

Zurich Microseguros

Evaluando las necesidades de los clientes – Con la idea de entregar

Hallie Harenski

VP, Zurich Microinsurance/Emerging Consumer

4 de Diciembre de 2009

Ciudad de Panamá, Panamá

Evaluando las necesidades de seguro en el micro segmento



- ~~Seguro~~ viene con ideas preconcebidas
 - El seguro viene con ideas preconcebidas (principalmente negativas)
 - “Los reclamos nunca son pagados”
 - “La letra menuda contiene trampas”
 - “Nunca me enfermo, entonces estoy pagando por un producto que nunca uso”
 - ‘Si compro este producto, me estoy echando la mala suerte y algo malo me sucederá o a mi familia’
- Focalizarse en Necesidades y Aspiraciones
 - Protegiendo la familia
 - Educando a los hijos
 - Protegiendo la vivienda, la cosecha o el ganado
 - Tratamiento o ayuda financiera después de un diagnóstico médico o accidente
 - Ayuda ahorrando dinero que podría también ser utilizado en caso de una necesidad médica

Desafíos para la determinación de necesidades y la provisión



- Experiencia de la población con productos financieros
 - Limitado entendimiento de cómo evaluar, nivel de cobertura necesaria, tipo de cobertura, cuándo en el ciclo de vida
 - Capacidad limitada (aunque está mejorando) para comparar al momento de comprar
 - Escépticismo con respecto a que la aseguradora proveerá el servicio cuando sea necesario (indemnización, letra menuda)

ADEMÁS,

- Experiencia (o falta de experiencia) del segmento con productos financieros
 - Acceso
 - Rural vs Urbano
 - Comodidad y confianza en los proveedores
 - Herramientas/habilidades financieras

Lista de revisión para un estudio de demanda



- ✓ Fije objetivos claros y alcanzables
- ✓ Asegúrese de que los encuestados representan el mercado objetivo
 - ✓ En varios países las necesidades de la población varían según la ubicación urbano vs rural, diferencias culturales
- ✓ Estructurar con suficiente tiempo para ganar la confianza
 - ✓ La meta no es una respuesta, la meta es una respuesta que representa la realidad
 - ✓ Es común que personas exteriores a la comunidad sean enviadas para hacer las preguntas y este hecho puede distorsionar las respuestas
- ✓ Si las necesidades y los deseos no son realistas, indague información adicional/razones
- ✓ Haga investigación cuantitativa y cualitativa
 - ✓ Utilizar solamente cuantitativo puede sesgar los resultados por no incluir las sutilezas

Estudio en México y Resultados preliminares



- Zurich está haciendo un estudio de demanda enfocado en consumidores y trabajadores de Diconsa (Tiendas y outlets subsidiados por el Gobierno en 22,000 municipalidades en 32 Estados Mejicanos)
- Estudio cuantitativo y cualitativo
- Objetivo del estudio
 - Entender cuáles son las necesidades y riesgos específicos prioritarios para el segmento meta
 - Determinar cómo agrupar beneficios para cubrir esas necesidades y riesgos a un precio conveniente para el segmento meta
- Segmentación
 - Usuarios de Diconsa y tenderos

Estudio en México y Resultados preliminares



- Resultados preliminares
 - El manejo del riesgo es informal, especialmente en comunidades rurales o semi-rurales
 - Es difícil separar la necesidad de protección social de otro tipo de cobertura/manejo de riesgo
 - Falta de confianza hacia los proveedores de productos financieros, no creen que responderemos
 - Los aseguradores “son culpables hasta que demuestren su inocencia”

- Fase 2 del estudio
 - Enfocada a la provisión del servicio (repartir canasta de comida o ladrillos y cemento, pagar la educación, pagar la factura del teléfono celular, etc.) como un producto
 - Metodología: entrevistas exhaustivas

Gracias a todos!