

## Frontiers of inclusive Insurance – Spanish Summary and Transcript

(Note: This transcript was AI-generated using [NoteGPT](#). Transcripts may include inconsistencies or errors and some sentences have been condensed.)

### Résumé

La discussion se concentre sur les défis et les innovations en matière d'assurance inclusive, en particulier à travers des modèles intégrés et paramétriques, en soulignant la nécessité de collaboration et de compréhension des besoins des clients.

### Points forts

- 🌍 L'assurance joue un rôle essentiel dans la gestion des risques, mais reste sous-utilisée sur les marchés émergents.
- 📈 L'assurance intégrée intègre des produits dans des plateformes existantes, améliorant ainsi l'accessibilité pour les utilisateurs à faible revenu.
- 🤝 La collaboration entre les parties prenantes est essentielle pour développer des solutions d'assurance inclusives.
- 💡 L'assurance paramétrique offre des paiements rapides basés sur des déclencheurs basés sur les données, renforçant ainsi la résilience face aux risques climatiques.
- 👤 Comprendre les besoins des clients par un engagement direct est crucial pour un design de produit efficace.
- 🏠 L'accès au capital et des cadres réglementaires favorables sont vitaux pour l'échelle des produits d'assurance innovants.
- 📊 L'utilisation des données provenant des plateformes numériques peut améliorer l'évaluation des risques et les offres de produits.

### Principales idées

- ✨ L'importance de l'engagement des clients : S'engager directement avec les clients aide à comprendre leurs risques et préférences uniques, ce qui conduit à un meilleur design de produit et à une meilleure acceptation. Cette approche participative peut révéler des informations que les méthodes traditionnelles ont souvent tendance à ignorer.
- 🔄 L'assurance intégrée comme un changement de jeu : En intégrant l'assurance dans des plateformes utilisées au quotidien, cela réduit les barrières d'accès et augmente l'adoption dans les populations mal desservies, rendant l'assurance plus pertinente et accessible.

- ☁ L'assurance paramétrique pour la résilience climatique : Ce modèle automatise les réclamations basées sur des déclencheurs prédéfinis, ce qui le rend idéal pour les risques climatiques rapides. Il permet aux communautés vulnérables de se remettre rapidement des événements défavorables.
- 🤝 La collaboration est la clé : Les modèles d'assurance inclusive réussis nécessitent des partenariats entre secteurs, y compris les entreprises technologiques, les assureurs et les organisations communautaires, pour tirer parti des ressources et de l'expertise de manière efficace.
- 📊 Prise de décision basée sur les données : Utiliser les données des plateformes numériques aide à mieux comprendre les risques et à adapter les produits, ce qui est crucial pour renforcer la confiance et garantir des prix équitables.
- 📁 Besoin de capital patient : Développer des produits d'assurance inclusifs nécessite des investissements importants et des stratégies d'investissement à long terme pour passer les phases de test et d'échelle.
- 📜 Plaidoyer réglementaire pour l'innovation : Il est essentiel de naviguer dans les défis réglementaires et de travailler vers des cadres qui permettent l'innovation tout en protégeant les consommateurs, garantissant que de nouveaux produits puissent atteindre ceux qui en ont le plus besoin.

## Transcript

00:16

Hola a todos, el seguro es uno de los servicios financieros más antiguos y tiene un papel vital en ayudar a las personas a enfrentar riesgos. Sin embargo, a pesar de su importancia en la construcción de resiliencia frente a choques económicos, el uso y la contratación de seguros siguen siendo bajos en muchos mercados emergentes, especialmente entre los hogares de bajos ingresos y los pequeños emprendedores. Una investigación de LSC muestra que en Asia y África, solo el 3.5% de los hogares tiene cobertura de seguro de salud. Este problema se agrava por la falta de datos disponibles.

00:51

Sobre las barreras de acceso y uso de productos de seguros, al mismo tiempo en Aion hemos visto una nueva ola de productos de seguros que creemos que juegan un papel importante en la promoción de la inclusión financiera. Abordar los riesgos de maneras innovadoras es complicado y necesita el apoyo a nivel de ecosistema de varios actores, por eso hoy tenemos la suerte de estar discutiendo esta nueva ola de modelos de seguros inclusivos con los interesados a lo largo de la cadena de valor de la industria. Hoy tenemos la oportunidad de hablar sobre estos nuevos modelos de seguros.

01:25

Desde las perspectivas de cuatro actores de la industria: un emprendedor, un asegurador, un reasegurador y yo, un inversionista. Hoy estoy emocionado de dar la bienvenida a este fantástico panelista. Primero, tenemos a Felipe Cunha, el CEO y fundador de ToGarantido, una insurtech de impacto social galardonada. Felipe ha dedicado su carrera a transformar el panorama del seguro para los trabajadores de bajos y medianos ingresos en Brasil, aprovechando más de una década de experiencia en finanzas internacionales, capital de riesgo y desarrollo de infraestructura.

02:02

Ha liderado con éxito a ToGarantido para convertirse en un proveedor líder de soluciones de seguros integrados en Brasil. También tenemos a Quentin Jizo, jefe de Asociaciones e Innovación en AXA, una empresa que facilita el acceso a seguros inclusivos para 14 millones de clientes de bajos ingresos en 12 mercados emergentes. Quentin también impulsa el desarrollo de soluciones de seguros inclusivos para segmentos vulnerables en Europa, con un enfoque especial en microempresarios. Y en un momento se unirá a nosotros Shelly Habecker.

02:39

"She es la responsable de sostenibilidad en vida y salud en Swiss Re. Actualmente se enfoca en ayudar a los socios de reaseguro de Swiss Re a aumentar las ventas con impacto social, haciendo que el seguro de vida y salud sea más inclusivo para comunidades desatendidas. Shelly se unió a Suri en 2016 y ha trabajado en varios roles de innovación, utilizando su experiencia como antropóloga para realizar investigaciones de mercado y entender mejor las necesidades de los clientes para el desarrollo de casos de negocio. Hoy estaré moderando esta discusión para explorar qué está funcionando en las fronteras."

03:11

"del seguro inclusivo, qué es y cómo podemos trabajar juntos para aumentar las tasas de adopción de seguros. El primer modelo que queremos discutir es el auge del seguro integrado. En este modelo, los servicios de seguro se integran dentro de plataformas digitales que los clientes ya están usando. Esto facilita la distribución de productos, ya que los clientes pueden acceder a ellos fácilmente como parte de sus operaciones diarias. Además, los proveedores de seguros pueden aprovechar datos únicos obtenidos de estas plataformas digitales para mejorar sus servicios."

03:43

He visto cómo este modelo ha ganado dirección a nivel global y ha atraído inversiones significativas en varios mercados. Felipe, estoy muy emocionado de charlar hoy sobre este modelo. Quizás, Felipe, podrías empezar tú, ya que eres emprendedor y trabajas en este ámbito. ¿Podrías compartir más sobre tu modelo de negocio y por qué decidiste crear una startup de seguros integrados? Excelente, muchas gracias por la introducción, Sebastián, es un placer estar aquí. Bueno, mi nombre es Felipe Cunha, soy COO y fundador de...

04:12

..ToGarantido es una insurtech de impacto social que se enfoca en ofrecer soluciones de seguros para la población de bajos y medianos ingresos en Brasil. Principalmente nos hemos centrado en los trabajadores de la economía colaborativa, especialmente en los repartidores que trabajan con las principales plataformas digitales de entrega de comida. Al principio no empezamos como un modelo de seguros integrados, sino como un mercado para ofrecer soluciones de seguros a la población de bajos y medianos ingresos en Brasil, ya que Brasil es uno de los países más digitalmente involucrados.

04:52

"Países del mundo, cuando vimos todas las grandes plataformas, Brasil, especialmente en los segmentos de ingresos bajos y medios, tienen un compromiso muy alto en la tradición de los medios digitales como YouTube, Google y WhatsApp, entre otros. Así que decidimos crear este mercado para productos de seguros para personas de bajos y medianos ingresos. Pero luego, en 2021, ganamos una licitación para iFood, que es una de las plataformas de entrega de comida más grandes de América Latina y una de las más grandes a nivel global también."

05:30

Ser la insurtech elegida para distribuir digitalmente productos de seguros a los trabajadores independientes del ecosistema de Ifood. Cuando cambiamos a este modelo de seguros integrados, nos dimos cuenta rápidamente de que podíamos pasar de un mercado tradicional a un modelo de seguros integrados, lo que nos daba una tasa de conversión y un compromiso mucho más significativos, además de incrementar las ventas de seguros en esta plataforma. Todo cambió cuando decidimos hacer la transición al modelo de seguros integrados.

06:13

La primera vez, en el primer momento, ya duplicamos la tasa de conversión porque vimos cuándo podíamos ofrecer la oferta de seguro adecuada al precio correcto y, sobre todo, con las tasas de aceptación adecuadas, que es uno de los mayores problemas que

teníamos. Realmente podemos cambiar las reglas del juego para las compras de seguros digitales y ha sido un éxito desde entonces, logrando tasas de conversión muy altas y protegiendo a cientos de miles de trabajadores por encargo en Brasil. ¡Increíble! Gracias por compartir eso, Philipe, y estoy emocionado por lo que viene.

06:50

Investiga más sobre este modelo, especialmente con alguien en los focos, eh, Quentin, me encantaría pedirte tu perspectiva como asegurador. ¿Está Ax ofreciendo actualmente soluciones en el espacio de finanzas integradas? Y si es así, ¿qué te entusiasma de este modelo de negocio? Bueno, gracias, Sebastián, por la invitación y a Felipe también por lo que dijiste, no podría estar más de acuerdo. Y es interesante, lo que Felipe no menciona es que está llevando su éxito en Brasil a Francia, así que, ya sabes, ¡genial!

07:26

Interesante y emocionante, y sabes, hay muchos trabajadores por encargo aquí también, y los desafíos de protección social, ya sabes. Y las oportunidades de seguros integrados tienen mucho sentido aquí. Para ser honesto, mi respuesta a tu pregunta, Sebastián, sobre los seguros integrados, creo que si estás tratando de ver el lado del seguro inclusivo, es sobre cómo llevar protección social y seguros a las poblaciones desatendidas y a las personas que, ya sabes, no tienen acceso a eso.

07:57

tengo una gran experiencia en seguros, es algo que siempre ha estado presente y probablemente ahí es donde nació la industria. No sé si se le llamaba seguro embebido, tal vez se le llamaba seguro de crédito, o trabajaba con instituciones de microfinanzas, que fue donde nació gran parte del microseguro. Y sé que Shelly tiene mucha experiencia en eso, así que la dejaré que hable al respecto. Pero siempre ha estado ahí, porque la gente no se despierta por la mañana y dice "hoy voy a comprar un seguro".

08:28

Una póliza de seguro, eh, si nunca han estado asegurados, no van a entrar a tu página web, ¿verdad? Y la mayoría de estos clientes en los mercados emergentes están en el sector informal, son su propio jefe, así que no tienen seguro a través de un contrato laboral, porque no hay un contrato formal. Entonces, la distribución, ya sabes, llevar el seguro hasta el último rincón, tienes que integrarlo en la vida de los clientes y combinarlo con servicios, productos y marcas.

08:56

"Que usan y en lo que confían, y creo que ahí es donde lo de incorporar el seguro tiene más sentido. Entonces, lo digital definitivamente lo ha llevado al siguiente nivel, y creo que ese es tu punto, Sebastián, ¿verdad? Pero ha habido quizás varias olas, incluso hoy. Justo antes de este panel, estuve al teléfono con un operador de telecomunicaciones que también maneja una institución de pagos en África, y estábamos teniendo exactamente esta conversación sobre cómo podemos incorporar el seguro."

09:28

Ambos saben que dentro de su negocio de telecomunicaciones y su servicio de pagos móviles tienen que resolver sus desafíos clave. Así que mi respuesta sería que es esencial, probablemente siempre ha estado ahí, pero tampoco es tan fácil, ¿verdad? A veces pensamos, "bueno, vamos a agrupar las cosas y va a ser genial". Hemos intentado varias alianzas con empresas de transferencias de dinero, pensando que la gente envía dinero a casa, ¿por qué no pueden enviar un poco más?

09:58

"El seguro en casa, ya sabes, desde África o de EE. UU. a México, pero a veces es bastante complicado. No todas estas organizaciones tienen claro que el seguro debería ser parte de su modelo de negocio, y no, tienes que encontrar el momento adecuado en la vida del cliente para que funcione. Totalmente, gracias por compartir eso. Creo que me encantan los puntos que mencionas, hay un montón de potencial, pero también hay desafíos, no es fácil."

10:29

No es tan obvio como parece a primera vista. Estoy súper curioso, ¿puedes compartir tu perspectiva sobre el potencial de las finanzas integradas y contar un poco más sobre cómo estás operando en este espacio? Claro, primero déjame comprobar si todos me oyen bien. Excelente, excelente. Tuve algunos problemas con los firewalls que me hicieron difícil conectarme, así que estoy en mi teléfono. Pero sí, muy contento de estar aquí y quizás para empezar...

11:05

Para aquellos que quizás no estén tan familiarizados con lo que es la reaseguradora, déjenme empezar por ahí. La reaseguradora, de manera muy simple, es una forma de gestionar y compartir el riesgo entre las compañías de seguros y las instituciones gubernamentales del sector público. Así, si hay una pandemia o una catástrofe natural, ninguna entidad se queda con todo ese riesgo. Entonces, la pregunta sería, ¿por qué le

interesaría a una compañía de reaseguro el seguro embebido y las finanzas inclusivas? Y, por supuesto, tenemos h a financiera.

11:46

Interés en ampliar la asegurabilidad, pero al mismo tiempo reconocemos que hay mucha gente que no tiene las necesidades de protección ante riesgos que, um, no pueden manejar adecuadamente y no tienen suficiente protección. A eso le llamamos una brecha de protección. Y creo que en una conversación sobre inclusión financiera, son las personas que están incluidas financieramente las que tienen muchas oportunidades para acceder a seguros. La mayoría de los seguros tradicionales se venden a través de agentes que, um...

12:25

consiguen comisiones, así que están motivados a vender pólizas grandes a clientes más adinerados. Lo realmente emocionante de los seguros integrados es que abre una forma completamente nueva de acceder a los clientes, porque no estás trabajando a través de un canal de agentes, sino que trabajas con instituciones que ya están tratando con clientes de ingresos más bajos. Ellos ya tienen la confianza de esos clientes y puedes incluir el seguro en esas transacciones de una manera fluida, para que no se sienta extraño.

13:01

Duele mucho cuando pagas la prima, es como parte de otra transacción financiera que estás haciendo. Para dar un ejemplo concreto, esto asegura muchos productos de seguros integrados a nivel global, pero el que más disfruté aprender y visitar fue este año cuando tuve la oportunidad de ir a Nigeria. En este caso particular, estamos colaborando con un banco, una compañía de seguros y Women's World Banking, que es una organización sin fines de lucro dedicada a la inclusión financiera y que se especializa en eso.

13:42

en microseguros, el producto está disponible para mujeres que son emprendedoras, y esta oportunidad les permite tener algún tipo de reemplazo de ingresos. Imagina que trabajas en un mercado, vendiendo tus cosas, y de repente te hospitalizan, o tienes a un hijo o a tu pareja hospitalizados, lo que te aleja de tu trabajo por varios días. Este producto de seguro te paga si pasas la noche en el hospital y también cubre los beneficios por maternidad, así que estas mujeres están...

14:24

Acceder a este producto en el contexto de sus préstamos a través del banco, está integrado en ese préstamo. Así que están devolviendo el préstamo y también están pagando un poco de prima y reciben este beneficio. Este es un producto en el que hemos trabajado con AXA en Egipto y ha tenido bastante éxito en llegar a mujeres. Quiero destacar rápidamente cuatro cosas que creo que son súper importantes y necesarias para hacer que estas oportunidades de seguros integrados sean exitosas.

14:57

Algo que describimos con más detalle en un informe suizo llamado "El radar de inclusión en vida y salud", si los que están en la línea quieren echarle un vistazo. Pero creo que lo primero que diría es que es súper importante comenzar con investigación para entender las necesidades de tu cliente objetivo. Las compañías de seguros históricamente no han hecho transacciones con poblaciones de bajos ingresos y algunas de estas comunidades, así que no tenemos datos, no sabemos quiénes son estas personas y podemos estar haciendo muchas suposiciones erróneas.

15:35

Sobre lo que necesitan, así que es súper importante empezar por escuchar y entender lo que estos clientes valoran. Muchas veces tienen sus propias formas tradicionales de manejar el riesgo, así que hay maneras en las que puedes acompañarlos y apoyarlos. Lo segundo que es absolutamente necesario son las alianzas estratégicas, y me encanta la variedad de voces en esta llamada porque estas son las alianzas con las que trabajamos todo el tiempo. Tenemos emprendedores que están proporcionando una especie de camino digital para acceder a los clientes.

16:10

Necesitamos a los socios de distribución, las compañías de telecomunicaciones, los bancos, ellos tienen los clientes. Luego necesitamos a los operadores, como Quinton que está representando a AXA, y detrás de eso están las Reaseguradoras suizas que ayudan a compartir el riesgo y pueden ofrecer apoyo en suscripción y precios. Esa es la parte de la asociación estratégica. La tercera cosa son los productos, tienen que ser simples, no pueden ser complicados porque si no, no funcionan. Así que hay mucha innovación que se necesita hacer.

16:46

"Colócalo ahí y luego diría que el diálogo regulatorio es realmente importante. Quizás esa sea la otra parte que debería estar representada en esta llamada. Los reguladores tienen el mandato de proteger a los consumidores, y eso es muy importante, pero siempre hay que

encontrar un equilibrio, ¿verdad? Entre probar cosas nuevas e innovadoras. Es clave hablar con tus reguladores para asegurarte de que estos modelos puedan tener éxito. Y, Sebastián, si me lo permites, creo que ilustrando..."

17:20

Tu comentario sobre la simplicidad, sabes, mencionaste el producto en Egipto. Creo que este producto en Egipto es un poco similar al de Nigeria, que está con la institución de microfinanzas de la Fundación Lead, apoyando a mujeres emprendedoras. La diferencia de este producto es que cubría el riesgo de hospitalización para las mujeres prestatarias, y probablemente sea el único producto de seguro en Egipto y tal vez incluso en una área más amplia, donde no hay exclusiones.

17:50

"lo que sea sobre el producto, así que no te estamos preguntando si fuiste al hospital por un accidente, si estuviste enfermo o si tiene que ver con el embarazo. Estamos cubriendo todo, todos los hospitales, y es un producto sin preguntas, ¿verdad? Así es como se construye la confianza con el cliente, pero también es la manera de asegurar que el modelo de negocio funcione, porque si operas con una póliza de un dólar al mes..."

18:18

No quieres tener un montón de trabajo para pagar una reclamación, necesitas hacerlo rápido. Así que estoy de acuerdo contigo, es la simplicidad lo que importa. Me encanta, muchas gracias por compartir estas perspectivas. Es realmente emocionante escuchar cómo estos modelos han tenido éxito de diferentes maneras en Brasil, Egipto y Nigeria. Quizás como seguimiento, creo que uno de los puntos que hemos mencionado es sobre cómo el seguro embebido es algo único.

18:52

De la manera en que se está distribuyendo, estás trabajando con diferentes socios, estás, ya sabes, agrupándolo como parte de un conjunto diferente de productos. ¿Podrías explicar un poco más sobre lo emocionante que es distribuir a través de estos tipos de socios y cómo esto podría abordar algunos de los desafíos de distribución en el seguro directo? También, ¿qué lecciones has aprendido sobre qué tipo de alianzas buscar, qué ha funcionado y qué no? ¿Alguien quiere comentar sobre esto?

19:30

Bueno, puedo intentarlo si quieres. Creo que lo que tú dices son las barreras, los desafíos que hay, como el acceso físico a agentes y corredores, que creo que mencionaste.

También hay cuestiones de comprensión y confianza, que tú mencionaste, Felipe. Entonces, necesitas encontrar canales que combinen un acceso lo suficientemente grande a una base de clientes que maneje el riesgo y logre economías de escala. Suena simple, pero no lo es.

20:05

Así de simple, necesitas canales que sean confiables. Sabes, cuando recargas tu teléfono, funciona; y cuando haces una transferencia de dinero, el dinero llega al otro lado, ¿verdad? Así que se cumple la promesa. Estás construyendo sobre la confianza que tienen estas marcas, porque no creo que haya mucha gente, ya sabes, en nuestra base de clientes en Egipto, que conociera AXA antes del producto, pero sí conocían la institución de microfinanzas. Así que ahí está la confianza.

20:34

Un aspecto, que tal vez subestimamos un poco pero que creo que es esencial, es que este canal te tiene que permitir hacer transacciones financieras. Porque, ya sabes, cobrar primas y pagar reclamaciones tiene que ser rápido, fluido y barato. No hay modelo de negocio si estás manejando una póliza de 50 centavos o un dólar en efectivo y tienes que pagar para recoger ese efectivo, o si estás enviando un cheque al otro lado del país. Así que tal vez me centraría en estas tres cosas.

21:09

Sí, yo añadiría que es muy importante en el modelo de seguros embebidos, especialmente cuando se trata de productos más complejos, tener un proceso de suscripción digital. Una de las cosas que hicimos en iFood fue masificar la distribución del seguro de moto para los trabajadores por encargo en la plataforma. Normalmente, lo que hizo el equipo de IO fue crear dentro del club de beneficios para los trabajadores la posibilidad de acceder a productos de seguros para sus motos, y todo a través de una solución automatizada con un chatbot.

21:50

"Ofrecer todo el proceso de suscripción digital y también inspecciones digitales y demás, para que los trabajadores por encargo puedan comprar un producto de seguro que normalmente requeriría una suscripción más compleja, en solo cuatro minutos. Todo con la explicación del producto y las coberturas de manera online y digital. Es muy importante tener mucha tecnología incorporada en esto y también hay un desafío de integración sobre cómo integrar todo."

22:34

plataforma que está realizando la compra de seguros y la suscripción digital dentro de las plataformas digitales que son los socios de distribución. Entonces, cuando puedes combinar ambas estrategias, cuando tienes un socio que le da a su audiencia, a su ecosistema, la conciencia de que tienen este producto disponible a un precio especial, a un precio muy accesible para su base de clientes o para los socios del ecosistema, también puedes...

23:14

"Ofrecen una integración muy fluida y también la compra de pólizas dentro de su app. Es una herramienta realmente poderosa para dar acceso a seguros. Por ejemplo, la mayoría de nuestros clientes, como Garantía, Ifood, Rappi y todas las plataformas con las que trabajamos aquí en América Latina, pueden acceder a todo el proceso de suscripción de manera digital. Para muchos de ellos, es la primera vez que están comprando un seguro en su vida, así que lo bueno es que confían en la plataforma."

23:54

El canal por el que obtienen el seguro siempre dice: "Oh, este es el seguro de iFood" o ni siquiera saben qué compañía de seguros está detrás, pero dicen: "Oh, es un buen seguro, lo ofrece iFood". Además, el proceso es muy fluido y ágil. Cuando necesitan acceder al seguro para recibir sus reclamos, el proceso tiene que ser rápido, porque especialmente en esos ecosistemas, se comunican entre sí muy activamente.

24:26

Alguien no recibe una reclamación muy rápido y por una razón que no está muy bien explicada. Probablemente van a chismear en sus grupos de WhatsApp y decir: "Oh, este producto de la compañía de seguros no funciona, no nos están dando la protección que nos dijeron que nos darían". Así que es algo muy activo y tienes que tener una forma muy digital de ofrecer estos productos de seguros y responder a las necesidades de estos clientes que no están bien atendidos.

25:07

"Eh, muy rápido también, para darle a los productos de seguros la visibilidad adecuada y también la aceptación por parte de los usuarios, y realmente generar un impacto social. Me encanta el detalle del caso de Felipe porque muestra cómo todo esto funciona junto. Pero creo que cuando estás tratando de iniciar algo, es fundamental encontrar a los socios adecuados que tengan intereses alineados. Creo que uno de los desafíos que he visto es que, para..."

25:47

un socio de distribución que sería perfecto para ayudarte a acceder a millones de clientes, pero entonces la pregunta es ¿por qué necesitan seguros? ¿qué hay para ellos? y ¿será esta una estrategia a largo plazo para agregar valor a sus transacciones al incorporar el seguro o simplemente es una campaña de marketing a corto plazo? Si es una campaña de marketing a corto plazo, es poco probable que todo funcione porque hay diferentes intereses en juego.

26:20

Creo que tal vez lo último que quiero decir es la importancia de la rentabilidad, porque muy a menudo son tres o cuatro empresas las que se juntan y el caso de negocio tiene que funcionar para todas ellas para que sea sostenible. Y estamos hablando de pólizas pequeñas, así que la escala es clave para que estos modelos de seguro integrado sean exitosos. 100%, gracias a todos por compartir esto y estoy de acuerdo, es emocionante escuchar cómo están funcionando estas cosas en el terreno. Además, no puedo estar más de acuerdo con lo que dices, Shel.

26:57

"Como inversionistas, hemos visto una y otra vez que la diferencia para muchas de estas empresas que logran escalar y las que se quedan atrás es simplemente la calidad de las asociaciones y encontrar el ajuste correcto entre el producto y el canal. Ahora voy a cambiar un poco de tema. Hemos estado teniendo esta gran discusión sobre el seguro embebido y de hecho hemos recibido muchas preguntas en la sección de Q&A, las cuales responderemos hacia el final del panel. Así que, oyentes, por favor, pongan sus preguntas en el chat. Pero ahora me gustaría..."

27:30

Para llamar la atención sobre el segundo modelo que también hemos identificado como interesante, en uno de los modelos que estamos siguiendo están las Soluciones de Seguros Paramétricos. En este modelo, los pagos están vinculados a disparadores predeterminados, como los niveles de lluvia, lo que permite una resolución automática de reclamaciones. Esto es extremadamente interesante, ya que el calor extremo, las inundaciones y las sequías se han convertido en preocupaciones globales importantes. Los modelos de seguros paramétricos han surgido como una solución novedosa para protegerse contra los riesgos climáticos, y de hecho, el primer pago de este tipo ya se ha realizado.

28:07

"Para la póliza de seguro paramétrico de calor que ocurrió en 2024, fue un momento clave para esta innovación. Así que, al cambiar de tema y hablar sobre este otro modelo, Shel, me encantaría saber tu opinión. ¿Cuáles son las principales ventajas de los modelos de seguro paramétrico, especialmente en la gestión de riesgos climáticos, en comparación con el seguro tradicional? ¿Y cómo mejoran la resiliencia ante eventos como los que mencionamos, como inundaciones y sequías? Sí, el seguro paramétrico es súper interesante, creo."

28:44

La clave diferencia es que no es un enfoque basado en reclamaciones, sino más bien un enfoque basado en datos para el seguro. Es un seguro basado en datos, así que se paga una reclamación cuando ocurre un evento específico. Esto significa que evitas el proceso largo y complicado que puede haber al evaluar una pérdida, que es el enfoque tradicional. Cuando ocurre un evento, necesitas que un examinador salga y lo evalúe, pero de esta manera tienes la capacidad de que sean simples de entender y fáciles de administrar.

29:23

El pago es muy rápido, así que esas son las ventajas de este enfoque. De hecho, fue un producto de seguros paramétricos lo que me interesó en unirme a la industria de seguros hace ocho años. Hice una amiga que me habló de esta compañía de reaseguro, Swiss Re, que hace que el mundo sea más resiliente, y eso llamó mi atención, porque, ¿cómo haces que el mundo sea más resiliente? Me contó sobre un producto paramétrico que Swiss Re y sus socios habían desarrollado en Kenia, que estaba proporcionando cobertura contra sequías.

29:59

Eh, protección para los agricultores, y el índice estaba conectado a imágenes satelitales. Los agricultores eran parte de un programa agrícola y si había un cierto nivel de falta de lluvia, recibían un pago automático en su teléfono o en su billetera electrónica. Me sorprendió mucho esto, porque hasta ese momento en mi carrera había estado pensando en el desarrollo sostenible en términos de generación de ingresos y acceso a crédito y ahorros, y pensé que, claro.

30:35

El seguro es una forma de protegerse contra esos riesgos. Cuando piensas en lo que significa ser resiliente, para mí es poder levantarse de nuevo cuando algo malo sucede. Imagina a un agricultor que ha pasado por una mala cosecha; recibe un pago y puede volver a sembrar la próxima temporada, mantener a sus hijos en la escuela y seguir

alimentando a su familia. Eso es resiliencia. Así que, aprendí sobre eso y dije que quería trabajar para una empresa que pudiera hacer eso y hacer más.

31:09

Eso y, eh, ahora con la proliferación de datos, estos son nuevos parámetros o índices que nos permiten gestionar los nuevos y emergentes riesgos climáticos. Mencionaste el pago del producto de calor extremo. Este es uno realmente emocionante que Swisser ha respaldado en India y ha beneficiado a más de 40,000 mujeres este año. El índice estaba relacionado con alcanzar, creo, como 100 grados Fahrenheit o 37 grados Celsius durante un cierto número de días.

31:51

Las mujeres recibieron un pago que les da un ingreso crucial para los días en que hacía demasiado calor para ir a trabajar. Además, hay que pensar en el hecho de que, al no estar en el trabajo, están evitando todos esos problemas de salud que vienen al trabajar en temperaturas altas. Creo que esta es una forma realmente emocionante de brindar acceso a protección contra riesgos, algo que es difícil de conseguir de otras maneras. También creo que esto abre la puerta a modelos nuevos e interesantes.

32:32

Eso se puede financiar a través de asociaciones público-privadas, porque los gobiernos tienen la obligación de apoyar a las poblaciones más vulnerables. Suiza tiene asociaciones público-privadas muy interesantes que nos permiten brindar este tipo de protección y ayudar a las comunidades vulnerables a ser más resilientes. Me encanta eso, gracias por compartir esa experiencia. También me gusta escuchar cómo esto fue lo que te interesó, porque creo que para nosotros en Aion fue algo muy similar.

33:04

Empezamos a ver todos estos modelos de seguros paramétricos y nos emocionamos muchísimo. Quizás esto sea un buen momento para preguntarte, Quenton, como cuidador, ¿qué tipo de innovaciones has visto realmente en torno al seguro paramétrico? Me interesa especialmente cómo piensas que se pueden aplicar para ayudar a los que no tienen acceso. Gracias por la pregunta, espero que no escuches la lluvia que está retumbando a mi alrededor. Tal vez debería comprar un índice de lluvia.

33:45

Seguro, eh, no, creo que tú diste la palabra clave y yo estaba, ya sabes, mirando las preguntas mientras hablabas. También había una pregunta sobre, ya sabes, subsidios y

cuán necesarios son los subsidios para que esto funcione. Y es interesante porque, ya sabes, creo que los ejemplos más exitosos a gran escala de, ya sabes, seguros paramétricos, especialmente si estás mirando... quiero decir, el seguro paramétrico, como dijiste muy bien, no es solo para pequeños agricultores, no es así.

34:15

Solo para los cultivos, eh, y eso, tenemos que trabajar en nuevas ideas como este producto para el calor. Pero hay una necesidad, ya sabes, social de resiliencia para los pequeños agricultores que están alimentando sus países y asegurando la seguridad alimentaria. Por eso quería, ya sabes, dar un paso atrás y llevarte a un país que me importa mucho y donde he trabajado bastante, que es India. Y la razón de eso es que India, ya sabes, ellos...

34:45

Han estado trabajando en seguros indexados y seguros agrícolas por más de 30 años. Han aprendido mucho y lo han mejorado con el tiempo. Creo que la colaboración público-privada ha sido clave para lograrlo de una manera interesante. Actualmente, hay dos programas en India. El principal se llama esencialmente el esquema de seguros agrícolas del primer ministro, y luego hay otro para cultivos específicos como la horticultura, etc., que es totalmente diferente.

35:17

El esquema de seguro basado en índices, pero el principal, eh, la manera en que funciona es que es un índice, pero es un índice de rendimiento. Entonces, cada año, al final de la temporada, miras cuál fue el rendimiento real de un cultivo específico, sabes, para una área concreta. Y así es como funciona: tienes a un funcionario del gobierno que está haciendo un experimento de corte de cultivos y que dice, "bueno, el rendimiento fue X", así que, eh, activas el índice, o al contrario, si fue un buen año, no lo activas. Y siento que, sabes, eh, tal vez suene un poco así.

35:51

Quizás suene un poco pesado, ya sabes, un poco anticuado. No es del todo automático ni todo basado en satélites, pero hay una razón por la que es el sistema más exitoso del mundo. Y es porque también hay un toque humano que acompaña a la tecnología. Y el seguro indexado es un concepto muy complicado, ¿verdad? Tú lo explicaste muy claro, pero cuando eres un agricultor pequeño en una zona rural y te dicen: "Bueno, va a haber un índice"...

36:20

Y va a haber datos que van a llegar ahí, y ya sabes, el concepto tal vez no sea tan fácil de entender. Creo que en India han logrado hacerlo funcionar muy bien, y la prueba de eso es que ahora en India este esquema de seguro de cultivos cubre a tantos agricultores que tenían un crédito. Porque usualmente, cuando sacas un insumo agrícola, tomas un préstamo para comprar semillas, etc., a menudo el banco exige que contrates un seguro de cultivos, pero hay tantos de esos.

36:51

Los agricultores que ahora han optado por participar, incluso sin un crédito, lo hicieron porque, ya sabes, sintieron que había una demostración del valor a lo largo de varios años y no solo, ya sabes, el año después del evento. Y esto me lleva al tema de los subsidios en India. El seguro de cultivos está subsidiado, a veces hasta un 90%, por el estado. Y creo que, en realidad, no creo que siempre se necesite subsidiarlo al 90%; eso probablemente sería demasiado.

37:21

Ambicioso en muchos casos, pero es una parte clave del éxito. Cuando miras el seguro agrícola en Francia y en Estados Unidos, los niveles de subsidios son similares. El año pasado, en Francia, el subsidio se aumentó del 60 al 70%. Así que es difícil imaginar que un pequeño agricultor en Burkina Faso o en otros países donde estamos trabajando pueda pagar por su cuenta. Los agricultores aquí no pagan el precio completo, y no estoy...

37:52

Decir que sabes de agricultura es un negocio con márgenes muy altos, siempre en Francia no es así, pero hay una razón social para eso. Entonces, necesitas subsidios, que pueden venir del estado o, al principio, deberían venir de donantes para poner la rueda en marcha y demostrar el caso. Hay un gran trabajo hecho por el PMA, por el Global Shield, el fondo de soluciones de resiliencia de seguros con el gobierno alemán, así que hay mucha atención pública sobre esto.

38:21

Ahí, pero a veces también, no sé si hay gente escuchándonos que trabaja en el ámbito agrícola corporativo, pero ahí también puedes integrarlo en el tema de este panel, puedes incorporarlo en tu estrategia de abastecimiento. Estamos trabajando en Burkina Faso con fuentes de manteca de karité de agricultoras en Burkina. Bueno, en realidad, ellas están ofreciendo seguros indexados y seguros de salud para esos agricultores, y eso está integrado como parte de su estrategia de abastecimiento.

38:50

"Subsídalo para que sepas que creo que puede funcionar hasta ese punto. Y tal vez una última cosa que me emocionó la semana pasada: estuvimos en el suroeste de Francia y estábamos charlando con alguien que está en el negocio del vino y de los seguros, lo cual para mí significa que es una persona de alta calidad. Además, él también explicó que en Francia acabamos de lanzar el primer seguro indexado, también para los agricultores."

39:22

Índice diseñado por Airbus y básicamente cubre cuánto pasto va a crecer en las praderas y cuánto rendimiento vas a obtener. Pero es algo bastante reciente, definitivamente más que lo que pasó en Kenia o en India de lo que estábamos hablando. Así que hay inspiraciones aquí también, totalmente. Me encanta escuchar cómo ha evolucionado este espacio desde hace ocho años, cuando te emocionaste por primera vez, hasta la semana pasada, cuando...

39:54

Cuando hablas de un producto nuevo, ¿verdad? Y tienes curiosidad sobre el futuro, Felipe, tú estás en la línea del frente. Me interesa saber qué se necesita para llevar estos productos al mercado y si crees que este tipo de productos podrían ser interesantes para tu base de clientes objetivo. Perfecto. Bueno, cuando piensas en seguros paramétricos, normalmente piensas en seguros agrícolas, seguros indexados para la agricultura. Pero cuando analizas los riesgos climáticos...

40:30

Hay mucho espacio para desarrollar seguros paramétricos para poblaciones de urnas, por ejemplo, en Garantía no hemos distribuido un seguro paramétrico hasta ahora. En Brasil, no estamos realmente preocupados por este tipo de riesgo porque antes no se consideraba a Brasil un país de catástrofes, un país con riesgos climáticos. Pero, recientemente hemos tenido eventos climáticos extremos muy grandes, especialmente en el Río Grande del Sur.

41:13

En el estado brasileño al sur de Brasil, tuvimos inundaciones extremas y más de 9,000 trabajadores independientes se vieron afectados. También más de 20,000 restaurantes de las redes de comida sufrieron. Realmente vivimos en carne propia lo poco preparados que estamos para esto y lo insuficientes que son los productos de seguros, además de la falta de protección contra riesgos para este tipo de clientes. Es algo que realmente necesitamos abordar.

41:53

Para poner estos productos en el mercado, realmente necesitamos un enfoque muy diferente para la suscripción, porque hay mucha información disponible, no solo para fijar el precio de este riesgo, sino también para crear medidas preventivas que nos permitan actuar de antemano. A través de las plataformas digitales que son nuestros socios de distribución, podemos enviar mensajes y aconsejar a los clientes sobre cómo pueden protegerse cuando estos eventos son más probables de ocurrir. Así que hay mucho espacio para la innovación de productos, no solo en...

42:33

"el sector agrícola, pero también por los riesgos climáticos en las grandes ciudades. Por ejemplo, la semana pasada en São Paulo, debido a tormentas extremas, más de 1.4 millones de personas se quedaron sin energía. Muchos restaurantes pequeños sufrieron porque perdieron toda la comida que tenían almacenada para atender a sus clientes. Para ellos, fue una gran pérdida que realmente todos los involucrados tuvieron que enfrentar."

43:20

Están pensando en cómo desarrollar soluciones para hacer que estos ecosistemas sean mucho más resilientes. Yo diría que hay mucho espacio para este tipo de seguros paramétricos en áreas urbanas, especialmente en lo que respecta a los riesgos climáticos. Hay muchos datos disponibles para crear nuevos productos, y realmente necesitamos involucrar más a las aseguradoras y reaseguradoras en esa conversación, porque hay muchas posibilidades buenas en eso. ¡Fantástico! No, gracias por compartir, y estoy muy de acuerdo con lo que mencionas.

43:56

Claro, hay emoción por el futuro. Como inversionistas, siempre estamos buscando esa próxima gran oportunidad que creemos que puede crecer. Estamos mirando de cerca esta fase. A medida que nos acercamos a la conclusión, me gustaría dar un paso atrás. Hemos estado hablando de modelos de negocio y oportunidades muy específicas, pero como hemos mencionado, tenemos perspectivas muy valiosas en este panel. Así que tal vez podríamos compartir un poco más sobre eso.

44:30

"Un nivel más alto de cómo creemos que podemos trabajar juntos para realmente apoyar un seguro inclusivo. Shel, me gustaría comenzar contigo. ¿Podrías contarnos un poco sobre cómo los criadores están apoyando modelos de negocio innovadores y cómo están ayudando a avanzar en la inclusión financiera a un nivel más amplio? Claro, creo que

ayudamos a crear estos ecosistemas, reuniendo asociaciones. Quizás eso sea lo primero que debo decir, construimos ecosistemas. En segundo lugar, tenemos acceso a..."

45:09

Tenemos un montón de datos y una gran experiencia en suscripción, fijación de precios y diseño de productos, así que podemos colaborar con socios dentro del ecosistema para ayudar a desarrollar estos nuevos productos y modelos de negocio. Diría que lo tercero, o segundo, no estoy seguro, esos eran dos puntos tal vez, otra cosa que podemos hacer como reaseguradores globales es que tenemos experiencia en muchas partes del mundo y es muy raro que puedas simplemente copiar y pegar un negocio exitoso.

45:47

"Puedes trasladar un modelo de un lugar a otro, pero lo que realmente puedes hacer es tomar ideas y lecciones aprendidas y transplantarlas a un nuevo espacio. Ahí es donde sucede la magia, donde se produce la innovación. Creo que una de las cosas que las reaseguradoras globales, como Swiss Re, hacen muy bien es eso. Y quizás esa parte de la asociación público-privada también es clave para que el reaseguro contribuya a expandir el seguro inclusivo y el seguro integrado. ¡Fantástico! No, gracias, gracias."

46:28

"Por compartir, y estoy de acuerdo, definitivamente he visto que desde la perspectiva tecnológica, las compañías de reaseguro son realmente voces líderes en apoyar a los emprendedores y ayudarles a impulsar nuevas ideas. Y tal vez, Quinton, en esa misma línea, tengo mucha curiosidad. Obviamente, trabajar con aseguradoras locales o directamente con las compañías de seguros es un camino que muchos emprendedores eligen. Desde tu perspectiva, ¿cómo eliges un socio, ya sea como startup?"

47:03

O de otros aseguradores, ¿qué es lo que más te importa al elegir estos socios cuando estás lanzando productos innovadores? Esa es la pregunta del millón. Es súper importante. Bueno, primero depende de lo que estés buscando, porque en esta cadena de valor hay una parte esencial, y Sh lo destacó: ¿cómo llegas a los clientes? Entonces, ¿estás hablando de un socio que te va a ayudar a distribuir tus productos y llegar a un buen número de clientes? En ese caso, tú...

47:39

Sabemos que dimos algunos ejemplos de criterios para el éxito, y esos criterios, como los pagos, la confianza y el acceso, son necesarios, pero no son suficientes. Y no son

suficientes, diría, por dos razones. Primero, seamos honestos, es un negocio difícil. El seguro inclusivo es complicado, no estoy diciendo que cualquier otro proyecto de inclusión financiera sea fácil, al contrario. Pero, ¿sabes? No vas a tener a los clientes viniendo a ti pidiendo tu producto, a veces, como ya sabes.

48:17

El crédito puede pasar, ¿verdad? Especialmente porque es un producto nuevo para mucha gente. Creo que necesitas un socio que tenga la resiliencia y también la perspectiva a largo plazo para que esto funcione. Si tienes a alguien enfrente que sabes que probablemente no estará ahí en seis meses o cuyo rendimiento y objetivos son muy a corto plazo, entonces puede que no logres ver el valor de ese momento, lo cual, lamentablemente, a menudo sucede antes de que puedas alcanzar el éxito. Y eso es normal porque tú...

48:50

Sabes que es un cambio de comportamiento, es algo nuevo para la pareja. Si la pareja, por ejemplo, trabaja con una agencia, necesitas capacitar a esa agencia. Ellos también tienen que familiarizarse con los seguros y luego con los clientes, ¿verdad? Y puede que eso tome tiempo. Y lo digital, ya sabes, tampoco siempre es tan rápido. Así que hay que tener resiliencia, pero quizás lo más importante es la motivación. Creo que lo haces no solo por el negocio, y lo dijiste muy bien.

49:23

Lo estás haciendo porque quieres hacer del mundo un lugar seguro, ¿verdad? Entonces, necesitas tener socios. No estoy diciendo que necesites asociarte con la Madre Teresa, no se trata de eso, pero necesitas gente que esté enfocada en sus clientes, pero de una buena manera. Cuando tienes una conversación con un socio, es bastante fácil darse cuenta si, ya sabes, si es alguien que trabaja en asociaciones o en liderazgo; es rápido ver si.

49:52

"Ellos nunca han hablado con uno de sus clientes y eso a menudo es una buena prueba, ¿sabes? Han estado en grupos focales, han hecho entrevistas y pruebas con los clientes, etc. Y, bueno, ¿están dispuestos a incorporar eso en la estrategia? Porque a menudo no lo vas a acertar a la primera. Y nosotros hacemos eso cada año en nuestras actividades, y vi que esta también era una de las preguntas en el chat, ¿cómo aseguras la equidad y la transparencia? Bueno, es genial."

50:21

"Preguntas clave, ya sabes, sobre el seguro de viaje, que creo que la pregunta mencionada no siempre es el producto más, ya sabes, transparente. Entonces, en AA Essential tenemos varios criterios que diseñamos en nuestros productos en cuanto a accesibilidad, asequibilidad, transparencia, etc. Pero la realidad es que solo lo ves después del hecho, ¿verdad? Tienes que probarlo, tienes que dejar que los clientes compren tu producto y luego tienes que volver a ellos y, ya sabes, hacer encuestas, grupos focales, estudios de impacto. Así que a menudo..."

50:53

Trabajo con una empresa llamada 60 DCB, que ya conocerás. Veo a Sebastián, no me sorprende. Tienen una metodología que te permite hacer entrevistas por teléfono con tus clientes, y eso es algo que necesitas. También funciona para tu socio. Recientemente hicimos esto con una institución microfinanciera en Colombia llamada Bank Mundo, y el producto es bastante reciente y te cubre.

51:27

Conocer gente en caso de muerte, pero también en caso de cáncer, eh, y bueno, mostré tanto los aspectos positivos del producto, sabes, que eh, el 72% de las personas dijo que no habrían podido lidiar con los riesgos de otra manera porque no tenían muchos ahorros, etc. Y que no tenían forma, ya sabes, tres cuartos no tenían manera de encontrar otro tipo de seguro, etc. Así que, bueno, y el comentario lo encontró muy eficiente, pero también encontramos puntos de mejora, encontramos que...

51:58

Sabes que tenías un 16% de la base de clientes que no podía explicar exactamente qué cubría su seguro, y eso significa que todavía tienes trabajo por hacer porque 16% de unos cuantos cientos de miles de clientes es un buen número de personas. Ellos están pagando por el seguro y necesitan saber por qué están pagando. Es más fácil decirlo que hacerlo, pero eso es lo que diría. Necesitas gente que esté en esto por el cliente. Lo que dijiste, Quentin, es genial.

52:30

El seguro inclusivo es un negocio muy complicado, de verdad. La distribución es algo que presenta muchos desafíos y encontrar los socios adecuados para desarrollar este tipo de negocio también es bastante difícil. Pero yo diría que uno de los principales obstáculos es el acceso al capital para poder desarrollar soluciones de seguros inclusivos para la población de bajos ingresos. Todos sabemos que el sector de seguros requiere mucho capital, así que es realmente importante.

53:08

Para acostumbrar a la tecnología y poder generar escala, desarrollar productos y distribuir más acceso a productos de seguros inclusivos, se necesita tiempo. Por eso, necesitamos capital paciente para invertir en esas iniciativas. Además, quiero mencionar que las alianzas en la industria son clave, porque necesitamos aseguradoras y reaseguradoras que realmente creen productos de seguros innovadores que aborden las necesidades de protección de estos nuevos clientes de bajos y medianos ingresos.

53:49

Hay cosas que necesitan estar aseguradas porque a veces las compañías de seguros tradicionales ya están ganando mucho dinero vendiendo sus productos. Cuando queremos crear nuevos modelos de suscripción, nuevas formas de fijar precios y analizar riesgos, lleva mucho tiempo sacar un producto al mercado. Y a veces, como dijiste, una startup o una insurtech no tiene el tiempo para esperar y hacer pruebas porque siempre...

54:23

Confía en el producto que te ofrece un proveedor, no en ti mismo. Tú eres un experto solo en distribución y también en abogacía de políticas. Para innovar y realmente ofrecer soluciones de seguros que satisfagan las necesidades de protección de la población de bajos y medianos ingresos, a veces nos encontramos con barreras regulatorias que son muy difíciles. Por ejemplo, aquí en Brasil estamos intentando desarrollar un producto que ofrezca cobertura de vida y salud.

55:08

Un producto de seguro que ofrece cobertura para el reembolso de gastos médicos. Ninguna compañía de seguros quiere asegurar o manejar este producto porque les da miedo estar regulados por otro marco regulatorio, que es la ANS, no la SUSEP. En la regulación brasileña, si estás promoviendo productos de seguros de salud o planes de salud, no estás regulado por la SUSEP y estás obligado a ofrecer toda la cobertura necesaria.

55:52

"Un plan de salud tradicional, pero no solo cubriendo enfermedades específicas. Yo diría que hay tres maneras principales en las que podemos colaborar: tener un mejor acceso a capital, asociaciones sólidas en la industria y una colaboración más cercana con aseguradoras y reaseguradoras. También es importante trabajar con plataformas de distribución que puedan proporcionar muchos datos para crear mejores productos y unir fuerzas para tener políticas más adecuadas."

56:30

"abogacías para crear productos de seguros más innovadores. Me encanta eso, gracias Philip por compartirlo. Ya estamos por terminar, nos quedan unos cuatro minutos y me gustaría dirigir nuestra atención a algunas de las preguntas que nos ha compartido la audiencia. Para ahorrar tiempo, tal vez combine algunas, pero hubo un par de personas que mencionaron cómo realmente entendemos el riesgo de estas poblaciones vulnerables. Muchas veces, estas poblaciones están expuestas a altos niveles de riesgo. ¿Cómo lo hacemos?"

57:04

Diseñamos productos de una manera que realmente ayuda a protegerlos, pero también es justo y no discriminatorio. No sé si alguien quiere comentar sobre cómo piensan en el diseño de productos para estas poblaciones. Tal vez yo pueda empezar. Este es un gran desafío y he estado en muchas reuniones con nuestros actuarios de precios, analizando un grupo de clientes o un riesgo particular, y simplemente no hay datos. No hemos interactuado con ellos y no sabemos cuáles son los riesgos.

57:42

Las suposiciones, generalmente los actuarios quieren que sea lo más conservador posible y la gente de Desarrollo de Negocios quiere que sea lo más abierto posible, y tienes que negociar y discutir lo que es razonable y con lo que te sientes cómodo. Pero creo que hay mucha sabiduría en comenzar con proyectos piloto para probar, aprender y obtener algunos datos que te ayuden a ver qué está funcionando y ajustar tus suposiciones a medida que avanzas. Esa es una forma de seguir adelante, creo. También hay que pensar de manera creativa sobre nuevas fuentes de datos.

58:17

Trabajando con tu socio de distribución para entender qué datos tienen y cómo los puedes aprovechar, hay preocupación por la discriminación por proxy y todas esas cosas que hay que tener en cuenta. Pero creo que aquí es donde se ha dicho varias veces que el seguro es inclusivo, aunque es complicado. Este es el reto, pero también es donde surge la creatividad y donde podemos resolver problemas.

58:50

Juntos, creo que hay formas de hacerlo de manera gradual, aprendiendo y mejorando sobre la marcha. La manera más fácil de atender a tus clientes de la mejor forma es simplemente preguntarles. Por ejemplo, en Burkina Faso, me gusta dar este ejemplo

porque estaban comprando nueces de karité a los agricultores. Así que queríamos diseñar un seguro indexado y pensábamos que era crucial proteger la producción de karité.

59:23

Pero en realidad, cuando fuimos al terreno y hablamos con todas estas mujeres de las cooperativas, ellas decían que, bueno, en realidad no es tan arriesgado como actividad, en términos de cultivos. Pero, también tenemos maíz, y es un cultivo alimentario que tenemos para las familias, y eso es bastante, ya sabes, vulnerable. Entonces, al final, terminamos subsidiando el seguro de cultivos para el maíz, y eso es algo que nunca hubiéramos imaginado, sabes, en una sala. Necesitábamos tener gente en el terreno para entenderlo.

59:54

Me encanta que lo haré, exacto, creo que sí, por favor, sigue adelante. Solo quería decir que soy un gran fan, soy antropólogo por formación y experiencia, y cuanto más puedas hablar con los clientes y llevar su voz a tu diseño de producto y planificación de distribución, mejor. Sí, hablar con los clientes es clave para eso. Quiero decir, cuando empezamos a garantizar hace unos años, lo primero que hicimos fue realmente involucrar a las compañías de seguros y a los actuarios.

01:00:33

Barrios de bajos ingresos para co-crear productos dentro de la comunidad, escuchar lo que la gente quería como producto de seguros y entender sus preocupaciones sobre la protección. Eso realmente nos ayudó. Sabemos que al principio no todo se podía asegurar, pero nos dio una guía a seguir. Con la llegada de nuevas tecnologías de suscripción y los datos disponibles, esto se volvió mucho más fácil de hacer.

01:01:11

Diría que hay que escuchar a los clientes para co-crear productos y entender los riesgos que enfrentan todos los días. Es la mejor manera de ofrecer mejores productos, porque llegamos a esas secciones con algunas suposiciones, pero a veces cambian mucho. Es muy importante tener lazos estrechos y entender los riesgos de esos clientes de bajos y medianos ingresos. Fantástico, gracias a todos. Con eso, creo que vamos a cerrar. Estoy muy emocionado de escuchar sobre estas diferentes ideas.

01:01:49

"Perspectivas y gracias a Felipe Quenton y Shel por compartir sus experiencias, ha sido fantástico. Muchas gracias, fue un placer compartir la sala con personas tan geniales. ¡Adiós!"