



► Resumen de Finanzas Solidarias

Abril 2023

Seguros Bolívar Tranquilidad Pymes en Colombia

Puntos clave

- Seguros Bolívar, es una compañía aseguradora colombiana con más de 80 años de experiencia en el país. Actualmente la compañía no solo tiene presencia en la industria aseguradora, sino que además a incursionado en el mercado de salud, pensiones y construcción. Seguros Bolívar cuenta con un portafolio amplio de productos de seguro enfocados a riesgos tanto personales como empresariales.
- En 2018, Seguros Bolívar lanzó al mercado el producto “Tranquilidad Pymes” con el fin de hacer un producto más flexible y ajustado a las necesidades específicas de los negocios en Colombia. Este es un seguro multirriesgo que brinda cobertura para daño de bienes, pérdida de utilidad, robo de bienes, daños a terceros y para movilización de dinero y mercancías.
- Seguros Bolívar ha desarrollado una estrategia de comunicación transversal que incluye indicadores de satisfacción de los clientes para el diseño de nuevos productos, mejorar la experiencia del cliente y recuperar la confianza del asegurado.

Identificando la oportunidad de negocio

En Colombia, al igual que en otros países de la región, las MIPYMES se han convertido en un motor importante en la economía del país. Según los estudios del Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas, para el 2019 estas generaban el 35% del PIB y representaban más del 90% del sector productivo del país, dando empleo aproximadamente al 80% de los trabajadores en Colombia. Actualmente se estima que existen alrededor 2.5 millones de MIPYMES en todo el país, aun así, según la Asociación Colombiana de Pequeñas y Medianas Empresas – ACOPI, la mitad de las MIPYMES quiebra en el

segundo año, y solo la quinta parte logra llegar al tercero. De hecho, Seguros Bolívar identificó que parte de este comportamiento era atribuible a dos factores, la alta vulnerabilidad a la que están expuestos los ingresos de las MIPYMES y la baja educación financiera y conocimiento técnico del negocio. Elementos que Seguros Bolívar identificó que aun no eran considerados y atendidos por el sector asegurador para estas poblaciones, esto le dio a una gran oportunidad de negocio a la compañía para crear el seguro “Tranquilidad Pymes”, un producto al alcance de la mano de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas y que responde a sus necesidades.

Es de gran relevancia mencionar que, para el desarrollo del producto, Seguros Bolívar utilizó información de pequeñas empresas. Sin embargo, el impacto y los beneficios del producto también lo hicieron atractivo para los consumidores individuales. De hecho, los particulares constituyen actualmente alrededor de la mitad de la cartera de asegurados del producto, incluyendo tiendas de artesanía y tiendas de barrio como salones de belleza y panaderías.

Diseñar un producto que se adapte a todos

En el proceso de desarrollar, diseñar e implementar el seguro, la compañía se vio en la necesidad de pensar en un producto diferente a las coberturas tradicionales, el cual, considerando la cantidad de clientes potenciales, debía ser posible de comercializar masivamente. Adicionalmente, el reto de la compañía estaba en poder crear un seguro simple y rápido que fuera fácilmente entendido por los clientes, y a su vez lo suficientemente flexible para que pudiera ser adquirido por cualquier negocio independiente de su actividad económica. Bajo la inspiración de conocer al cliente, el equipo de Seguros Bolívar, emprendió un recorrido por las regiones del país en donde se concentraban principalmente las MIPYMES, con el objetivo de recopilar información sobre variables de riesgo, que posteriormente fueron utilizadas en modelos para crear algoritmos y mapas de geolocalización. Gracias a este ejercicio, fue posible para la compañía crear un seguro pre suscrito con tarificación dinámica, que depende exclusivamente de la ubicación y de la actividad económica de la MiPyme.

Adicionalmente gracias a la información recolectada, fue posible identificar que las principales barreras en la adquisición de seguros por parte de las MIPYMES son la complejidad del proceso de suscripción, la falta de flexibilidad del producto y el exceso de documentación solicitada al cliente, razón por la cual, durante el proceso de diseñar el producto, la compañía hizo partícipes a diferentes negocios en el desarrollo del producto, el resultado:

1. Un contrato de menor longitud, con lenguaje sencillo y aterrizado al contexto del cliente, haciéndolo más fácil de entender para todos los actores.
2. Una cobertura en la que los activos asegurados por los clientes no tienen una aplicación de la pérdida de valor de los activos en el tiempo, sino que se aplica el valor

comercial. Estrategia que además de no requerir evaluación presencial del siniestro, ha sido especialmente valorada en los casos de negocios que reponen sus bienes en el mercado de bienes usados.

3. Un producto fácil de entender dado que tiene un único deducible para todas las coberturas.
4. Un seguro con cobertura de pérdida de utilidad equivalente al 5% de la suma asegurada. Esta figura permite a los negocios contar con respaldo del seguro para cubrir gastos indirectos que usualmente seguros tradicionales no lo permiten.

Adicionalmente, gracias a este ejercicio, fue posible para la compañía digitalizar el proceso de venta reduciéndolo a un solo paso. El uso de herramientas digitales además de disminuir costos del producto le permitió incorporar un sistema de consultas rápidas y desarrollar paquetes de productos que redujeron la carga operativa de los agentes comerciales e intermediarios, mejorando así la experiencia de la venta, ya que permitió al asesor centrar más su atención en entender la necesidad del cliente y brindarle mejor acompañamiento.

Desarrollo de productos

Una de las características que diferencia al seguro Tranquilidad Pymes de otros productos del mercado, es la indemnización extra fácil, una línea de atención especialmente desarrollada para que los clientes pueden hacer un reclamo y obtener respuesta en un tiempo aproximado de 20 minutos. Esta línea de atención expresa fue desarrollada especialmente para la atención de siniestros de bajo monto, para lo cual se tuvo que eliminar el lenguaje técnico y la solicitud de documentación. Esta estrategia surge como respuesta a la alta exposición que tienen los pequeños negocios y la urgencia de reponerse rápidamente al enfrentarse a pérdidas de dinero e impactos indirectos que pueden afectar la continuidad del negocio. De acuerdo con la compañía, gracias a esta línea de atención, se logran resolver el 70% de los siniestros, lo que ha se convertido en un elemento que genera gran valor para las MIPYMES.

Características del producto

En esta misma línea de pensamiento, Seguros Bolívar ha incorporado en el seguro el acceso a asistencias de tipo laboral, tributarias, contables, de daños por agua, entre otros, lo cual ha permitido tangibilizar el seguro, pero más importante aún, estas asistencias apuntan a fortalecer las

capacidades técnicas de las MIPYMES y prepararlas para los próximos años de operación. Esta estrategia ha impactado positivamente la percepción del seguro, pues ha ayudado a desmitificar la creencia de que el seguro es un gasto y no una inversión. Además, ha permitido que el cliente valore el respaldo que le ofrece la compañía, pues ve en la aseguradora un aliado para su negocio. Adicionalmente, la compañía genera alianzas con empresas proveedoras de servicios que se dedican a ofrecer servicios estructurados para las MIPYMES, ofreciendo paquetes mensuales que se adaptan a sus necesidades, tales como aseo, desinfección, entre otros.

Adaptaciones para COVID-19

Una de las lecciones aprendidas de la pandemia es que las MIPYMES valoran aquellos productos que cubren contra riesgos emergentes. Gracias a que el seguro incluía asistencia informática, durante la pandemia Seguros Bolívar pudo acompañar a las MIPYMES especialmente a aquellas que tuvieron que migrar sus operaciones comerciales a medios digitales. Adicionalmente, esto le dio a Seguros Bolívar la oportunidad de sensibilizar a las MIPYMES sobre su exposición al riesgo de ciberseguridad, y como estrategia promovió la capacitación en buenas prácticas de prevención. Estos dos elementos generaron un valor agregado en el producto, diferenciándolo en el mercado de otras coberturas. En segundo lugar, la cobertura incluía daños a equipos fuera de las instalaciones y movimiento de mercancías sin requisitos colaterales. Esto tuvo sentido durante la pandemia, especialmente para las empresas que tuvieron que trasladar sus operaciones y bienes a sus domicilios.

Estrategia de comunicación

Es importante mencionar que la compañía ha implementado una estrategia de comunicación

transversal a todos los productos ofrecidos, la cual cuenta con indicadores de satisfacción de los clientes que son utilizados para el diseño de nuevos productos y desarrollo de estrategias para mejorar la experiencia del cliente. Gracias a este análisis de datos, Seguros Bolívar ha identificado que en los casos que el cliente ha tenido alguna inconformidad con un seguro, no solo es importante reconocer el error ante el asegurado, sino además identificar estrategias innovadoras para resarcir la inconformidad del cliente. En el caso particular de las MIPYMES, se ha identificado que los clientes valoran cualquier ayuda sobre sus gastos operativos o administrativos. Actualmente, la compañía ofrece cubrir gastos de servicios de aseo o de limpieza de fachada como estrategia para recuperar la confianza del asegurado.

► **Testimonio Margarita Arellano, fundadora de Multiservicio Fasoancho (Cali, Colombia)**

► "Hace unos meses hubo un acto vandálico contra unos clientes que se encontraban en el local, donde fueron atacados con armas de fuego, y les robaron sus pertenencias. Gracias a la póliza Tranquilidad Pymes de Seguros Bolívar, los clientes fueron indemnizados y pudieron recuperar parte de lo que habían perdido. De esta manera, los clientes quedaron muy agradecidos con la empresa y con Seguros Bolívar. La experiencia con Seguros Bolívar ha sido muy buena y eficiente. Recomiendo a las personas que aún no tienen sus negocios protegidos que lo hagan con confianza con Seguros Bolívar."



Nos gustaría agradecer a nuestros socios, Prudential Foundation, Microinsurance Network y FIDES (Federación Interamericana de Empresas de Seguros), por apoyar la publicación de este resumen de Finanzas Solidarias.

El [Programa Impact Insurance](#) contribuye a la agenda de Finanzas Solidarias colaborando con la industria de seguros, los gobiernos y los socios para aprovechar el potencial de los seguros para el desarrollo social y económico.

Contacto

Organización Internacional del Trabajo
Route des Morillons 4
CH-1211 Ginebra 22
Suiza

T: +41 22 799 7239
E: socialfinance@ilo.org