que tiene fines sociales y presta una importante atención a las mujeres. De hecho, el 69% de los clientes del producto son mujeres, que de hecho suelen ser las responsables de gestionar la educación de sus hijos.

Recientemente, el gobierno lanzó un programa nacional de seguro de accidentes para alumnos de las escuelas públicas. Este hecho, junto con la reducción de la demanda debido a que los estudiantes se quedaron en casa durante los confinamientos debidos a la COVID-19, representaron importantes retos para el producto de Aseguradora Rural. Sin embargo, después de 15 años, sigue siendo competitivo y exitoso, por la mayor calidad de la atención médica que ofrece cuando se producen accidentes y por las prestaciones adicionales, como el seguro de vida para los padres.

## Riesgo climático

El clima y los riesgos de vida y accidentes están estrechamente relacionados; además, los riesgos físicos y de transición asociados al cambio climático crean incertidumbre a largo plazo en los seguros de vida y accidentes, tanto para las aseguradoras como para las reaseguradoras.

Por un lado, el cambio climático puede provocar el aumento de la mortalidad debido al incremento de las enfermedades transmitidas por vectores, las enfermedades respiratorias, las enfermedades cardiovasculares, las enfermedades zoonóticas (transmitidas al ser humano por el contacto con animales debido a la migración a zonas con poblaciones de animales como consecuencia de los riesgos derivados de la temperatura) y otros factores.<sup>45</sup> Además, las catástrofes climáticas y el deterioro del medio ambiente pueden hacer que aumente la prevalencia de accidentes. Por otra parte, es posible que se produzca una reducción de las muertes en algunos segmentos de la población, debido a la transición hacia economías bajas en emisiones de carbono, lo que reduciría la exposición a la contaminación atmosférica.<sup>46</sup>

Las entrevistas realizadas para este informe del Panorama sugieren que la percepción del riesgo climático entre los proveedores de seguros y



las partes interesadas ha cambiado al reconocer sus relaciones más allá de la agricultura y los daños patrimoniales, incluido el creciente reconocimiento de los vínculos con la vida humana, la salud y el bienestar. Como resultado,

en la encuesta del Panorama están empezando a aparecer productos que ofrecen coberturas tanto para la vida como para los fenómenos relacionados con el clima en un solo producto.

## Reaseguro

El reaseguro se utiliza en el 27% de los productos de microseguros de vida y accidentes; la cifra varía a nivel regional entre el 21% en África, el 33% en Asia, y el 25% en América Latina y el Caribe. Estas cifras están en consonancia con las registradas en el conjunto de los microseguros.



<sup>45</sup> Golnaraghi (2021). *Climate Change Risk Assessment for the Insurance Industry (Evaluación de los riesgos del cambio climático para el sector asegurador)*. The Geneva Association.

<sup>46</sup> Campbell-Lendrum, Manfa, Bagayoko & Sommerfeld (2015). *Climate Change and Vector Borne Diseases (Cambio climático y enfermedades transmitidas por vectores)*.



# Agricultura, acuicultura y ganadería

## DATOS CLAVE

- En los 34 países cubiertos, 8 millones de personas recibieron protección contra riesgos relacionados con la agricultura, la acuicultura y la ganadería a través de un producto de microseguro.
- Esta rama de los microseguros ha sido de especial interés para los gobiernos y los donantes, y con frecuencia se ofrece con subvenciones (el 10% de los productos en las tres regiones, y el 40% en América Latina y el Caribe, se declararon como subvencionados al 100%).
- En promedio, los productos agrícolas llegaron a una mayor base de clientes en 2021 en comparación con el año anterior, en función de todos los productos comunicados cada año. Cada producto agrícola alcanzó una mediana de 6648 personas cubiertas en 2021, un 49% más que las 3228 de 2020.
- La mayoría de los productos agrícolas están directamente relacionados con los riesgos naturales y las catástrofes, ya que el 68% registra este riesgo como uno de los cubiertos. Otros productos cubren riesgos como la muerte del ganado, y algunos productos no daban información sobre los riesgos cubiertos.
- Cinco de los ocho nuevos productos lanzados entre 2020 y 2021 son productos basados en índices, lo que sugiere que continúa el enfoque en productos indexados que se ha observado en los últimos años.
- Las instituciones financieras son el canal predominante para la distribución de productos de microseguros agrícolas en las tres regiones.
- La mediana del índice de siniestralidad de los productos agrícolas en 2021 fue del 28% (seis puntos porcentuales más que el índice de siniestralidad de los microseguros en general).
- A pesar de su innegable importancia en la producción agrícola, las mujeres representaron una proporción relativamente baja de los titulares de póliza (41%) y de las mujeres cubiertas (36%) para esta línea de productos.

## Tamaño y evolución del mercado

### Personas cubiertas

En 2021, se comunicaron un total de 71 productos de microseguros agrícolas (incluidos los microseguros de acuicultura y ganadería), que alcanzaron conjuntamente a 8 millones de personas (con 46 productos que cubrían a 0.8 millones de personas en África, 18 productos que cubrían a 5 millones de personas en Asia, y 6 productos que cubrían a 2 millones de personas en América Latina y el Caribe) (Figura 37).

El año anterior se mencionaron ligeramente menos productos agrícolas (59), pero las personas cubiertas y las primas no son comparables debido a cambios importantes en la muestra y en las formas de comunicar algunos productos.

Esta rama de los microseguros interesa especialmente a gobiernos y donantes de todo el mundo. La seguridad alimentaria, el bienestar

de los productores y la conexión entre los seguros agrícolas y el cambio climático son cuestiones que han atraído la atención mundial hacia los microseguros agrícolas. En varios países, los gobiernos otorgan subvenciones a las primas y otras ayudas a los seguros agrícolas y los microseguros. Las entrevistas realizadas para este estudio ponen de relieve que las ayudas y subvenciones

públicas siguen siendo un pilar fundamental en la evolución de este mercado en las tres regiones. En total, se comunicó que el 10% de los productos agrícolas se ofrecieron sobre una base totalmente subvencionada.<sup>47</sup> En América Latina y el Caribe la cifra es especialmente alta: el 40% de los productos reportados fueron gratuitos o totalmente subvencionados.

<sup>47</sup> Es probable que muchos más estén parcialmente subvencionados, pero las subvenciones parciales no se registran en el cuestionario sobre el Panorama.

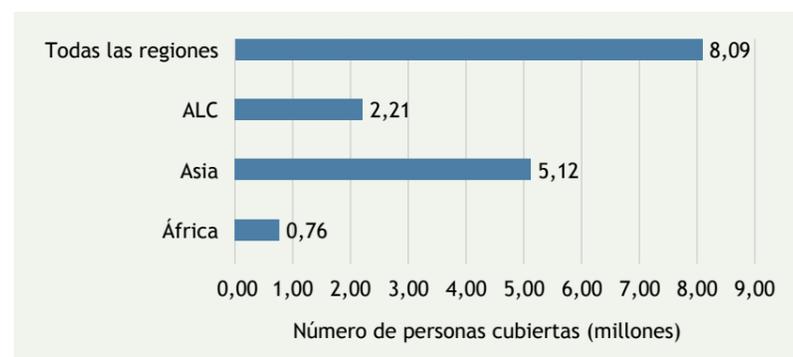
## Primas captadas

Se recaudó un total de 68 millones de USD en primas para productos de seguros agrícolas (23 millones de USD en África, 21 millones de USD en Asia, y 23 millones de USD en América Latina y el Caribe). La mediana de la prima por persona cubierta fue de 22.5 USD (17.5 USD en África, 50.7 USD en Asia, y 18.2 USD en América Latina y el Caribe). Para los productos de seguros agrícolas, la mediana del costo de la prima en tanto que coeficiente de la suma asegurada fue del 4.8%.

El nivel de las primas varía en función de diversos factores, como los tipos de seguros agrarios más frecuentes, en particular si se basan en parámetros o en las indemnizaciones, las zonas geográficas cubiertas y los distintos niveles de riesgo. Cabe destacar que solo el 2% de los productos de microseguros agrícolas se mencionaron como totalmente subvencionados en África, en comparación con el 40% en América Latina y el Caribe, y el 20% en Asia.



**FIGURA 37**  
PERSONAS CUBIERTAS EN 2021 POR PRODUCTOS AGRÍCOLAS, ACUÍCOLAS Y GANADEROS



### RECUADRO 11 MICROSEGUROS AGRÍCOLAS PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Los microseguros agrícolas contribuyen a la consecución de los ODS, en particular los ODS 1, 8 y 13:



**ODS 1: Fin de la pobreza:** Aproximadamente 2600 millones de personas en todo el mundo dependen de la agricultura para su subsistencia,<sup>48</sup> y estas cifras se concentran en los países en desarrollo. Los microseguros agrícolas ayudan a proteger los medios de subsistencia de estos productores, ya que proporcionan una red de seguridad.



**ODS 2: Hambre cero:** Los microseguros agrícolas contribuyen a que los agricultores sean más resilientes y puedan acceder a los créditos, ya que los ayudan a aumentar y mantener la producción de alimentos en todo el mundo, lo que es vital para lograr la seguridad alimentaria.



**ODS 13 – Acción por el clima:** El cambio climático afecta directamente la producción agrícola y la seguridad alimentaria de las comunidades. Las soluciones de microseguros agrícolas ofrecen la protección necesaria a los agricultores, cuyos medios de vida y seguridad alimentaria están especialmente expuestos al cambio climático.

## Cuota de mercado

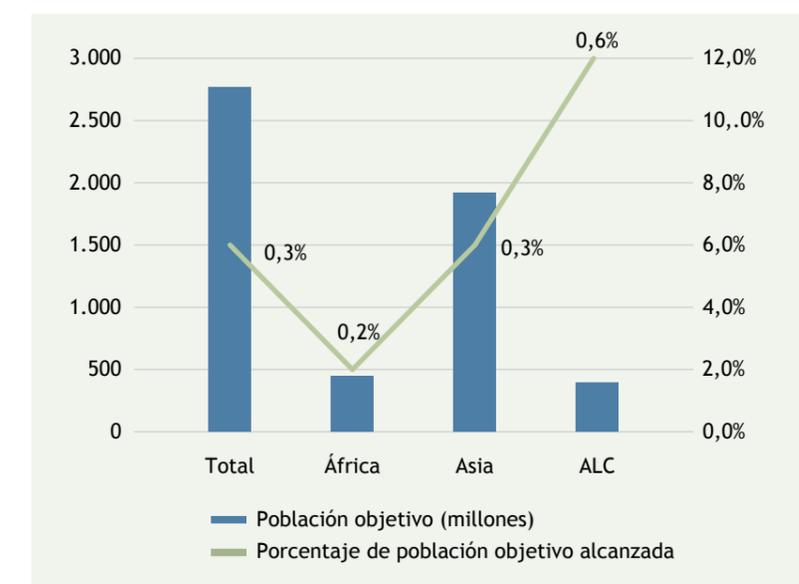
En 2021, el número de personas cubiertas por productos de microseguros agrícolas que se comunicaron para el Panorama representa el 0.3% de la población objetivo de los microseguros en el caso de los países seleccionados (0.15% en África, 0.3% en Asia, y 0.6% en América Latina y el Caribe). Cabe señalar que en este informe se utiliza la misma estimación de población objetivo para todos los tipos de productos. Sin embargo, la población objetivo de los productos agrícolas se limita a quienes se dedican a la agricultura, lo que significa que es probable que el mercado de los seguros agrícolas esté sobreestimado. Esperamos afinar estas cifras en futuros informes.

El valor estimado del mercado de los microseguros agrícolas en los países objetivo (calculado como la mediana de la prima de los productos agrícolas en cada región multiplicada por la población objetivo de los microseguros en cada región) es de 112 000 millones de USD (7000 millones de USD en África, 97 000 millones de USD en Asia, y 7000 millones de USD en América Latina y el Caribe). En 2021, la penetración de mercado de los productos comunicados al Panorama fue del 0.06% (0.3% en África, 0.02% en Asia, y 0.3% en América Latina y el Caribe).

## Escala

En promedio, los productos agrícolas llegaron a una mayor base de clientes en 2021 en comparación con el año anterior, en función de todos los productos comunicados cada año. Cada producto agrícola alcanzó una mediana de 6648 personas cubiertas en 2021, un 49% más que las 3228 de 2020. En África y Asia, la mediana del número de personas cubiertas por cada producto aumentó (41% y 3%, respectivamente). En el caso de América Latina y el Caribe, la mediana del número de personas alcanzadas por cada producto disminuyó un 14%, al pasar de 19 394 personas en 2020 a 16 775 en 2021. A

**FIGURA 38**  
PENETRACIÓN DE MERCADO DE PRODUCTOS QUE CUBREN RIESGOS AGRÍCOLAS (POBLACIÓN OBJETIVO Y PORCENTAJE DE POBLACIÓN OBJETIVO ALCANZADA)



pesar de este descenso, en 2021 los productos agrícolas en América Latina y el Caribe siguieron llegando a un mayor número de personas que los de las demás regiones, al igual que en los dos años anteriores. Esto puede estar relacionado con la elevada proporción (40%) de productos de seguros agrícola-

las totalmente subvencionados en la región, que tienden a ser iniciativas dirigidas por el gobierno y, por tanto, con más posibilidades de llegar a una gran parte de la población, como en Perú<sup>49</sup> y Guatemala.

<sup>48</sup> FAO, 2022. *State of the World's Forests 2022 (Situación de los bosques del mundo 2022)*.

<sup>49</sup> Subdirección General de Relaciones Internacionales y Asuntos Comunitarios (2021). El seguro agrario en Perú incrementa el número de beneficiarios.

## Productos lanzados

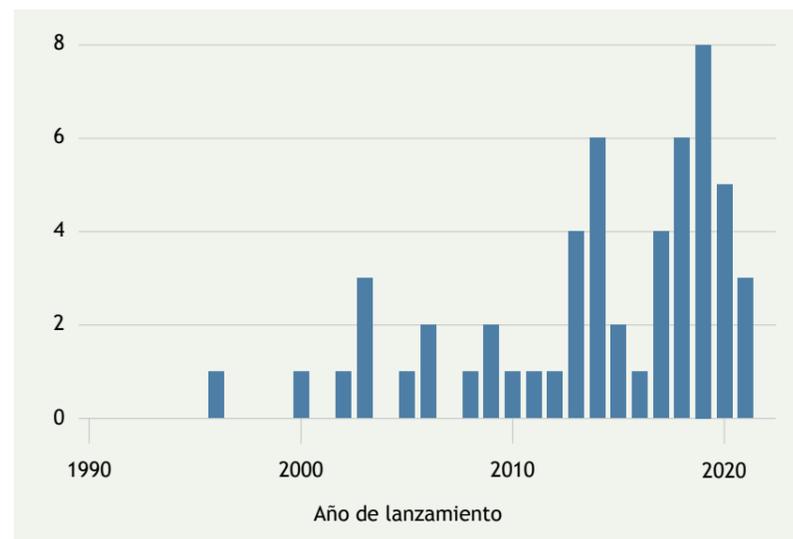
Como se observa en otras líneas de productos, el lanzamiento de nuevos productos alcanzó su punto máximo, con ocho nuevos productos lanzados, en 2019 (Figura 39). En 2020, a medida que el impacto de la COVID-19 se dejaba sentir en muchos países, se introdujo un menor número de nuevos productos (cinco), muchos de los cuales pudieron haber sido planificados antes del inicio de la pandemia. En lo que respecta al año 2021, solo se mencionaron tres nuevos productos de microseguros agrícolas.

Cinco de los ocho nuevos productos lanzados entre 2020 y 2021 son productos basados en índices, lo que sugiere que continúa el enfoque en productos indexados al que se ha asistido en los últimos años. India, por su parte, un país con un historial de seguros agrícolas financiados por el gobierno en favor de los pequeños agricultores, ha optado por continuar con productos agrícolas basados en gran medida en indemnizaciones.

## Riesgos agrícolas cubiertos

La mayoría de los productos agrícolas están directamente relacionados con los riesgos naturales y las catástrofes, ya que el 68% de los productos agrícolas registran este riesgo como cubierto. Otros productos cubren riesgos como la muerte del ganado, y algunos productos no facilitaron información sobre los riesgos cubiertos.

FIGURA 39  
PRODUCTOS DE SEGUROS AGRÍCOLAS LANZADOS



Algunas coberturas agrícolas se agrupan con riesgos secundarios adicionales, como coberturas de vida, bienes o apoyo económico por hospitalización. Por ejemplo, casi el 10% de los productos agrícolas incluían coberturas de seguro de vida. Las entrevistas realizadas para este estudio sugieren que las aseguradoras reconocen cada vez más los riesgos no agrícolas a los que

se enfrentan los pequeños agricultores, así como la mencionada relación entre el clima y el bienestar de las personas, y exploran la posibilidad de ofrecer coberturas agrupadas a los agricultores. Además, algunas entrevistas sugieren una tendencia a ir más allá de la cobertura del seguro para ofrecer también apoyo a la gestión del riesgo a los agricultores.



## Distribución y pagos

Las instituciones financieras son el canal predominante para la distribución de productos de microseguros agrícolas en las tres regiones (Figura 40). En el caso de Asia, las instituciones de microfinanzas son el segundo canal de distribución más importante y, en África, los agregadores (grupos de empleados, asociaciones comunitarias o profesionales, proveedores de servicios públicos, sindicatos, etc.) fueron el segundo tipo de canal de distribución más importante.

Es importante señalar que la información sobre el canal de distribución principal utilizado no se facilitó con respecto a todos los productos agrícolas, siendo limitada la información proporcionada en relación con la distribución de productos agrícolas en América Latina y el Caribe en particular.

En el recuadro 12 se expone un ejemplo de producto de seguro agrícola vendido a través de un intermediario agrícola sin subvenciones en Pakistán.

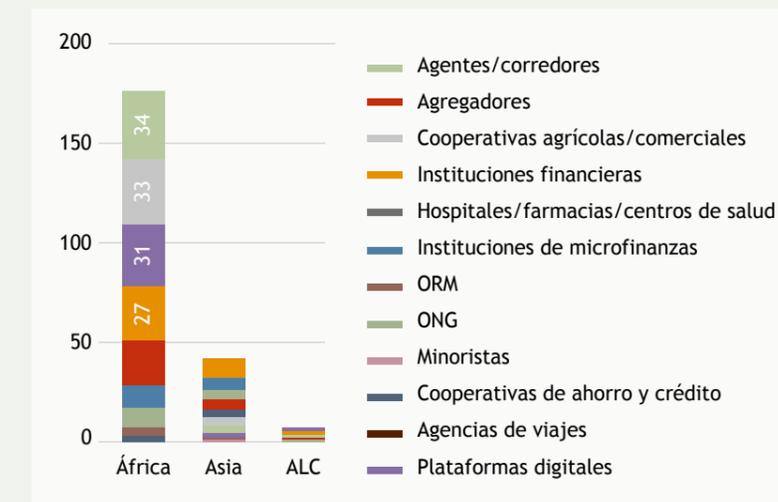
Además del canal de distribución principal que se utiliza para un producto, los proveedores también facilitaron información sobre toda la gama de canales a través de los cuales se ponía a disposición su producto. En la figura 41 se indica la gama de canales ofrecidos, entre ellos agentes, corredores, cooperativas agrícolas y comerciales y ONG. Las cooperativas agrícolas y comerciales, en particular, son una opción de distribución ofrecida por el 72% de los productos agrícolas en África. Las plataformas digitales se utilizan como opción de distribución para la mitad (50%) de los productos, y la cifra es mayor (67% de los productos) en África.

En África, los pagos mediante domiciliación bancaria u órdenes permanentes son el principal método de pago para los microseguros agrícolas, ya que lo utiliza el 57% de los productos. El efectivo sigue siendo importante, como segundo canal de pago más utilizado en general (en el 19% de los casos) y la forma de pago predominante en Asia, empleada para el 47% de los productos. Como ya se ha comentado, el 40% de los productos mencionados en América Latina y el Caribe se registran como productos totalmente gratuitos o subvencionados (las subvenciones parciales no se registran en los datos del Panorama), frente al 20% en Asia y solo el 2% en África.

FIGURA 40  
NÚMERO DE PERSONAS CUBIERTAS POR EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN PRINCIPAL



FIGURA 41  
NÚMERO DE PRODUCTOS QUE UTILIZAN CADA CANAL DE DISTRIBUCIÓN



**RECUADRO 12**

**BLUE MARBLE: PROMOCIÓN DE SEGUROS INDEXADOS SIN SUBVENCIONES EN PAKISTÁN**

Reap Agro es una empresa de agrotecnología que trabaja directamente con pequeños agricultores, propietarios de un promedio de dos hectáreas de tierra, en la región de Swabi (Pakistán). La empresa proporciona a los agricultores insumos agrícolas, como pesticidas, fertilizantes y semillas, mediante préstamos, que pagan después de la cosecha. Reap Agro también se dedica a la compra de productos y ofrece a los agricultores orientación para aumentar la productividad.

En 2021, Blue Marble, una empresa *insurtech*, puso en marcha en Pakistán un producto piloto de seguro basado en índices agrícolas en colaboración con Asia Insurance, una aseguradora local, y Reap Agro. El producto cubría tanto las precipitaciones extremas como las deficitarias en las fases fenológicas. Posteriormente, Blue Marble también incluyó el calor extremo como riesgo en el segundo proyecto piloto.

Al principio, Blue Marble y Reap Agro tuvieron dificultades para convencer a los agricultores del valor de la cobertura del seguro. Sin embargo, cuando los fenómenos meteorológicos dieron lugar al pago de indemnizaciones a los asegurados, la percepción de los agricultores cambió. En particular, los rápidos pagos automáticos ayudaron a demostrar el valor del producto. Los pagos se efectúan en función de datos satelitales, sin necesidad de que los agricultores presenten reclamaciones, y suelen entregarse en un plazo de dos semanas aproximadamente. Esto se compara favorablemente con los seguros basados en indemnizaciones, para los que la evaluación de las reclamaciones y los pagos pueden tardar muchos meses.

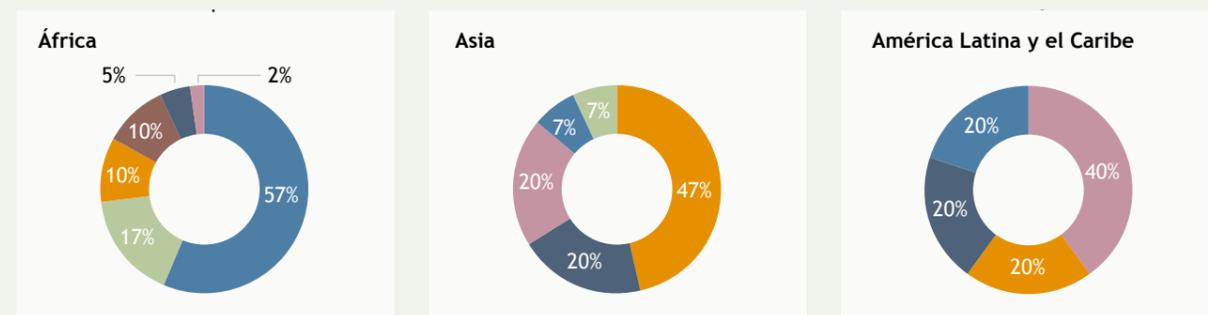
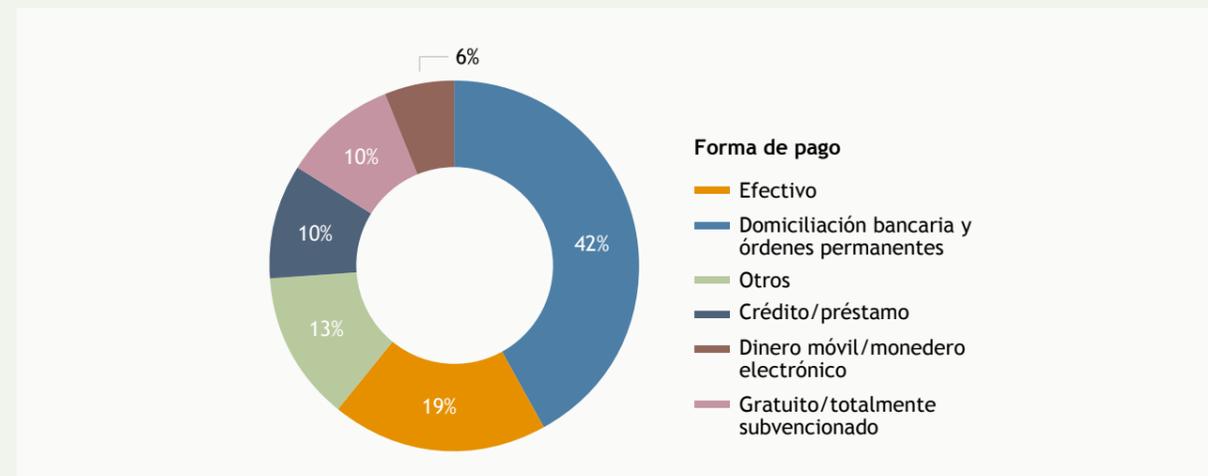
Blue Marble impartió un programa de “formación de formadores” sobre el diseño de los productos y

los procesos dirigidos al personal de campo de la aseguradora local y de Reap Agro, que incluía detalles sobre cómo Blue Marble da seguimiento al índice y calcula los pagos.

El producto no está subvencionado, y su incorporación al paquete de entrada de Reap Agro ha sido fundamental para contribuir a su adopción y facilitar el financiamiento de primas a través de los préstamos concedidos como parte del paquete. Además, el hecho de que Reap Agro esté integrada en el ecosistema agrícola y pueda comunicarse en el idioma local de la zona piloto, el pastún, ha sido vital para garantizar que el producto sea comprendido por los agricultores.

Una vez concluidos satisfactoriamente los proyectos piloto, Reap Agro está explorando oportunidades para ampliar la escala de los productos.

**FIGURA 42**  
PROPORCIÓN DE PRODUCTOS QUE UTILIZAN CADA FORMA DE PAGO



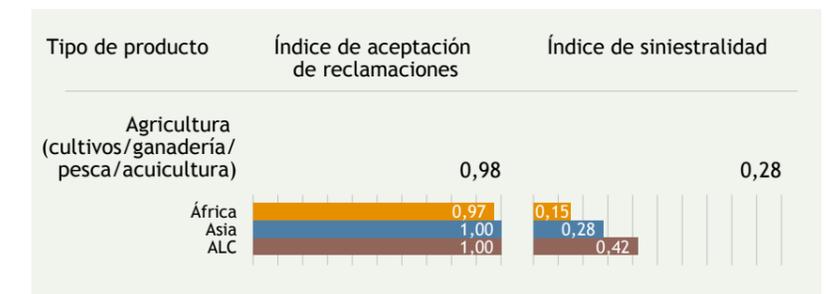
**Indicadores de resultados sociales**

La mediana del índice de siniestralidad de los productos agrícolas en 2021 fue del 28% (seis puntos porcentuales más que el índice de siniestralidad de los microseguros en general). Comparativamente, la mediana del índice de siniestralidad de los microseguros agrícolas en Asia es más alta, un 42%, frente a una mediana de índice en América Latina y el Caribe del 28%, y la mediana de índice más baja se registró en África: un 15%. La mediana del índice de aceptación de las reclamaciones se situó en 98%.

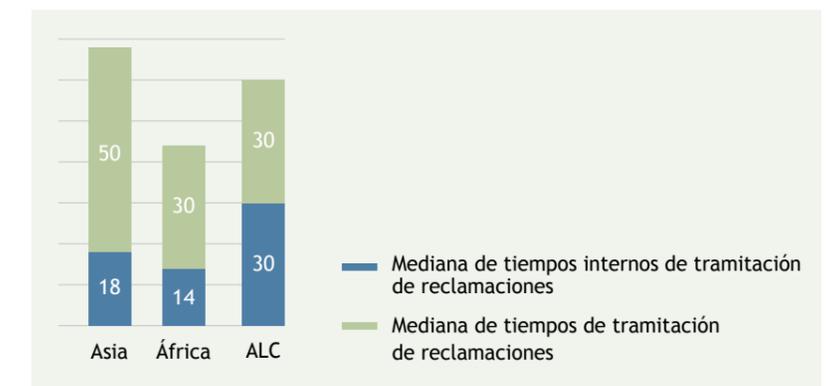
Para cada tipo de producto, la tasa de siniestralidad de los productos lanzados antes de 2017 se compara con la de los lanzados más recientemente, con el fin de analizar la diferencia entre los productos más nuevos y los más maduros. En la mayoría de los casos, los productos que llevan más tiempo en el mercado suelen tener índices de siniestralidad más elevados. Esta situación se invierte, sin embargo, en el caso de los productos agrícolas, en los que la mediana del índice de siniestralidad de los productos lanzados antes de 2017 es del 27%, frente a una siniestralidad superior —del 40%— para los lanzados a partir de 2017.

La mediana del tiempo de tramitación de las reclamaciones para los productos agrícolas es de 30 días, incluidos 14 días de tramitación interna. África presenta la mediana más baja del tiempo interno de tramitación de las reclamaciones para los productos agrícolas: 30 días (incluidos 14 días de tiempo interno de tramitación). La mediana del tiempo de tramitación en América Latina y el Caribe es de 30 días, con una mediana de 30 días correspondientes al tiempo de respuesta interno, y Asia registra las cifras más altas de TAT, con 50 días (incluidos 18 días de tiempo de respuesta interno)<sup>50</sup>. Los productos agrícolas presentan un TAT más elevado en comparación con otros ramos de microseguros. La diferencia más marcada se da en África, donde los productos agrícolas presentan una mediana de tiempo de respuesta tres veces superior a la mediana de todos los productos de microseguros de la región.

**FIGURA 43**  
ÍNDICE DE SINIESTRALIDAD E ÍNDICE DE ACEPTACIÓN DE RECLAMACIONES EN PRODUCTOS AGRÍCOLAS



**FIGURA 44**  
TIEMPOS TOTALES DE TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES Y TIEMPOS INTERNOS DE TRAMITACIÓN EN PRODUCTOS DE MICROSEGUROS AGRÍCOLAS



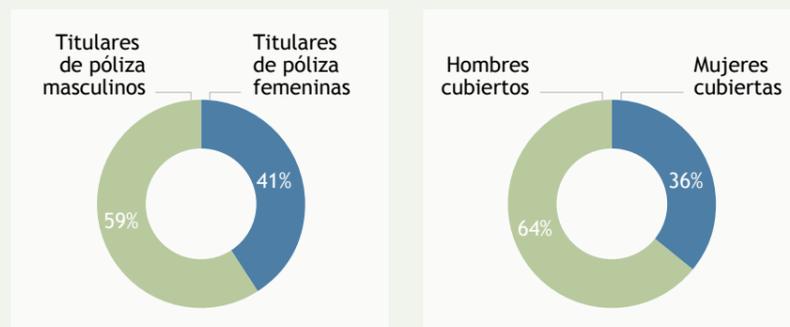
<sup>50</sup> Muchos proveedores de seguros no hacen un seguimiento sistemático del tiempo transcurrido entre el momento del siniestro y la presentación de la reclamación, y la encuesta del Panorama recibió menos respuestas sobre los tiempos externos de tramitación en comparación con los internos. Por lo tanto, es importante tener en cuenta que la información sobre los tiempos internos es probablemente más fiable que la relativa a los tiempos externos y se deben interpretar los tiempos totales con cierta cautela.

## Acceso de las mujeres a los microseguros agrícolas

Cuando las aseguradoras facilitaron datos sobre el género de sus clientes, las mujeres representaban el 41% de los titulares de póliza y el 36% de las personas cubiertas por seguros agrícolas. Sin embargo, en muchos casos no se facilitó esta información: en el 44% de los productos no se dio información sobre el género de los titulares de póliza, y en más del 70% de los productos no se dio información sobre el género de las personas cubiertas.



FIGURA 45  
PROPORCIÓN DE TITULARES DE PÓLIZA FEMENINAS Y DE MUJERES CUBIERTAS POR MICROSEGUROS AGRÍCOLAS



El papel de la mujer en la producción agrícola es innegable, pero en muchos países en desarrollo el sector registra un rendimiento deficiente, en parte porque las mujeres se enfrentan a restricciones más estrictas que los hombres a la hora de acceder a los recursos para la producción agrícola.<sup>51</sup> El seguro es un recurso al que las mujeres agricultoras no han podido acceder en la misma medida que sus contrapartes masculinos.

Las dificultades de acceso a los seguros están relacionadas con la propiedad formal de la tierra, que suele estar a nombre de familiares masculinos, así como con la elección de los cultivos asegurados, que pueden no dar prioridad a los cultivados por las mujeres, entre otros factores.

Algunas entrevistas sugirieron que existen algunos esfuerzos por parte de empresas o iniciativas nacionales para desarrollar soluciones específicas que satisfagan las necesidades de las mujeres en la agricultura y lleguen a ellas. Sin embargo, es evidente que en muchos países queda mucho por hacer.

## Riesgo climático

El seguro agrícola es la línea de negocios de los microseguros que históricamente ha estado más estrechamente relacionada con el riesgo climático. El riesgo climático es, de hecho, el principal riesgo cubierto por los productos de microseguros agrícolas, como se ha comentado anteriormente, ya que el 68% de los productos comunicados cubren directamente el riesgo climático, y

muchos otros que cubren riesgos como la muerte del ganado, que se ven afectados por el riesgo climático.

Para gestionar mejor el riesgo climático en Filipinas —para los productos agrícolas y de otros tipos—, en 2020 se creó la Philippine Catastrophe Insurance Facility (PCIF). Este caso se analiza en el recuadro 13.

### RECUADRO 13

#### PHILIPPINE CATASTROPHE INSURANCE FACILITY (PCIF): MANCOMUNAR LA CAPACIDAD PARA IMPULSAR EL SEGURO CLIMÁTICO EN FILIPINAS

Las empresas de la PCIF pueden mancomunar riesgos con otras empresas participantes, lo que les permite cubrir riesgos mayores que los que podrían cubrir por sí solas y gestionar sus riesgos catastróficos con mayor eficacia. Mediante este mecanismo de puesta en común, se espera que el fondo alcance una capacidad de 25.5 millones de USD.

En Filipinas, el sector de los seguros no tiene capacidad financiera para hacer frente a los riesgos de catástrofe climática a los que se enfrenta el país. En 2018, se estimó que las pérdidas anuales que se esperaban debido a las catástrofes naturales, más de 1100 millones de dólares, representaron más del 70% del patrimonio neto del sector, que alcanzó 1500 millones de dólares ese año. En parte debido a esta falta de capacidad, los seguros climáticos han logrado poca penetración en Filipinas, y la mayor parte del riesgo climático que se asegura se transfiere a reaseguradoras de fuera del país.

Para abordar la capacidad nacional y aumentar la provisión de seguros contra el cambio climático, la Comisión de Seguros de Filipinas, con la ayuda del Banco Mundial y en colaboración con la Asociación de Aseguradoras y Reaseguradoras de Filipinas y la Corporación Nacional de Reaseguros de Filipinas, creó el Fondo Filipino de Seguros contra Catástrofes (PCIF), que se pondrá en marcha a partir de 2023. Las empresas participantes en el PCIF pueden mancomunar riesgos, lo que les permite cubrir riesgos mayores que no podrían cubrir por sí solas y gestionar su exposición a las catástrofes con mayor eficacia. Mediante este mecanismo de puesta en común, se espera que el fondo alcance una capacidad de 25.5 millones de USD.

El PCIF también pretende mejorar la sostenibilidad del seguro de catástrofes en el país fijando una tasa mínima de prima superior a la que se utiliza generalmente en el mercado, con ayuda de tasas técnicamente probadas. Esto se considera vital para garantizar que las aseguradoras tengan suficientes reservas de primas para responder a los desastres naturales.

Para mejorar la experiencia de los clientes, el mecanismo también está trabajando, con el apoyo de la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), en iniciativas para garantizar el pago puntual de las reclamaciones, adaptar los productos de seguros climáticos a las necesidades de segmentos específicos de la población (como las micro y pequeñas empresas y los propietarios de viviendas) y aumentar la sensibilización y la comprensión de los seguros climáticos.

## Reaseguro

El uso del reaseguro se registra en el 41% de los productos de microseguros agrícolas, con una cifra que varía a nivel regional entre el 38% en África, el 33% en Asia, y el 83% en América Latina y el Caribe. Estas cifras son superiores a las de la mayoría de las demás líneas de productos (el 27% de los productos de todas las líneas de productos declararon que usan el reaseguro), lo que refleja la necesidad de transferir los riesgos catastróficos asociados a los productos de seguros agrícolas.



<sup>51</sup> FOA, 2011. *The role of women in agriculture: ESA Working Paper No. 11-02* (El papel de la mujer en la agricultura: documento de trabajo de la AEE n° 11-02)



## Riesgos patrimoniales y de renta

### DATOS CLAVE

- En los 34 países cubiertos, aproximadamente 22 millones de personas recibieron protección contra riesgos patrimoniales o de renta a través de un producto de microseguro. Esta cifra, junto con una cifra mediana de 3600 personas alcanzadas por producto, es relativamente baja en comparación con otros tipos de riesgos, lo que refleja que estos productos están aún en sus inicios en el mercado de los microseguros y menos consolidados en comparación con productos personales como los seguros de vida y salud.
- La mayoría de las personas cubiertas por productos patrimoniales y de renta se encontraban en Asia, donde 22 productos cubrían a 12 millones de personas.
- Cuando se facilitó información sobre el canal de distribución principal, las instituciones financieras fueron abrumadoramente el canal que alcanzó el mayor número de personas en productos patrimoniales y de renta, con cerca de 11 millones de personas alcanzadas en total.
- Se utiliza una amplia gama de canales de pago, incluidos la domiciliación bancaria (para el 39% de los productos) y el dinero móvil o los monederos electrónicos (para el 18% de los productos). El efectivo desempeña un papel relativamente limitado, ya que es el método de pago principal de solo el 19% de los productos, frente al 28% de todas las líneas de productos, lo que probablemente refleje un mayor uso de la tecnología y las herramientas financieras entre los clientes con mayores ingresos, que tienen más probabilidades de poseer viviendas, vehículos y negocios.
- La mediana del índice de siniestralidad de los productos patrimoniales y de renta en 2021 es del 21%, frente al 12% de 2020.
- En el caso de los productos sobre los que se han facilitado datos de género, las mujeres representan una mediana del 60% de las personas cubiertas y del 47% de los titulares de póliza de microseguros patrimoniales y de renta.
- Aunque en un principio el sector de los microseguros se centraba en los riesgos climáticos en el sector de la agricultura, cada vez se ofrece más cobertura a particulares y a mipymes, a menudo en forma de seguros patrimoniales o de renta. De los productos comunicados para este estudio, siete productos patrimoniales y cuatro de interrupción de negocios incluyen cobertura de riesgos climáticos, y abarcan conjuntamente a 10.5 millones de personas.

### Tamaño y evolución del mercado (personas, primas, número de productos y actores)

A los fines del presente estudio, se incluyen cuatro tipos de productos en la categoría de seguros patrimoniales y de renta: seguros de interrupción de negocios, garantías ampliadas, seguros de coche o motocicleta<sup>52</sup> y seguros patrimoniales. En total, se notificaron 76 productos en esta categoría (frente a 72 de 2021), que cubren conjuntamente a unas 12 millones de personas. Esta cifra se ha triplicado en comparación con los 4 millones de personas registradas para estas líneas de productos en 2020.<sup>53</sup>

La mayoría de las personas cubiertas por productos patrimoniales y de renta se encontraban en Asia, donde 22 productos cubrían a 12 millones de personas, frente a 37 productos que cubrían

a 0.4 millones de personas en África, y 17 productos que cubrían solo a 0.2 millones de personas en América Latina y el Caribe. En general, los productos de seguros patrimoniales representan

una proporción relativamente pequeña de las personas cubiertas a través de microseguros, aproximadamente el 5% de todas las personas cubiertas.

Además de los productos de esta ca-

<sup>52</sup> Debido al escaso número de productos incluidos en la categoría de "garantía ampliada", los datos de esta línea de productos solo se facilitan para cifras que sean recuentos o totales, y no para índices, promedios o medianas.

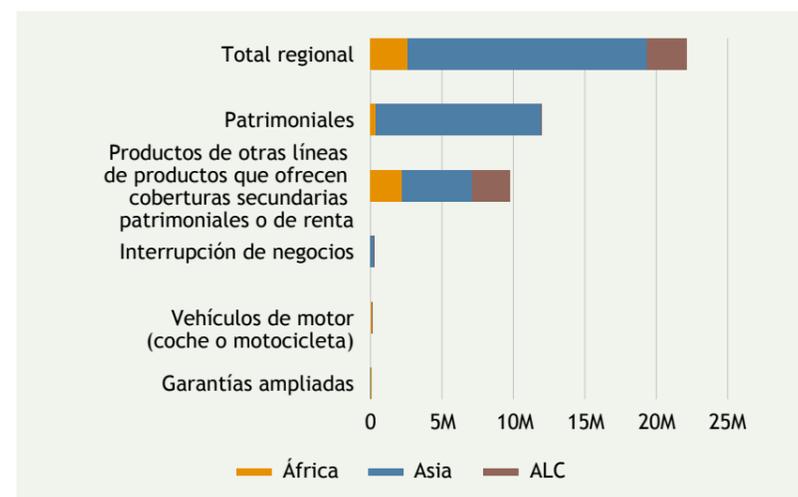
<sup>53</sup> Debido al número relativamente reducido de productos patrimoniales y de renta comunicados cada año, no es posible comparar los productos registrados en los tres años para esta categoría.

tegoría, varios riesgos patrimoniales (incluidos los daños a bienes y vehículos, la pérdida de ingresos, los daños o el robo de hogares, enseres y aparatos electrónicos, así como los riesgos que enfrentan las mipymes) se cubrían como riesgos secundarios en productos

de otras líneas de productos, incluidos los productos funerarios y de vida crédito. Un total de unos 10 millones de personas estaban cubiertas por estos productos (2 millones en África, 5 millones en Asia, y 3 millones en América Latina y el Caribe). Como resultado,

un total de 21 millones de personas (Figura 46) recibieron algún tipo de protección contra riesgos patrimoniales o de renta mediante un producto de microseguro (2.5 millones en África, 16 millones en Asia y 2.7 millones en América Latina y el Caribe).

FIGURA 46  
NÚMERO DE PERSONAS CUBIERTAS POR RIESGOS PATRIMONIALES (2021)



### Primas captadas

En 2021 se recaudó un total de 133 millones de USD en primas de productos patrimoniales y de renta (53 millones de USD en África, 52 millones de USD en Asia, y 28 millones de USD en América Latina y el Caribe), un 60% más que los 83 millones de USD del año anterior. Las primas por persona cubierta varían según el tipo de producto, siendo el costo más elevado el del seguro de vehículos de motor (42.6 USD) y costos mucho más bajos para el seguro patrimonial (8.3 USD) y el de interrupción de negocios (4.6 USD). En el caso de los productos de microseguros patrimoniales y de renta, la prima representa una mediana del 0.6% de la suma asegurada (0.6% para interrupción de negocios, 1.2% para vehículos de motor y 0.5% para bienes).

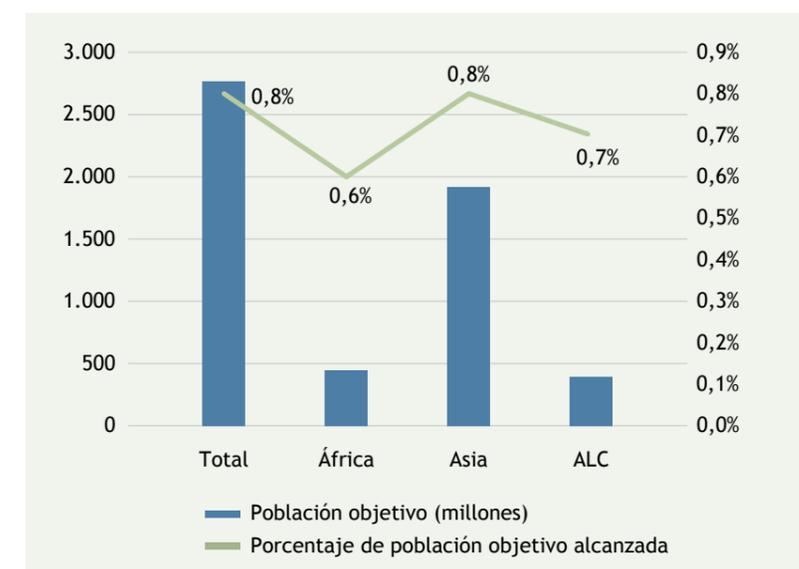
### Cuota de mercado

El número de personas registradas como cubiertas por microseguros patrimoniales y de renta en 2021 representa el 0.4% de la población objetivo de microseguros estimada en los países seleccionados (0.1% en África, 0.6% en Asia, y 0.05% en América Latina y el Caribe; véase la Figura 47). El número de personas cubiertas contra riesgos patrimoniales y de renta, independientemente del tipo de producto, representa el 0.8% de la población objetivo (0.5% en África, 0.9% en Asia, y 0.7% en América Latina y el Caribe).

El valor de mercado estimado de los microseguros patrimoniales y de renta en los países seleccionados del Panorama (calculado como la mediana de la prima para los productos patrimoniales y de renta en cada región multiplicada por la población objetivo de los países seleccionados de cada región) es de 22 000 millones de USD (4000 millones de USD en África, 7000 millones de USD en Asia, y 11 000 millones de USD en América Latina y el Caribe). La penetración de mercado de los microseguros patrimoniales y de renta para los países seleccionados en 2021 es, por tanto, del 0.5% (1.4% en África, 0.8% en Asia, y 0.3% en América Latina y el Caribe).



FIGURA 47  
PENETRACIÓN DE MERCADO DE PRODUCTOS QUE CUBREN RIESGOS PATRIMONIALES Y DE RENTA (POBLACIÓN OBJETIVO Y PORCENTAJE DE POBLACIÓN OBJETIVO ALCANZADA)



### RECUADRO 14 MICROSEGUROS PATRIMONIALES Y DE RENTA PARA EL DESARROLLO SOSTENIBLE

Los microseguros patrimoniales y de renta contribuyen a la consecución de los ODS, en particular los ODS 1, 5 y 8:

**ODS 1: Fin de la pobreza:** La pérdida o los daños sufridos por locales comerciales, activos importantes o existencias de empresas ponen en peligro la capacidad de las personas y las empresas para generar ingresos, exponiendo a los empresarios, los empleados y sus familias al riesgo de caer en la pobreza. Además, la pérdida del hogar de una familia puede obligarla a vivir en una vivienda inadecuada. Por último, la pérdida de ingresos por cualquier motivo expone a las familias a un grave riesgo de pobreza y puede obligarlas a recurrir a mecanismos de supervivencia desesperados, como reducir la ingesta de alimentos o sacar a los niños de la escuela.

**ODS 5 – Igualdad de género:** Las mipymes dirigidas por mujeres suelen estar especialmente expuestas a los riesgos y tienen acceso a menos mecanismos de gestión de riesgos, incluidos los seguros. Una encuesta realizada por la CFI entre las mipymes de 13 países africanos reveló que una cuarta parte de las empresas se vieron obligadas a cerrar durante la pandemia de COVID-19 y que las empresas dirigidas por mujeres sufrieron con mayor gravedad sus efectos.<sup>54</sup> Los microseguros diseñados para las mipymes tienen un importante papel que desempeñar en la reducción de la brecha de protección de género entre las mipymes.

**ODS 8 – Trabajo decente y crecimiento económico:** Las mipymes son motores del crecimiento económico y el empleo en todo el mundo; son responsables de alrededor del 50% del empleo mundial y contribuyen (solo en el caso de las pequeñas y medianas empresas formales) hasta el 40% de la renta nacional en los mercados emergentes.<sup>55</sup> Estas empresas son muy vulnerables a las crisis y los microseguros pueden ayudarlas a resistirlas, así como a acceder a créditos que favorezcan su crecimiento. El seguro de renta también ofrece mayor seguridad a los trabajadores y contribuye al trabajo digno.

<sup>54</sup> IFC, 2021. COVID-19 and Women-led MSMEs in Sub-Saharan Africa: Examining the Impact, Responses, and Solutions (COVID-19 y las mipymes dirigidas por mujeres en el África subsahariana: examen del impacto, las respuestas y las soluciones).

<sup>55</sup> World Bank Group. Small and Medium Enterprises (SMEs) Finance webpage (Página web sobre financiación de pequeñas y medianas empresas (PYME) (consultada el 27 de septiembre de 2022).

### Escala

Los productos patrimoniales y de renta alcanzaron una mediana de 3600 personas cubiertas (1050 en África, 8200 en Asia, y 8400 en América Latina y el Caribe). La escala alcanzada varía según la línea de productos, con una mediana de 2460 personas cubiertas para el seguro patrimonial, 4870 para el seguro de vehículos de motor y 13 100 para el de interrupción de negocios. Estas cifras comparativamente bajas para todos los productos, excepto el de interrupción de negocios, reflejan que los productos patrimoniales no han logrado en

general la escala alcanzada por otros tipos de productos (la mediana para todas las líneas de productos es de aproximadamente 8000 personas cubiertas por producto). Los expertos entrevistados para este estudio coincidieron en que los microseguros patrimoniales y de renta siguen siendo relativamente incipientes en comparación con otros ramos de microseguros.

La mediana de la prima bruta recaudada por producto fue de 543 610 USD; los valores más altos

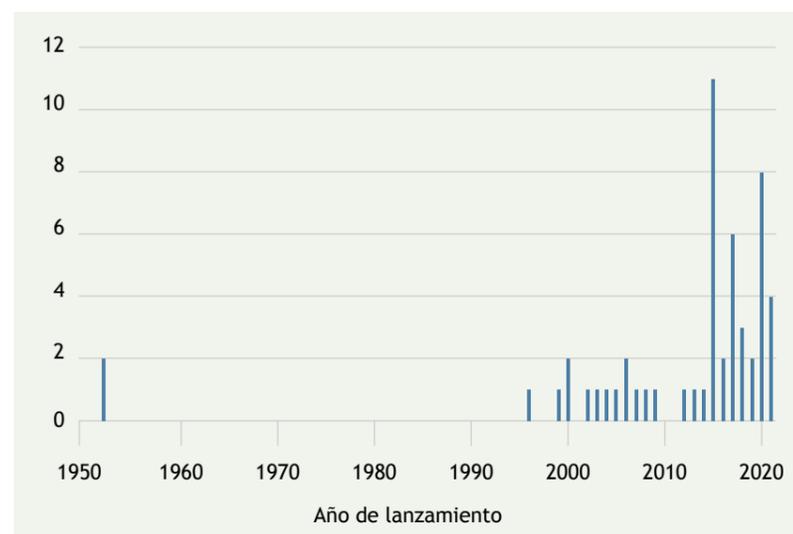
recaudados fueron los de los productos de seguros de vehículos de motor, con una mediana de 1 450 000 USD, en comparación con 310 000 USD para el de interrupción de negocios, y 61 600 USD para bienes. La mediana de las primas cobradas tanto en el caso de los productos de vehículos de motor como los de interrupción de negocios es considerablemente superior a la mediana de 183 000 USD para todas las líneas de productos.



## Productos lanzados

Cada año se han lanzado numerosos productos en la categoría patrimoniales y de renta desde 2015, cuando se lanzaron 11 nuevos productos. A diferencia de otros tipos de productos, en 2020, en plena pandemia, se lanzó un número relativamente elevado: ocho nuevos productos. La mayoría de estos productos eran seguros patrimoniales.

FIGURA 48  
AÑO DE LANZAMIENTO DE PRODUCTOS PATRIMONIALES Y DE RENTA



## Distribución y pagos

En muchos casos, se facilitó información incompleta sobre la distribución en las líneas patrimoniales y de renta. No obstante, de entre los productos de los que se facilitó información en cuanto al canal de distribución principal, las instituciones financieras constituyeron abrumadoramente el canal que llegó a un mayor número de personas, con un total de cerca de 11 millones de personas alcanzadas (Figura 50). Esto refleja probablemente el vínculo entre los seguros patrimoniales, en particular los seguros de empresas y hogar, y los préstamos concedidos por las instituciones financieras.

Más allá del canal de distribución principal para cada producto, se utilizó una gama más amplia de canales de distribución para las líneas patrimoniales. Otros canales son los agregadores, los agentes y corredores, las ONG, los minoristas y las instituciones de microfinanzas (Figura 50). En el recuadro 15 se analiza un caso en el que los distribuidores de motocicletas actúan como socios distribuidores de seguros de motocicletas en Filipinas.

Se utiliza una amplia gama de canales de pago para los productos patrimoniales y de renta, siendo la domiciliación bancaria o las órdenes permanentes los más populares (utilizados para el 39% de los productos). El dinero móvil o los monederos electrónicos se utilizan para el 18% de los productos. El efectivo tiene un papel relativamente limitado en los productos de seguros patrimoniales, en los que solo se utiliza en el 19% de los productos (frente al 28% para todas las líneas de productos). Esto puede reflejar un mayor uso de la tecnología y las herramientas financieras entre los clientes con mayores ingresos, que tienen así más probabilidades de ser propietarios de viviendas, vehículos y negocios. Una excepción se observa en Asia, donde la mitad de los productos utilizan el efectivo como principal forma de pago.

FIGURA 49  
NÚMERO DE PERSONAS CUBIERTAS POR EL CANAL DE DISTRIBUCIÓN PRINCIPAL

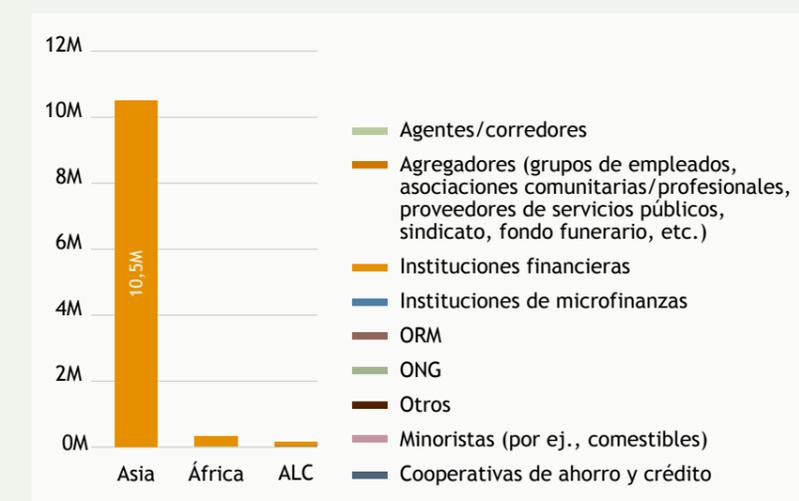
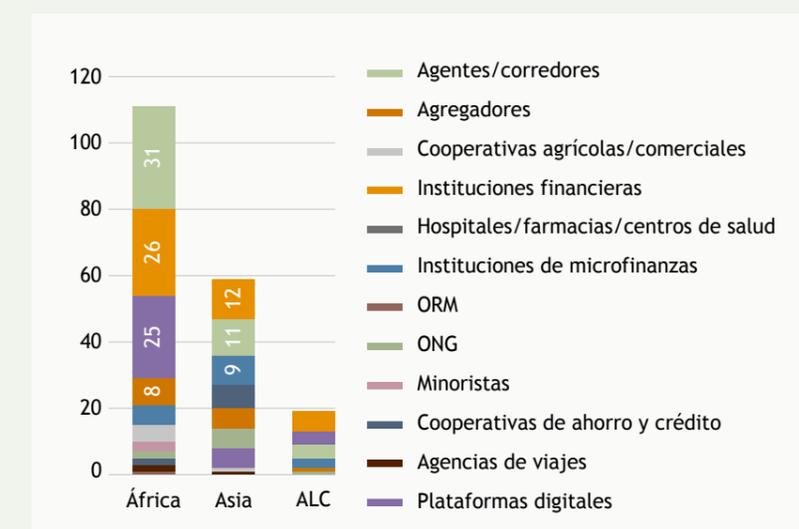


FIGURA 50  
NÚMERO DE PRODUCTOS QUE UTILIZAN CADA CANAL DE DISTRIBUCIÓN



**RECUADRO 15**

**PIONEER: ASOCIACIÓN CON DISTRIBUIDORES DE MOTOCICLETAS EN FILIPINAS**

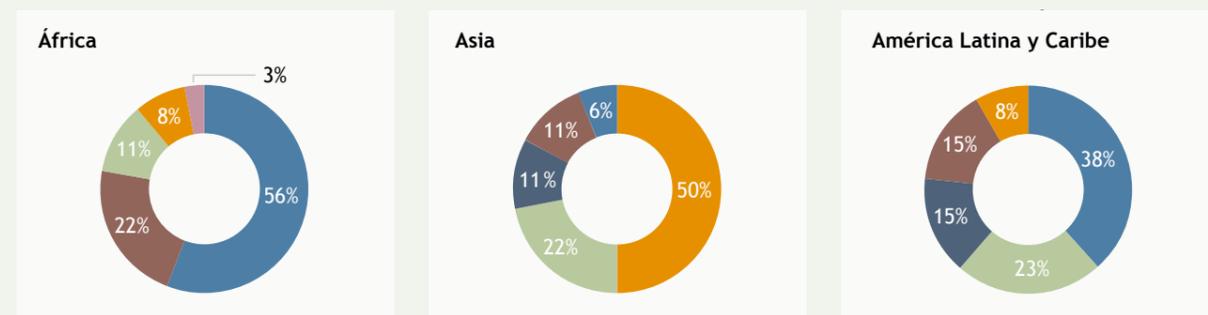
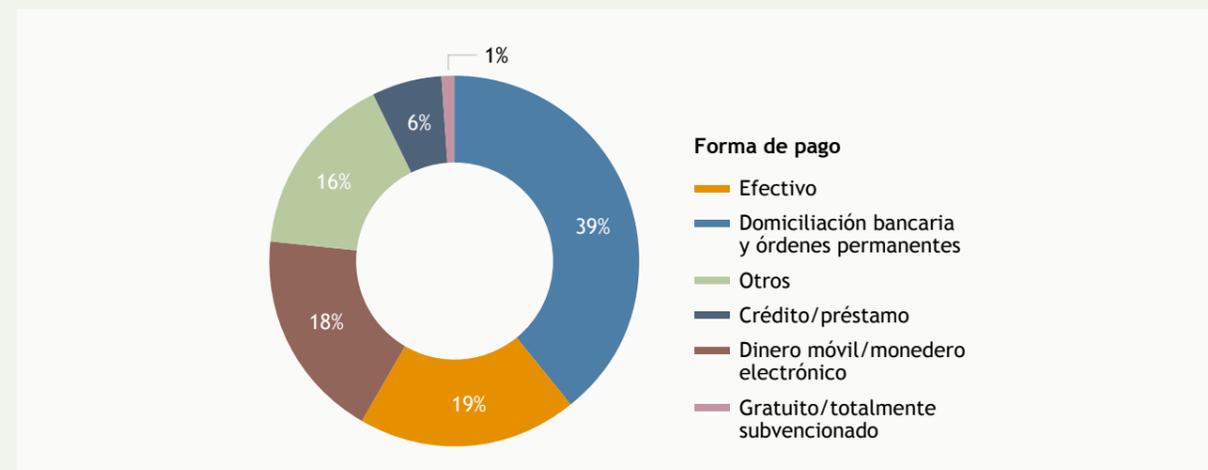
En los últimos años, Pioneer ha ampliado su distribución más allá de su base tradicional con las instituciones financieras de Filipinas. La empresa identificó la oportunidad de asociarse con distribuidores de motocicletas para ofrecer cobertura de seguros a los compradores de estas en el país. Se trata de una industria en expansión en Filipinas, que se recuperó rápidamente tras los primeros meses de la pandemia. Aunque los consumidores de bajos ingresos del país no suelen permitirse un auto, muchos pueden adquirir motocicletas, que se utilizan tanto para el transporte personal como para fines profesionales. En particular, la prestación de servicios de transporte y entrega de motocicletas a través de aplicaciones de transporte a domicilio ha crecido enormemente en los últimos años.

Pioneer ofrece un producto de seguros compuesto por varios paquetes de coberturas, entre ellas coberturas personales y de bienes, cuyo objetivo es satisfacer las necesidades más importantes de los clientes del distribuidor de motocicletas. Estas coberturas incluyen daños a la motocicleta, accidentes, asistencia funeraria, apoyo económico por hospitalización y responsabilidad civil, entre otras. No obstante, Pioneer trabaja con cada distribuidor para diseñar el paquete de coberturas que mejor responda a las necesidades específicas y a la capacidad de pago de sus clientes. Para que el producto sea asequible, la prima se divide en pagos mensuales, siguiendo el modelo de las cuotas mensuales que se pagan por las motocicletas compradas a crédito a través de los distribuidores.

El producto ha resultado atractivo para los socios distribuidores porque también ayuda a estas empresas a gestionar sus riesgos, e incluso les aporta negocios adicionales. Muchas motocicletas se compran a crédito y cuando el propietario sufre una crisis financiera, como cuando la motocicleta se daña y el propietario no puede pagar las reparaciones, o cuando el propietario sufre un accidente y no puede trabajar, los clientes suelen dejar de reembolsar el préstamo. El seguro apoya financieramente a los propietarios de motocicletas en esos momentos, aumentando la probabilidad de que sigan pagando su préstamo al distribuidor. Además, en algunas asociaciones, Pioneer dirige a los clientes al distribuidor asociado para la reparación de una motocicleta asegurada, lo que genera un negocio adicional para el distribuidor.

El producto se lanzó en 2014 y, en 2022, llegó a más de 400 000 clientes a través de más de 20 socios.

**FIGURA 51**  
NÚMERO DE PRODUCTOS QUE UTILIZAN CADA FORMA DE PAGO PARA PRODUCTOS PATRIMONIALES Y DE RENTA



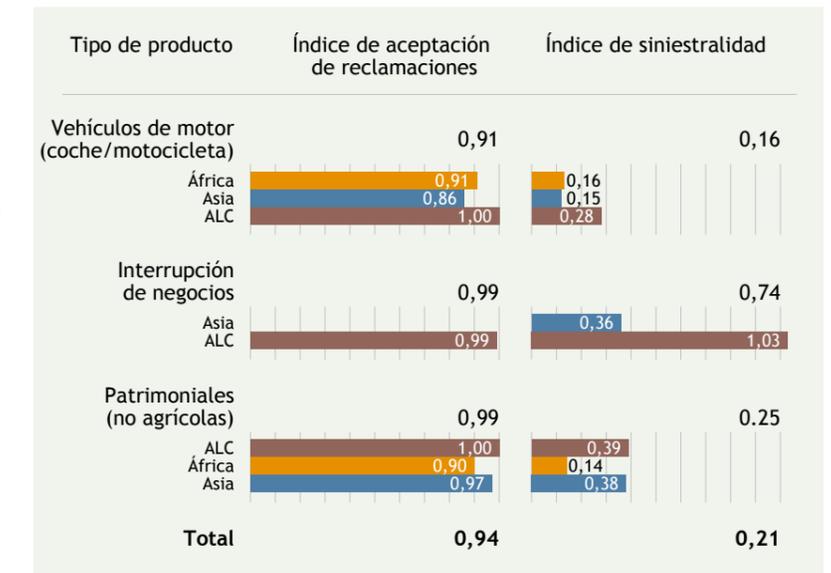
**Indicadores de resultados sociales**



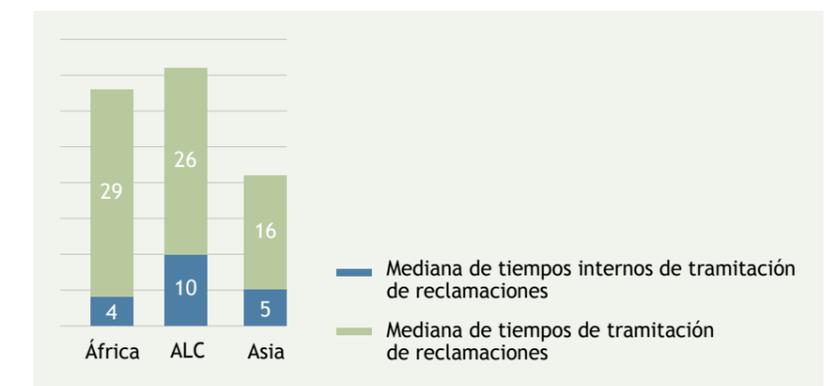
La mediana del índice de siniestralidad de los productos patrimoniales y de renta en 2021 es del 21%, superior a la mediana de 12% de este índice en 2020. El índice varía de una región a otra —un 15% en África, un 27% en Asia, y un 40% en América Latina y el Caribe—, así como según la línea de productos. Se observaron altos índices de siniestralidad en las coberturas de interrupción de negocios, con una mediana del índice del 74% y una mediana del índice particularmente elevada en las pólizas de interrupción de negocios en América Latina y el Caribe —del 103%— frente a medianas del índice más bajas en otras líneas de productos (25% en los seguros de bienes y 16% en los seguros de vehículos de motor). Los productos lanzados antes de 2017 presentan un índice de siniestralidad ligeramente superior —del 16%— frente al 14% de los productos lanzados más recientemente.

La mediana del tiempo de tramitación de las reclamaciones de los seguros patrimoniales y de renta en las tres regiones es de 19 días (en comparación con el valor promedio de 30 días para todos los productos incluidos en el estudio), con el mayor tiempo de respuesta en América Latina y el Caribe, con un total de 26 días (incluidos 10 días de tiempo de respuesta interno).<sup>56</sup> Los tiempos totales de tramitación de reclamaciones en los productos patrimoniales y de renta en África y Asia son de 16 días en

**FIGURA 52**  
INDICES DE SINIESTRALIDAD E INDICES DE ACEPTACIÓN POR TIPOS DE PRODUCTOS PATRIMONIALES Y DE RENTA



**FIGURA 53**  
TIEMPOS TOTALES DE TRAMITACIÓN DE RECLAMACIONES Y TIEMPOS INTERNOS DE TRAMITACIÓN POR TIPOS DE PRODUCTOS PATRIMONIALES Y DE RENTA



ambos casos (incluidos los tiempos de tramitación internos de cuatro y cinco días respectivamente), superior a la mediana de diez días para todas las líneas de productos en África, e inferior a la mediana de 22 días para todas las líneas de productos en Asia.

<sup>56</sup> Muchos proveedores de seguros no hacen un seguimiento sistemático del tiempo transcurrido entre el momento del siniestro y la presentación de la reclamación, y la encuesta del Panorama recibió menos respuestas sobre los tiempos externos de tramitación en comparación con los internos. Por lo tanto, es importante tener en cuenta que la información sobre los tiempos internos es probablemente más fiable que la relativa a los tiempos externos y se deben interpretar los tiempos totales con cierta cautela.

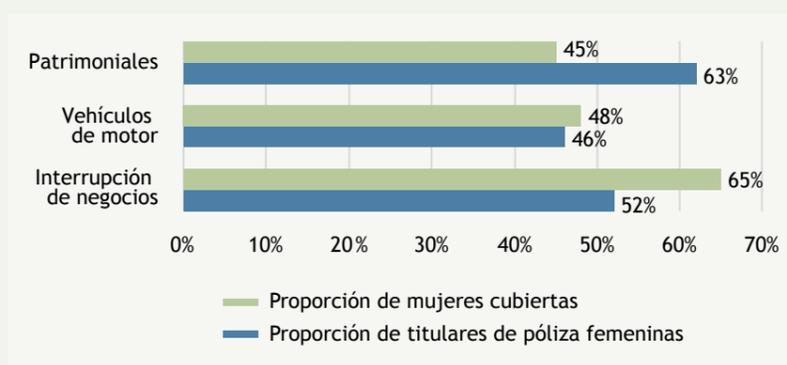


## Acceso de las mujeres a los microseguros patrimoniales y de renta

En el caso de los productos sobre los que se han facilitado datos de género, las mujeres representan una mediana del 60% de las personas cubiertas y del 47% de los titulares de póliza de microseguros patrimoniales y de renta. Estas medianas de índices son superiores a las registradas en 2020, cuando las mujeres representaban una mediana del 51% de las personas cubiertas y del 41% de los titulares de póliza femeninas en las líneas de productos patrimoniales y de renta. La mayor proporción de titulares de póliza femeninas corresponde a los seguros patrimoniales, con un 63% (Figura 54). En el recuadro 16 se analiza un producto de seguro de hogar y enseres en Sudáfrica con una alta aceptación entre las mujeres.

Sin embargo, en muchos casos no se facilitaron datos sobre el género. En el caso de los productos patrimoniales, se facilita información sobre el género de los titulares de póliza en el 43%

**FIGURA 54**  
PORCENTAJE DE MUJERES CUBIERTAS Y DE TITULARES DE PÓLIZA FEMENINAS PARA PRODUCTOS PATRIMONIALES



de los casos, y sobre el género de las vidas cubiertas en el 40% de los casos. En lo que respecta a los productos de protección de vehículos de motor, se facilita información sobre el género de los titulares de póliza en el 72% de los casos, y sobre el género de las vidas

cubiertas en solo el 8% de los casos. En el caso de la interrupción de negocios, se facilita información sobre el género de los titulares de póliza en el 50% de los casos, y sobre el género de las vidas cubiertas en el 25% de los casos.

### RECUADRO 16

#### LUMKANI AND HOLLARD: PROTECCIÓN DE VIVIENDAS EN ASENTAMIENTOS INFORMALES DE SUDÁFRICA

En Sudáfrica, los propietarios de viviendas informales han perdido 1400 millones de ZAR en incendios en los últimos diez años.<sup>57</sup> Para hacer frente a esta situación, Lumkani ha desarrollado dispositivos de detección de incendios conectados en red de bajo costo. Estos dispositivos detectan los primeros indicios de incendio, suenan en el interior de la vivienda y envían una alerta por SMS al propietario, además de activar todos los dispositivos conectados en red en un radio de 60 metros, lo que permite a otras personas de la comunidad responder al incendio. En los seguimientos posteriores a los incendios, se comprobó que los dispositivos de extinción en red proporcionados por Lumkani habían reducido la propagación de los incendios en el 94% de los casos.<sup>58</sup>

Para ofrecer una protección más completa a sus clientes, Lumkani se asoció con Hollard y en 2016 lanzó un seguro de hogar y enseres con el dispositivo de detección de incendios incluido en el paquete. Seis años después, 10 000 clientes pagan ahora mensualmente por el servicio, de los cuales dos tercios son mujeres.

Para que el producto fuera fácil de entender y, por lo tanto, de vender, la cobertura del seguro se diseñó para que fuera muy sencilla, con cobertura directa a primer riesgo y sin necesidad de suscripción. La prima es fija, lo que significa que no se aplican factores de tarificación al fijar el precio y todos los clientes pagan la misma prima. Aunque la mayoría de los residentes se sienten cómodos utilizando teléfonos y servicios digitales, Hollard and Lumkani descubrieron que la interacción cara a cara es vital para generar confianza y realizar ventas. Por ello, los agentes se contratan localmente en cada comunidad, y los clientes también pueden hacer preguntas a través de mensajes de texto o de voz por WhatsApp.

Los depósitos bancarios y las órdenes de domiciliación bancaria no están disponibles de manera generalizada ni gozan de la confianza de los residentes en asentamientos informales, y Lumkani and Hollard hallaron que tan solo el desplazamiento para realizar el pago les costaba a los clientes un tercio del precio del producto. Por ello, se asociaron con una plataforma de pagos que facilita los pagos a través de una red de comercios y minoristas locales de fácil acceso. Además, los pagos son muy flexibles; los clientes pueden dejar de pagar dos meses de prima y seguir cubiertos, y también pueden pagar varios meses de cobertura a la vez (cuando los ingresos de los que disponen son mayores). Esto refleja los flujos irregulares de ingresos de muchos clientes y desempeña un papel importante en la creación de confianza.

Por último, para facilitar el proceso de reclamación, los agentes de Lumkani toman fotos de los bienes clave cuando un cliente se inscribe y utiliza un sistema de direcciones GPS para las viviendas informales que no tienen dirección. Esto ayuda a pagar las reclamaciones rápidamente y también es importante para evitar fraudes.

<sup>57</sup> GSMA (2019). Grant project lessons and outcomes: Lumkani Fire Detection & Insurance (Enseñanzas y resultados de proyectos de subvención: detección de incendios y seguros de Lumkani)

<sup>58</sup> GSMA, 2019. Grant project lessons and outcomes: Lumkani Fire Detection & Insurance (Enseñanzas y resultados de un proyecto de subvención: detección de incendios y seguros de Lumkani)



## Riesgo climático

Los riesgos patrimoniales y climáticos están estrechamente relacionados, ya que bienes como las viviendas y los locales comerciales, así como las posesiones y las existencias de las empresas, son vulnerables a los daños provocados por las catástrofes naturales. Además, tanto los ingresos de las empresas como los de los trabajadores pueden verse afectados cuando los negocios no pueden funcionar, por ejemplo, cuando cierra un mercado debido a fuertes lluvias. Mientras que el sector de los microseguros se centró inicialmente en los efectos de los riesgos climáticos en la agricultura, cada vez se ofrece más cobertura a particulares y a mipymes, a menudo en forma de seguros patrimoniales o de ingresos.

De los productos comunicados para este estudio, siete productos patrimoniales y cuatro de interrupción de negocios incluyen cobertura de riesgos climáticos, abarcando conjuntamente a 10.5 millones de



personas. El mayor número de tales productos (tres de daños materiales y cuatro de interrupción de negocios con coberturas climáticas) se encuentra en Asia.



## Reaseguro

Alrededor del 14% de los productos patrimoniales y de renta comunican el uso del reaseguro —un 19% en África, un 14% en Asia, y un 6% en América Latina y el Caribe— en el caso de esta categoría de productos. La cifra más alta corresponde a los microseguros patrimoniales, para los que se recurre al reaseguro en el 21% de los casos.

# Conclusión

2021 parece haber significado un año de recuperación para el sector de los microseguros tras los retos de la pandemia de COVID-19. En particular, cuando solo se consideran los productos que se reportaron para el Panorama en los tres años, de 2019 a 2021, asistimos a un aumento del 93% de las personas cubiertas, lo que marca un retorno a valores por encima de los niveles de cobertura prepandémicos. Las líneas de productos que cubren el mayor número de personas son vida y crédito vida, seguidas por los productos de salud.

El número de personas registradas como cubiertas por microseguros en 2021 representa hasta el 8% de la población objetivo en todos los países incluidos en el estudio. Ampliar el acceso a los microseguros es una importante oportunidad de negocio. Este estudio estima que el valor del mercado de los microseguros en los 34 países incluidos en el estudio asciende a 30 900 millones de USD, y que actualmente solo se capta el 7% de este valor. Además, los esfuerzos combinados del sector de los seguros, los distribuidores, los gobiernos y los actores internacionales para aumentar la penetración de los microseguros representan una importante contribución a la consecución de los ODS.

Los productos de microseguros que cubren riesgos sanitarios dan cobertura a 81 millones de personas en los 34 países estudiados. Estos productos ayudan a los clientes a evitar unos costos sanitarios exorbitantes que pueden sumarlos en la pobreza (ODS 1), permiten a los clientes un mejor acceso a los servicios sanitarios, mejorando su salud y bienestar (ODS 3), y apoyan la igualdad de género (ODS 5), al aumentar las herramientas disponibles para que las mujeres gestionen sus riesgos sanitarios y accedan a una atención de calidad. Desde 2013, se han lanzado a un ritmo acelerado nuevos productos de microseguros de salud, lo que demuestra el creciente interés de las aseguradoras por satisfacer las necesidades de los nuevos clientes y las personas de bajos ingresos en materia de salud. Además de los productos de seguro de salud independientes, las coberturas sanitarias se incluyen cada vez más como coberturas agrupadas con otros tipos de productos, sobre todo en el caso de las coberturas de apoyo económico por hospitalización.

Los productos que cubren los riesgos de vida y accidentes alcanzaron a 169 millones de personas en los países estudiados y fueron particularmente frecuentes en Asia (al alcanzar 98 millones de personas). Estos productos ayudan a las familias a evitar caer en



la pobreza debido al fallecimiento o accidente de uno de sus miembros (ODS 1) y pueden ayudar a quienes han sufrido un accidente a tomarse el tiempo necesario para recuperarse, ayudándoles a lograr una mejor salud y bienestar (ODS 3). Por último, estos productos ofrecen una alternativa a las personas presentes en la economía informal, quienes no pueden acceder al empleo o a las prestaciones de la seguridad social, además de promover el acceso al crédito y, por lo tanto, a oportunidades de crecimiento económico (ODS 8). La importancia de los microseguros de vida se ha puesto de manifiesto a raíz de la COVID-19, al aumentar los índices de siniestralidad en determinados ramos debido a la mayor mortalidad provocada por la pandemia.

Aproximadamente 8 millones de personas recibieron protección para actividades agrícolas y acuícolas o ganaderas por medio de un producto de microseguro. Esta rama de los microseguros ha sido de especial interés para los gobiernos y los donantes, y con frecuencia se ofrece con subvenciones (el 10% de los productos en las tres regiones, y el 40% en América Latina y el Caribe, se comunicaron como subvencionados al 100%). Los microseguros agrícolas representan una importante contribución a los ODS, ya que brindan una red de seguridad a quienes dependen de la agricultura para su subsistencia y les ayudan a evitar la pobreza (ODS 1); además, favorecen la resiliencia y el crecimiento de los agricultores, un elemento vital para sostener la producción de alimentos y evitar el hambre en el mundo



(ODS 2). Por último, los microseguros agrícolas ofrecen una protección necesaria a los agricultores, quienes se ven especialmente afectados por el cambio climático (ODS 13). Sin embargo, pese a la innegable importancia de las mujeres en la producción agrícola, estas representaban una proporción relativamente baja de los titulares de póliza (41%) y de las mujeres cubiertas (36%) en esta línea de productos, lo que pone de manifiesto una importante laguna que es necesario abordar.

Los productos de seguros patrimoniales y de renta llegaron a un número relativamente bajo de personas —22 millones en los 34 países estudiados— lo que refleja que estos productos son aún incipientes en el mercado de los microseguros y están menos consolidados en comparación con productos personales como los seguros de vida y de salud. Es importante seguir haciendo esfuerzos para aumentar la penetración de los productos patrimoniales y de renta, ya que estos proporcionan un apoyo muy necesario para los hogares y las pequeñas empresas. Ayudan a los particulares y a las empresas a evitar las repercusiones financieras de la pérdida de activos importantes, que de otro modo pueden conducirlos a la pobreza (ODS 1), y promueven la resiliencia y el crecimiento de las mipymes, que son una piedra

angular para impulsar el empleo y el crecimiento económico (ODS 8). Esto es especialmente importante en el caso de las mipymes dirigidas por mujeres (ODS 5), que suelen tener acceso a menos mecanismos de gestión de riesgos.

Cada vez se reconoce más el papel de los seguros en la lucha contra el riesgo climático y en su contribución al ODS 13, más allá de su esfera tradicional de los seguros agrícolas. Los productos de microseguros pueden proteger de las catástrofes naturales tanto a los consumidores urbanos como a los rurales, y los vínculos entre el clima y los temas de salud, bienestar y éxito económico son cada vez más claros y se están integrando gradualmente en los planes de microseguros.

El alcance de la contribución del sector a los ODS depende de la calidad de los productos de microseguros ofrecidos, por lo que es vital dar seguimiento a los indicadores de desempeño social. Para 2021, se comunicó una mediana del índice de siniestralidad del 22% para todos los productos, junto con una mediana del índice de aceptación de siniestros del 97% y un tiempo de tramitación de las reclamaciones de 19 días (con 10 días de plazo de tramitación interno). La mediana del índice de siniestralidad representa un aumento

con respecto a la registrada en 2019 (de siete puntos porcentuales, o nueve puntos porcentuales si solo se consideran los productos comunicados en los tres años). Es probable que el aumento de los índices de siniestralidad se deba a un repunte de la actividad a medida que se van levantando gradualmente las restricciones debidas a la pandemia y a retrasos en la presentación de reclamaciones, por ejemplo por procedimientos médicos demorados.

El acceso de las mujeres a los seguros también es vital para garantizar que los microseguros favorezcan los avances hacia la consecución de todos los ODS, y en particular el ODS 5 sobre igualdad de género. En los casos en que se disponía de datos sobre el género, las mujeres representan una mediana del 49% de los titulares de pólizas de microseguros y una mediana del 50% de las personas cubiertas por productos de microseguros. Sin embargo, esta información es incompleta, ya que los proveedores no facilitan información sobre el género en el 58% de los productos. Generar mejores datos sobre el acceso de las mujeres a los seguros es un paso esencial para mejorar su acceso a los seguros y demostrar mejor la contribución de los microseguros a los ODS.

# Apéndice A: Metodología

El estudio del Panorama del microseguro - 2022 presenta información sobre los mercados de microseguros en tres regiones: África, Asia y América Latina y el Caribe. Desde 2018, el Panorama ha adoptado una metodología que se centra en países seleccionados de las tres regiones, con un seguimiento anual en los mismos países, en la medida de lo posible, para apoyar el desarrollo del mercado. Para este estudio, se añadieron Argentina, Burkina Faso, Ecuador y Guatemala a la lista de países seleccionados.

En cada región, se intentó recopilar datos primarios sobre los productos de microseguros disponibles en cada país objetivo. Se tuvieron en cuenta todos los productos que se ajustaban

a la definición de microseguro del estudio (véase el Glosario), incluidos los regímenes nacionales y gubernamentales que cumplían estos criterios. No todas las aseguradoras o regímenes nacionales respondieron.

En algunos casos, a pesar de los esfuerzos realizados, resultó imposible obtener respuestas de un número representativo de aseguradoras (véanse en el Apéndice B los porcentajes de respuesta en cada país objetivo). En particular, ningún proveedor de seguros respondió en Vietnam y solo uno lo hizo en Tailandia. En algunos países, como Colombia, India y Zimbabue, la información se completó con datos de dominio público sobre el total de personas cubiertas y las primas.



En total, 253 proveedores de seguros presentaron ellos mismos los datos en lo que respecta a 935 productos de microseguros. Los datos cubrían un periodo de 12 meses: ya sea el año natural 2021 o un periodo de 12 meses a elección de la aseguradora entre 2021 y 2022, cuando los periodos estándar de presentación de informes de la empresa facilitaban que los datos se comunicaran de esa forma.<sup>59</sup> Los investigadores principales de cada país o región se pusieron en contacto con las aseguradoras para alentar y apoyar su participación, así como para garantizar la mayor coherencia posible en la interpretación de las preguntas y los datos.

Los datos recogidos se limitan a los productos ofrecidos por proveedores de seguros formales: compañías de seguros y otros proveedores regulados por el regulador de seguros. En algunos países, otros proveedores, como las funerarias y los grupos de ahorro, pueden ofrecer microseguros de manera semiformal o informal. Estos productos no se incluyen en este estudio debido a las dificultades adicionales que entraña la recogida de datos de estas organizaciones.



Cabe señalar que, aunque se recogieron datos sobre los productos de inversión y ahorro, esta línea de productos no se incluye en los cálculos de las primas por persona cubierta, las primas en proporción a la suma asegurada o los índices de siniestralidad, debido a las características de esta línea de productos. Las primas comunicadas incluyen un componente de seguro y un componente de ahorro que se devuelve al cliente, lo que significa que las cifras de las primas no son totalmente

comparables a las de otras líneas de productos.

Para validar las tendencias observadas en los datos y aportar contexto e información adicional, se realizaron entrevistas con 13 expertos de África, Asia y América Latina y el Caribe. Estas entrevistas ofrecen una visión más amplia de las tendencias emergentes en los mercados de microseguros de cada región. Además, para preparar los estudios de casos que figuran a lo largo de este informe, se realizaron

entrevistas a nueve proveedores de seguros.

Por último, un Grupo de Buenas Prácticas formado por miembros de la Microinsurance Network (MiN) brindó orientación a lo largo de todo el proceso, en particular sobre el diseño del cuestionario, la recopilación y el análisis de datos, así como comentarios sobre el informe final.

TABLA A1  
PAÍSES SELECCIONADOS PARA ESTE ESTUDIO DEL PANORAMA

ÁFRICA	ASIA	AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE
Burkina Faso	Bangladesh	Argentina
Costa de Marfil	Camboya	Bolivia
Egipto	Filipinas	Brasil
Ghana	India	Colombia
Kenia	Indonesia	Costa Rica
Marruecos	Nepal	Ecuador
Nigeria	Pakistán	El Salvador
Ruanda	Sri Lanka	Guatemala
Senegal	Tailandia	Jamaica
Sudáfrica		México
Tanzania		Perú
Uganda		
Zambia		
Zimbabue		

<sup>59</sup> En el texto principal del informe, estos datos de 2021/2022 se denominan simplemente datos de 2021, dado que fue el periodo de notificación más frecuente.

# Apéndice B: Aseguradoras objetivo e índices de respuesta

En cada país se identificaron todas las aseguradoras autorizadas. De ellas, se seleccionaron aseguradoras conocidas por su actividad en el ramo de los microseguros (según la definición del estudio) con base en la investigación documental y en la información facilitada por los miembros de la Microinsurance Network y los investigadores nacionales. En la siguiente tabla se muestra la tasa de respuesta en cada país seleccionado.

TABLA B1  
EL ÍNDICE DE RESPUESTA DE LOS PROVEEDORES DE SEGUROS EN CADA PAÍS

	Número de aseguradoras objetivo	Número de aseguradoras que respondieron	Tasa de respuesta
<b>ÁFRICA</b>			
Burkina Faso	7	3	43%
Costa de Marfil	11	2	18%
Egipto	11	9	82%
Ghana	19	16	84%
Kenia	14	7	50%
Marruecos	8	4	50%
Nigeria	23	16	70%
Ruanda	7	2	29%
Senegal	10	3	30%
Sudáfrica	13	7	54%
Tanzania	15	3	20%
Uganda	27	4	15%
Zambia	12	5	42%
Zimbabue	39	39	100%
<b>ASIA</b>			
Bangladesh	13	13	100%
Camboya	5	4	80%
India	20	19	95%
Indonesia	11	11	100%
Nepal	17	9	53%
Pakistán	11	5	45%
Filipinas	16	16	100%
Sri Lanka	10	6	60%
Tailandia	19	1	5%
Vietnam	5	0	0%

## AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

Argentina	20	8	40%
Bolivia	10	4	40%
Brasil	15	8	53%
Colombia	9	3	33%
Costa Rica	5	2	40%
Ecuador	5	3	60%
El Salvador	11	4	36%
Guatemala	8	8	100%
Jamaica	5	2	40%
México	7	5	71%
Perú	11	5	45%

# Apéndice C: Porcentaje de respuesta por indicador y por región

TABLA C1  
PROPORCIÓN DE PRODUCTOS QUE GENERAN DATOS UTILIZABLES PARA CADA INDICADOR

Indicador	África	Asia	América Latina y el Caribe	Todas las regiones
Personas cubiertas	71%	82%	80%	77%
Prima bruta	90%	75%	88%	84%
Prima media por vida	69%	76%	79%	74%
Año de lanzamiento	76%	86%	81%	81%
Canal de distribución principal	75%	58%	68%	67%
Información sobre al menos un canal de distribución utilizado	96%	96%	89%	95%
Forma de pago	87%	88%	81%	86%
Índice de siniestralidad	79%	59%	67%	69%
Índice de aceptación de reclamaciones	66%	50%	62%	59%
Tiempo medio total de tramitación de las reclamaciones	49%	56%	62%	55%
Tiempo de tramitación interna de las reclamaciones	69%	64%	66%	67%
Vidas femeninas cubiertas	40%	44%	42%	42%
Porcentaje de mujeres entre los titulares de póliza	61%	44%	41%	50%
Uso del reaseguro	68%	73%	73%	71%



## Acerca de Microinsurance Network

Microinsurance Network es una plataforma global multisectorial para profesionales y organizaciones que se han comprometido a hacer que los seguros sean inclusivos. Integrada por miembros, reunimos 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 catastróficos. Alentamos el intercambio y el aprendizaje entre pares, facilitamos la generación de conocimientos y la investigación, y actuamos como defensores, mediante la promoción del papel que las herramientas de gestión de riesgos eficaces, incluidos los seguros, desempeñan en el logro de la agenda global de desarrollo.

## Más información



Visítenos en  
<https://microinsurancenetwerk.org>



Lea nuestras publicaciones



Póngase en contacto con nosotros  
[info@microinsurancenetwerk.org](mailto:info@microinsurancenetwerk.org)



LinkedIn



@NetworkFlash



Facebook



YouTube