

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO EN MICROSEGUROS

En octubre de 2010, se celebró un primer taller sobre indicadores de desempeño social para microseguros con 15 profesionales del sector, organizado por ADA, BRS y el Microinsurance Network.

El taller concluyó con un conjunto de **8 principios** y **11 indicadores** de desempeño social concretos, orientados a la práctica y estrechamente vinculados a los indicadores de desempeño financiero para microseguros. Los indicadores permitirán a los proveedores de microseguros obtener una visión equilibrada de su desempeño que reconozca los objetivos sociales inherentes a los microseguros así como la necesidad de contar con unas finanzas sólidas.

ADA, BRS y el Microinsurance Network participan en la primera iniciativa destinada a desarrollar unos indicadores clave de desempeño social para microseguros. Estos indicadores se encuentran en su fase “preliminar” e irán evolucionando a medida que se pongan a prueba sobre el terreno y a través de los comentarios. Los indicadores de desempeño social tienen como objetivo proporcionar una visión equilibrada, junto con los índices financieros existentes, del desempeño de las microaseguradoras.

Para más información y recursos adicionales, visite www.microfact.org

© 2011, ADA/BRS/Microinsurance Network

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL PARA MICROSEGUROS

Resumen

LOS PRINCIPIOS CLAVE DEL DESEMPEÑO SOCIAL EN MICROSEGUROS

Antes de calcular los indicadores de desempeño social en microseguros, es importante integrar un conjunto de principios. Estos principios representan prácticas que resultan esenciales para la consecución del desempeño social. Los principios con un * son también principios claves para el desempeño financiero en microseguros.

1. Orientación al cliente*

Las organizaciones deben estar muy en sintonía con las necesidades reales de los clientes y en las decisiones de gestión siempre se debe tener en cuenta el impacto sobre los clientes.

2. Inclusión

Los microseguros deben buscar incluir a las personas que se exponen a riesgos mayores y que no tienen acceso a los seguros normales. Se refiere también a los criterios de exclusión, los precios y el sistema de pago.

3. Evaluación de los riesgos de los clientes en la fase de desarrollo del producto

La evaluación de los riesgos de los clientes y de sus comunidades debe formar parte de la fase de desarrollo del producto de los microaseguradores.

4. Evaluación regular de la satisfacción del cliente

Este principio está relacionado con la necesidad de consultar a los clientes sobre los beneficios que reciben al suscribir un microseguro. Insta a los microaseguradores a establecer unos mecanismos eficaces de consulta.

5. Protección de los datos del cliente

Este principio subraya la importancia de la confidencialidad y la necesidad de establecer una relación de confianza con el cliente.

6. Transparencia*

Este principio destaca la necesidad de compartir datos e información de forma transparente y con un lenguaje que resulte fácil de entender tanto para los clientes como para todas las partes interesadas.

7. Normas y políticas auditadas acordes a la misión y visión de la organización

Este principio insta a que los objetivos sociales se incluyan en la misión declarada y se traduzcan en procedimientos y políticas. El respeto de este principio debería llevar a un comportamiento ético por parte del personal y a un alto nivel de atención al cliente.

8. Instauración de una política medioambiental

La organización debería contar con una política medioambiental. Este principio resalta la necesidad de que las microaseguradoras tomen medidas para reducir el impacto negativo sobre el medioambiente.

LOS INDICADORES CLAVE DE DESEMPEÑO SOCIAL

Durante el taller se acordaron un conjunto de once indicadores de desempeño social de los cuales cinco ya se emplean como indicadores de desempeño financiero (marcados con un *). Para estos últimos, la interpretación del índice para el análisis del desempeño social será diferente de su interpretación en el caso de un análisis del desempeño financiero.

El conjunto de indicadores no es una lista exhaustiva, sino que debe considerarse como un conjunto básico para el análisis del desempeño social de programas de microseguros. No se presentan por orden jerárquico y se deben calcular por producto, excepto el índice de retención de personal. También se deberá tener en cuenta que muchos de los indicadores están interrelacionados y pueden depender de uno o varios indicadores.

Índice de siniestros incurridos*

Definición

El índice de siniestros incurridos mide qué proporción de los ingresos por primas se devuelve en concepto de beneficios. El indicador pone de manifiesto si el seguro ofrece al cliente un buen valor por la prima pagada. Se define como los siniestros incurridos en un periodo determinado dividida por las primas ganadas durante el mismo periodo.

Cómo se calcula

Índice de siniestros incurridos = Siniestros incurridos / Primas ganadas

Nota

- Siniestros incurridos = Siniestros en efectivo + cambios en la reserva de Siniestros Incurridos pero no Informados + el cambio en Siniestros en Curso de Liquidación + el cambio en Reserva de Pasivos Ganados;
- Primas ganadas = Ingreso de primas (sin primas al contado) – cambio en la Reserva de Primas no Ganadas;
- Cambio en una reserva = nivel de la reserva al final del periodo contable actual menos el nivel de la reserva al final del periodo contable anterior.

Índice de rechazo de siniestros*

Definición

El índice de rechazo de siniestros mide el número de reclamaciones que se rechazan en una muestra determinada. Indica si se pagan las prestaciones y si el cliente comprende adecuadamente el producto. También está relacionado con cómo de bien explica la microaseguradora el producto. No se debe olvidar que los siniestros rechazados pueden generar opiniones negativas del microasegurador.

Cómo se calcula

Índice de rechazo de siniestros = Número de siniestros rechazados / Número de siniestros para un producto determinado

Índice de renovaciones*

Definición

El índice de renovaciones mide el número de asegurados que renuevan su póliza. El índice indica si los clientes valoran el seguro y si responde adecuadamente a los riesgos a los que se enfrentan. Se debe monitorear durante varios periodos. Una bajo índice de renovación puede indicar una falta de satisfacción del cliente o un precio inadecuado, entre otros.

Cómo se calcula

Índice de renovaciones = Número de renovaciones / Número de renovaciones potenciales

Nota

- Número de renovaciones: número de pólizas renovadas realmente;
- Número de renovaciones potenciales: número de pólizas que se hubieran podido renovar excluyendo a quienes no pueden hacerlo por no cumplir las condiciones de cobertura por su edad avanzada, fallecimiento o cualquier otra razón.

Puntualidad en el trámite de los siniestros*

Definición

El indicador de puntualidad en el trámite de los siniestros mide el tiempo transcurrido entre que se produce el siniestro y que el cliente recibe realmente el pago de los beneficios. Muestra si se liquidan los siniestros dentro de un plazo de tiempo que resulte adecuado para las necesidades de los clientes. También puede ofrecer una idea de hasta qué punto el diseño del producto ayuda a los clientes a utilizar el servicio que proporciona el seguro.

Cómo se calcula

Calcule el porcentaje de siniestros pagados para cada intervalo

Intervalo	Número de siniestros	% del total de siniestros
0 a 7 días	___	___%
8 a 30 días	___	___%
31 a 90 días	___	___%
Más de 90 días	___	___%
	Total ___	100%

Índice de inversión social

Definición

El índice de inversión social mide la cantidad de recursos que el microasegurador destina a la información, la educación, la comunicación y la prevención. El índice busca mostrar si la microaseguradora incluye en su presupuesto actividades que beneficien a la comunidad local.

Índice de inversión social = Gastos en inversión social / Gastos incurridos

Nota

- Gastos de inversión social = Gastos en actividades de información, educación, comunicación y prevención;
- Gastos (de operación) incurridos es la suma de los gastos reales incurridos en el periodo, incluyendo las comisiones y las partidas que normalmente se pasan por alto como las amortizaciones de equipos, la depreciación y los costes de desarrollo de software. No se deben reducir los gastos para reflejar subvenciones o ayudas.

Índice de cobertura*

Definición

El índice de cobertura es la proporción de la población objetivo que participa en el programa de microseguros. Indica si el seguro obtiene unas tasas elevadas de penetración y participación entre la población objetivo de la microaseguradora. Este índice también puede mostrar el éxito del asegurador a la hora de alcanzar a los segmentos deseados por razones sociales (por ejemplo, personas muy pobres).

Cómo se calcula

Índice de cobertura = Número de clientes asegurados activos / Población objetivo

Nota

- Número de asegurados activos en lugar de pólizas activas;
- La población objetivo debe estar definida en el plan de negocio del microasegurador.

Índice de alcance a los pobres

Definición

El índice de alcance a los pobres es la proporción de clientes por debajo del umbral de pobreza del número total de clientes. También muestra hasta qué punto la microaseguradora es capaz de alcanzar los segmentos más pobres de la población. El nivel de pobreza de los clientes se obtiene a través de un cuestionario cuando se registran o mediante la realización de un estudio de pobreza. La definición de pobreza variará según el contexto, pero se debe expresar explícitamente.

Cómo se calcula

Índice de alcance a los pobres = Número de clientes por debajo del umbral de pobreza definido / Número total de clientes

Nota

- El umbral de pobreza variará según el país. Unas fuentes posibles para averiguar el umbral de pobreza de un país determinado son el gobierno o páginas web como www.povertytools.org o www.progressoutofpoverty.org

Índice de alcance rural

Definición

El índice de alcance rural es la proporción de clientes rurales del número total de clientes. Muestra si la microaseguradora realiza una gestión que permita alcanzar unas tasas elevadas de participación en áreas rurales.

Cómo se calcula

Índice de alcance rural = Número de clientes que viven en zonas rurales / Número total de clientes

Nota

- Las áreas rurales son poblaciones fuera de las ciudades como los pueblos y las aldeas. Las áreas semiurbanas no son zonas rurales. En la medida de lo posible, emplee la definición del gobierno para garantizar la coherencia.

Índice de quejas

El índice de quejas mide el número de quejas registradas frente al número de pólizas. Tiene como objetivo mostrar si se trata de forma justa a los clientes y si existen mecanismos adecuados a los que pueden recurrir los clientes, entre otros elementos.

Cómo se calcula

Índice de quejas = Número de quejas registradas / Número total de pólizas

Nota

- Este indicador presupone que la microaseguradora cuenta con un mecanismo para el seguimiento de las quejas;
- Las quejas que se empleen para este indicador debe estar registradas y pueden ser tanto verbales como escritas.

Índice de venta transparente

Definición

El índice de venta transparente mide el número de clientes que han recibido información sobre el producto antes o durante la suscripción del seguro. Está vinculado a la protección al cliente y muestra si se comercializa y proporciona el producto de forma transparente.

Cómo se calcula

Índice de venta transparente = Número de asegurados que han recibido información antes o durante la suscripción / Número de pólizas nuevas

Nota

- Los clientes a los que se les ha informado de forma transparente sobre los precios, los términos, condiciones y exclusiones de la póliza deben firmar un documento en el que reconozcan que han sido informados antes de la suscripción;
- Se debe proporcionar información de tal forma que el cliente pueda entenderla fácilmente.

Índice de retención del personal

Definición

La retención del personal es el porcentaje del personal que ha permanecido en la organización durante el último periodo contable. Es un reflejo de la satisfacción del personal y mide cuantos empleados se quedan en la organización. La satisfacción del personal también tiene un impacto positivo sobre la forma en la que los empleados interactúan con el cliente por lo que está estrechamente vinculado a la protección del cliente y a la calidad de la porción del servicio.

Cómo se calcula

Índice de retención del personal = Número de empleados que han permanecido / Número medio de empleados

Nota

- El número de empleados que han permanecido es el resultado del número medio de empleados durante el periodo menos el número de partidas durante el mismo periodo.