

Summary

Microinsurance Conference 2008

5–7 November 2008,
Centro De Convenciones y Exposiciones
Cartagena, Colombia



Sesión 2 – Rol del reaseguro en la promoción de microseguros

Hans Georg Radde, Benfield Group, UK

Rol de la industria del reaseguro en el desarrollo de productos de microseguros en América Latina y el Caribe

Se ofrecerá una pequeña mirada sobre las actividades del sector reasegurador en el lanzamiento de productos para las clases de menores ingresos en América Latina y el Caribe. La razón para involucrar la industria del reaseguro no es usualmente por la capacidad, pero su know how resulta de gran interés para los aseguradores locales ya que no tienen acceso a bases de datos como sus competidores multinacionales. Por otra parte, pequeñas y medianas compañías de seguros no suelen contar con recursos humanos suficientes para el diseño de nuevos productos.

También debe considerarse que el lanzamiento de cada nuevo producto tiene muchos riesgos, especialmente el riesgo de la innovación. O bien la junta directiva, o los accionistas / propietarios o las instituciones legales (por ejemplo la Superintendencia) suelen demorar o incluso rechazar un nuevo producto al final del proceso después de que haber invertido mucho tiempo él. Formando un equipo con expertos internacionales que proporcionen conocimiento y experiencia internacional, todos estos riesgos pueden reducirse y los plazos pueden reducirse. Basados en la práctica de nuestro negocio, la constante revisión del producto neto es necesaria durante el proceso de desarrollo del producto. Muchas ideas buenas sobre productos fracasaron en el pasado porque el precio, el pago de la prima y los canales de distribución no estuvieron suficientemente enfocados. Se dará el mismo ejemplo sobre las debilidades de productos existentes en América Latina y el Caribe y se informará cómo el sector de los seguros se puede beneficiar de otras industrias (por ejemplo los proveedores de telefonía móvil).

Mensajes clave:

1. Know how y transferencia de riesgos son proporcionados por la industria del reaseguro
2. El diseño de productos debe tener en cuenta las condiciones particulares de vida del grupo objetivo
3. Los canales tradicionales de distribución tienen que ser sustituidos por otros nuevos
4. El Precio del producto y la flexibilidad en el pago de la prima son esenciales

Supported by:

