

Conferencia Internacional de Microseguros: enseñanzas en momentos de conmoción

La actual situación de las pirámides demuestra que los hogares colombianos antes que invertir en su protección prefieren invertir en el azar y en actividades riesgosas que no ofrecen garantías, situación que reitera la necesidad de trabajar en el acceso de las personas pobres al sistema financiero formal y de promover cada vez más una cultura del seguro y la educación financiera.

Por:

Alejandra Díaz Agudelo

Coordinadora Comité de Microseguros
Directora FUNDASEG

Cada día son más los testimonios de personas, especialmente de bajos ingresos que dan cuenta de la forma en la que gastaron sus ahorros, vendieron sus activos e incluso se endeudaron, muchos de ellos con el sistema informal para conseguir rentabilidades inimaginables.

Ante esto, es necesario preguntarse ¿por qué no, con el mismo entusiasmo con el que cientos de miles de personas decidieron poner sus recursos en las pirámides, estas familias no tomaron la decisión de cubrirse ante los riesgos?

Esta desafortunada situación que ocurre justo días después de la IV Conferencia Internacional de Microseguros en Cartagena, donde el Presidente Álvaro Uribe señaló la importancia de fomentar

el microseguro para formalizar la economía y superar la pobreza, deja una gran enseñanza y, además, representa una oportunidad para insistir a los hogares de bajos ingresos sobre el valor de planificar su futuro y de no dejar en manos de la suerte su bienestar.

Las enseñanzas

Justo cuando empezábamos a reflexionar sobre las conclusiones y las experiencias que se presentaron en la conferencia, que por cuarto año consecutivo organizó la Fundación Munich Re y el CGAP Working Group on Microinsurance, con apoyo de la Superintendencia Financiera de Colombia, FIDES y FASECOLDA, se dio inicio al derrumbe, predecible, de las pirámides.

El aprendizaje de este evento internacional y de esta crisis apuntan a un mismo lugar: la importancia de incentivar a que las personas pobres accedan a servicios financieros formales, entre ellos los microseguros, los cuales reducen la condición de vulnerabilidad de la gente de menos ingresos y deben ser diseñados a la medida de la población pobre, distribuidos en canales accesibles a ellos y garantizar la protección del consumidor.

Aunque mucho viene haciendo la industria del seguro en torno a este propósito, aún falta mucho por aprender y por hacer para que, cómo lo manifestó el Presidente Uribe en su discurso inaugural, los seguros deben ser la primera opción en la que piensen los pobres a la hora de administrar sus riesgos y no en la usura.

Ahora bien, que los microseguros estén en el orden de prioridades de los hogares de bajos ingresos antes que el endeudamiento con el sistema informal y, por supuesto, antes que actividades de carácter ilegal como las pirámides, requiere de un esfuerzo conjunto entre el Gobierno, la industria, el supervisor y demás actores.

Por el momento el sector asegurador colombiano tiene claro que la cultura del seguro es una prioridad para que más personas pobres opten por el seguro como herramienta de administración de sus riesgos. Sin embargo, es necesario insistir en que todo esfuerzo se hace insuficiente si la oferta de microseguros no responde a las necesidades y rasgos particulares de la población

objetivo, no se seleccione el canal adecuado y no se promueve la educación financiera, entre otros aspectos.

En palabras del profesor Michael McCord, los microseguros deben ser, para responder efectivamente a los intereses de los pobres y garantizar su penetración, productos SUAVES, cuyas siglas en inglés traduce, simples, entendibles, accesibles, valiosos y eficientes.

Simples y entendibles en su clausulado, en las condiciones, en el mercadeo y en los procedimientos de suscripción y reclamación; de fácil acceso no sólo por el monto de la prima sino por el canal para su adquisición; valiosos en tanto respondan a las necesidades de aseguramiento de las personas pobres y tengan coberturas apropiadas; y eficientes tanto para la aseguradora, como para el canal y el asegurado, lo que se traduce, de acuerdo con el Presidente Uribe, en que los microseguros no son caridad sino un negocio útil para el asegurado y para la aseguradora.

Ahora bien, la invitación de McCord a diseñar productos SUAVES no contradice lo sugerido por el experto en microseguros, Craig Churchill, para quien las compañías de seguros deben pasar de ofrecer este tipo de productos con poca innovación como es el de deudores, a productos como los de vida con ahorro, propiedad y salud, los cuales, de acuerdo con Tomchinsky son los más demandados por los pobres, pero los menos ofrecidos. Adicionalmente, cabe destacar que el diseño de produc-



» La cultura del seguro es una prioridad para que más personas pobres opten por el seguro como herramienta de administración de sus riesgos

tos suaves y sencillos, según Victoria Bejarano, Presidente de MAPFRE Colombia, no debe interpretarse como que su operación también lo sea, pues creer esto puede sin duda conducir al fracaso del producto.

De otro lado, si bien el diseño del producto es factor determinante en la demanda de los microseguros, también lo es la distribución de los mismos, de allí la importancia de destacar que dentro del discurso del Presidente Uribe, éste haya invitado a trabajar conjuntamente al Gobierno y a las compañías de seguros en la promoción de los corresponsales no financieros como canales de comercialización de estos productos.

Así mismo, Churchill insistió en que el modelo socio-agente, aquel en el que una compañía de seguros se alía con una microfinanciera, una cooperativa, un banco, una empresa de servicios públicos o una gran superficie, ha demostrado ser el esquema más eficiente en términos de volumen, de costos, de creación de confianza y de protección al cliente.

En la misma línea, la doctora Bejarano señaló que no es necesario esperar la bancarización de los hogares de bajos ingresos para llegar a ellos con microseguros, e invitó a utilizar las redes ya existentes y a las que tienen

acceso la población menos favorecida, como por ejemplo las empresas de servicios públicos.

Sin embargo, para llegar a través de estas redes o de otros canales como las instituciones microfinancieras, cooperativas y demás, se requiere, según Gonzalo Pérez, Presidente de SURAMERICANA, de un diálogo abierto y transparente entre aseguradora y canal en donde todos ganen y se garantice la continuidad y sostenibilidad del negocio, pues de nada sirve llegar a este nuevo segmento del mercado si no es para quedarse, ya que de no ser así esto representará un elevado costo reputacional del que difícilmente la industria del seguro se podrá recuperar.



» Los microseguros no son caridad sino un negocio útil para el asegurado y para la aseguradora.

Biblioteca Especializada en Seguros

fasecolda
Federación de Aseguradores Colombianos

Nuevo Horario 9:00am. - 12:00 md. - 2:00 - 5:00 pm.

Servicios

- Consulta en Sala
- Préstamo Interbibliotecario
- Consulta de Catálogo en línea www.fasecolda.com
- Servicio de Fotocopias
- Envío de Información por Correo Electrónico (scanner)
- Consulta de Internet en terminales de la biblioteca

Bibliotecóloga: Paola Fernanda Yate Parra
Cra. 7a. No. 26-20 Piso 4
Informes: 344 3080 Ext. 1006
E-mail: biblioteca@fasecolda.com
Horario: lunes a viernes de 2 a 5 p.m.