

Empresas de servicios públicos: canales masivos y eficientes para la distribución de microseguros

Mientras el nivel de bancarización alcanza una media del 30% de la población, la cobertura de servicios públicos supera el 90% de penetración. Esta infraestructura puede aprovecharse para una distribución más eficiente de seguros.

Por:

Victoria Eugenia Bejarano de la Torre

Presidente Mapfre Seguros Generales

El mundo asegurador debe propender por dejar de ser percibido como un sector elitista, que comercializa artículos de lujo; su reto más inmediato es el de la ampliación de su mercado, y llegar a un nicho de la población que tradicionalmente le ha sido ajeno. Si nosotros añadimos a ésta perspectiva, que la gran parte de la población, que vive bajo los índices de pobreza, e indigencia, es más vulnerable ante desastres naturales y económicos, el sector asegurador tiene una responsabilidad mayor, de propiciar coberturas a estos segmentos de la población, para aliviar en algo ésta situación. Este reto debe ser asumido de manera inmediata.

Desde la perspectiva financiera, existen innumerables ejemplos de la forma de llegar a este mercado a través de los microcréditos. Casos verdaderamente notables constituyen las entidades microfinancieras que propician y estimulan la microempresa.

Otro ha sido la Banca de las oportunidades, muy presente en América Latina. Todos destinados a financiar, ya no al pequeño o mediano empresario (Pyme), sino a una base mayor en número, pero de menos ingresos, el microempresario (esa persona que sueña simplemente con una vida digna, y que aborda la vida desde la perspectiva de los ingresos diarios, de simple subsistencia).

Tan solo en Latinoamérica, los habitantes de la base de la pirámide superan los 360 millones de personas. El 57,6% de la población colombiana vive en lo que se denomina la Base de la Pirámide, por nivel de ingresos (menos de U.S.\$3,200 al año); el 42,1% se considera de ingresos medios y el 1,4% de Ingresos Altos. La base de la pirámide gasta el 23,3% de los gastos totales, a la franja media, el 65,9% de estos gastos y a la alta, el 10,8% de los mismos. Evidentemente la mayoría de población en Colombia, como en el resto de Latinoamérica,

procede de la Base de la pirámide, que es no solo un gran mercado en número de habitantes, sino que tienen un poder adquisitivo considerable.

Asimismo, la mayoría de países latinoamericanos, y Colombia no es la excepción, han ampliado considerablemente la cobertura en la implementación de servicios públicos. A tal punto, que en Colombia, solo el 3,7% de la población carece de conexión a algún tipo de servicio público. La energía alcanza coberturas del 96 y el 97%, y en cabeceras de municipios llega al 99%.

En materia de cobertura de servicios públicos, no solo se ha alcanzado gran extensión, tanto por número de predios, como por porcentaje de población, sino que se ha incentivado la cultura de pago. Si bien existen servicios públicos subsidiados para estratos de ingresos bajos, también es cierto que existe la cultura de pago, y que estos nichos de población ya están acostumbrados a realizar los pagos bajos y frecuentes a estas empresas de servicios públicos.

A pesar de todas las medidas, que pretenden incrementar el grado de bancarización de la población colombiana, los índices de crecimiento de este indicador se desarrollan de manera lenta. La Banca de las oportunidades, los decretos para incentivar la inclusión en el sector financiero de estratos 1 y 2, los corresponsales No Bancarios, se constituyen en iniciativas valiosas, pero que tardarán

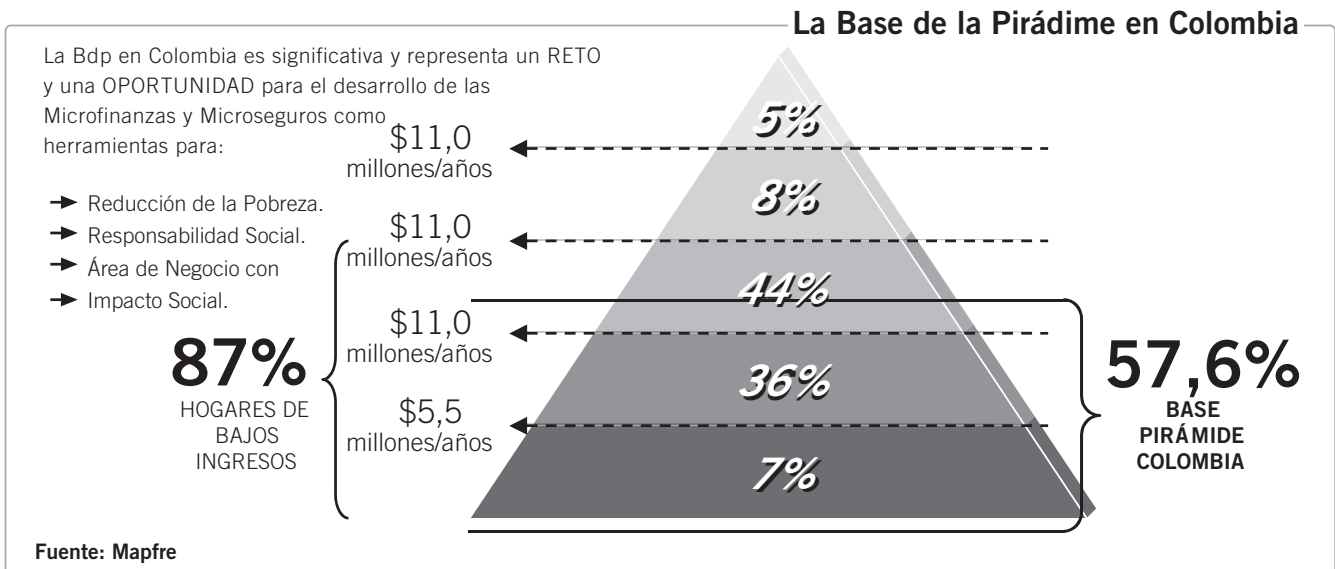
en consolidarse. De manera contraria, la penetración de los servicios públicos ha alcanzado metas, dignas de los países desarrollados.

Sobre la base de cobertura de las Empresas de Servicios Públicos, es importante hacer un llamado para que estas infraestructuras, ya existentes, en pleno funcionamiento, que han incentivado la cultura de pago, puedan y deban aprovecharse como un canal adecuado para la distribución de seguros, en especial a los estratos más pobres y vulnerables del país.

¿Cómo estructurar la distribución de seguros a través de las redes de servicios públicos?

Para diseñar e implementar un negocio de seguros a través de Empresas de Servicios Públicos, es necesario crear y mantener una infraestructura adecuada. La simplicidad con la que se debe llegar al cliente es inversamente proporcional a la complejidad operativa que debe acompañar su administración, al interior de la aseguradora, para garantizar un servicio adecuado y veraz.

Corresponde a la Empresa de Servicios Públicos participar activamente en el diseño de productos que tengan aceptación entre sus clientes, asimismo agilizar los procesos de facturación, para la inclusión de conceptos diferentes a los de la prestación del servicio público. Es de anotar, también, que el canal de servicios públicos,



puede aprovechar y rentabilizar una red que ya existe, generando ingresos adicionales, por la distribución de seguros y cumpliendo una función de responsabilidad social al permitir la protección de los sectores más pobres y vulnerables de la población. Lo anterior contribuye a la fidelización de sus clientes, y al afianzamiento de la marca.

El reto del sector asegurador, se centra en el diseño y venta de productos de bajo costo, al aprovechar la infraestructura de distribución y recaudo que ya tienen las empresas prestadoras de servicios públicos, y atender adecuadamente las necesidades de los diferentes segmentos de población. Es muy importante crear y mantener una estructura que permita una atención ágil, oportuna y adecuada de los siniestros, pues es la imagen del seguro la que está en juego. Al llevarse de manera adecuada la indemnización, no solo se beneficia la imagen del seguro, ante una población que tradicionalmente ha sido ajena al tema, sino que se contribuye de manera decisiva a la creación de la cultura del seguro.

Caso Mapfre

Teniendo como base ésta premisa, desde hace 9 años iniciamos conjuntamente con la mayor empresa de Energía del país, (Codensa, Grupo Endesa) con cobertura en Bogotá y sus alrededores un proyecto de venta de seguros, que ha sido muy exitoso, pues ha generado un volumen de asegurados de 1,049,539 personas, bajo este canal, que opera también en la Costa Atlántica, con la entidad TRIPLE A, en el Eje Cafetero, con Aguas de Manizales, y está en proyecto de expansión con otras empresas de servicios públicos del país. El 90% de los asegurados, 952,795 personas, viven en la denominada base de la pirámide.

¿Qué permite abordar este mercado con tanto éxito?

La respuesta no es simple, pues es la combinación de productos de sentida necesidad, con un método de recaudo excelente: la factura de servicios públicos. Asimismo, debe resaltarse que los métodos de venta han sido diversos: llamadas de salida (out bound),

llamadas de entrada (in bound), a través de call centers, asimismo se ha conformado una red de vendedores puerta a puerta, un esquema de incentivos a los promotores de la Empresa de Energía, promoción de productos en la factura de energía. Lo anterior ha permitido generar más de 25 millones de dólares de primas en el período de vigencia de este negocio, concentrado especialmente en los dos últimos años, en donde se han abordado diferentes estrategias, y los esquemas de calidad de los servicios prestados han generado un índice de satisfacción ejemplar, que han permitido una promoción mayor .

Hemos atendido más de 30,000 siniestros, que han afectado a las clases sociales más bajas y vulnerables de nuestra sociedad, que de no haber sido por el acceso al seguro por este medio, acrecentarían la tragedia humana, propia de esos nichos de población.

Es un negocio, sin lugar a dudas, en donde se remunera al canal de recaudo, la empresa de energía, y que se ha caracterizado por márgenes de rentabilidad adecuados, necesarios en este tipo de comercialización, pues el dinero invertido, especialmente al principio es importante, y el riesgo asumido es alto, en cuanto a que la probabilidad de fracaso también lo era, aunque el éxito alcanzado ha superado las previsiones más optimistas.

