

base de la pirámide, el reto de los microseguros

Victoria Eugenia Bejarano de la Torre
Presidenta Ejecutiva
MAPFRE Colombia

Antecedentes

El premio Nobel de la Paz, Profesor Mohamad Yunus, en sus recorridos por países subdesarrollados, ha promovido una visión amplia de los negocios, al demostrar que las personas que integran la Base de la Pirámide social, (aquellos que devengan menos de 3.200 USD al año) son un mercado objetivo rentable. Los pobres, como seres humanos, tienen las mismas aspiraciones que las personas ricas. Corresponde entonces a las empresas de bienes y servicios estar a la altura del reto que conlleva el crear este tipo de mercado, para acceder a esta masa de clientes.

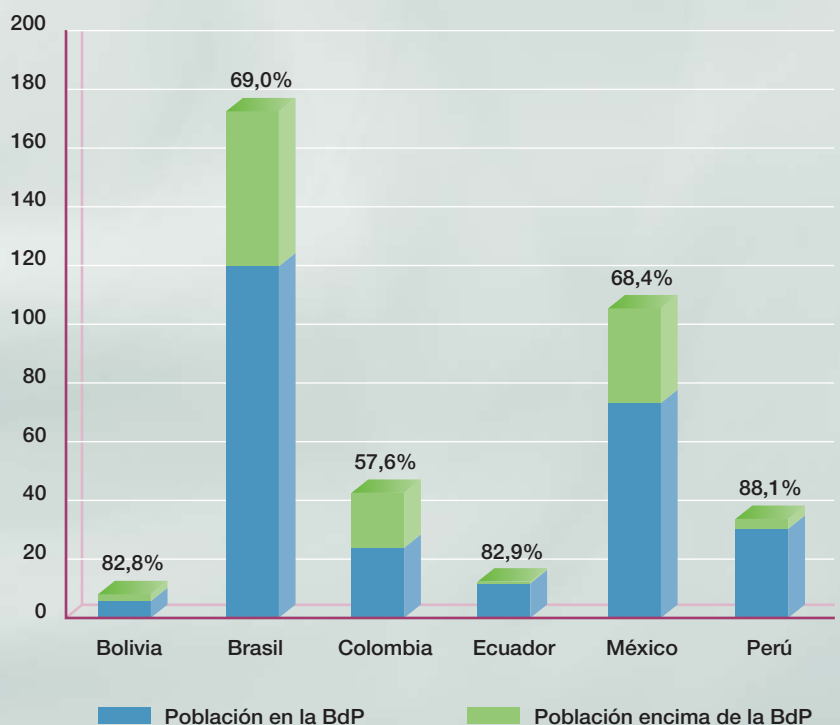
El reto no es llegar a miles de personas a través de la caridad, sino con la imaginación.

Es más, se ha demostrado que el reto no es precisamente llegarle a tantos millones de personas a través de la caridad. Todo lo contrario, es necesario tener imaginación y hacer un negocio en las proporciones de estas personas que permita dar sostenibilidad a los proyectos, mientras se incrementa paralelamente la calidad de vida de esta población, que constituye la gran masa mundial.

Si añadimos a esta perspectiva que la gran población mundial, que vive bajo



**Gráfico 1. Población de la Base de la Pirámide (BdP)
América Latina y El Caribe: 360 millones**



Fuente: Informe del World Resources Institute para el Banco Interamericano de Desarrollo. Junio 2006



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 población (que constituyen la mayoría) 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, Pakistán e India. 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).

Microseguro

Paralelo al desarrollo de las microfinancieras se ha llevado a cabo, de manera tímida, la actividad del microseguro. No existe una definición consensuada de "microseguro". Algunos lo confunden con un seguro tradicional, de bajo costo, o con un seguro que se adquiere por un canal masivo. La mayoría lo define como un seguro cuyo costo no exceda los 2,5 USD al mes.

La definición de microseguro debe abarcar un ámbito social del tomador o beneficiario y que éste habite en la denominada Base de la Pirámide.

No puede ser solamente de bajo costo, es indispensable que atienda las necesidades de la población más pobre y cierre el círculo que genera el microempresario, a través del microcrédito, al que accede en la microfinanciera.

El prefijo "micro" puede llamar a engaño, o sonar peyorativo. No obstante, su utilización extendida permite identificar a la gran masa de la población mundial que habita en este universo, que puede denominarse como "macro". Tan sólo en Latinoamérica, los habitantes de la Base de la Pirámide superan los 360 millones de personas (Gráfico 1). Si se efectúa un análisis del mundo asegurado, al que accedemos con nuestros productos tradicionales, diríamos sin lugar a duda que es el minoritario. En América Latina, por ejemplo, el seguro se percibe, todavía, como un artículo de lujo al que solo acceden las clases económicas altas. Sin temor a equivocarnos, todavía, al menos en vidas

humanas, el monto asegurado actual, es sencillamente un "micromundo". Varios países han asumido el reto de concebir una definición completa de lo que abarca el microseguro. Esperemos que ese consenso permita definir políticas globales de su promoción, mercadeo y gerencia.

El caso colombiano

En el Congreso Mundial de Microseguros, organizado por la Fundación Munich Re, celebrado en el mes de Noviembre de 2008 en Cartagena de Indias, MAPFRE COLOMBIA tuvo oportunidad de comentar su experiencia en la comercialización de este tipo de productos a través de los canales de servicios públicos (utilities), que procedemos a resumir.

El 57,6% de la población colombiana vive en lo que se denomina la Base de la Pirámide por nivel de ingresos (menos de 3.200 USD al año); el 42,1% se considera

Gráfico 2. La Base de la Pirámide Poblacional en Colombia

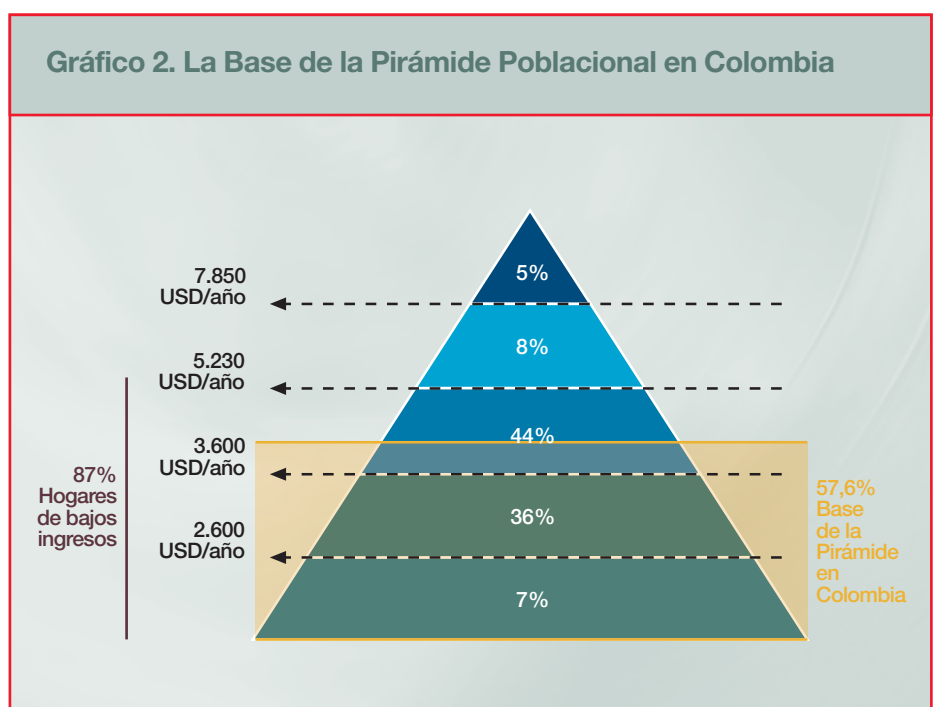
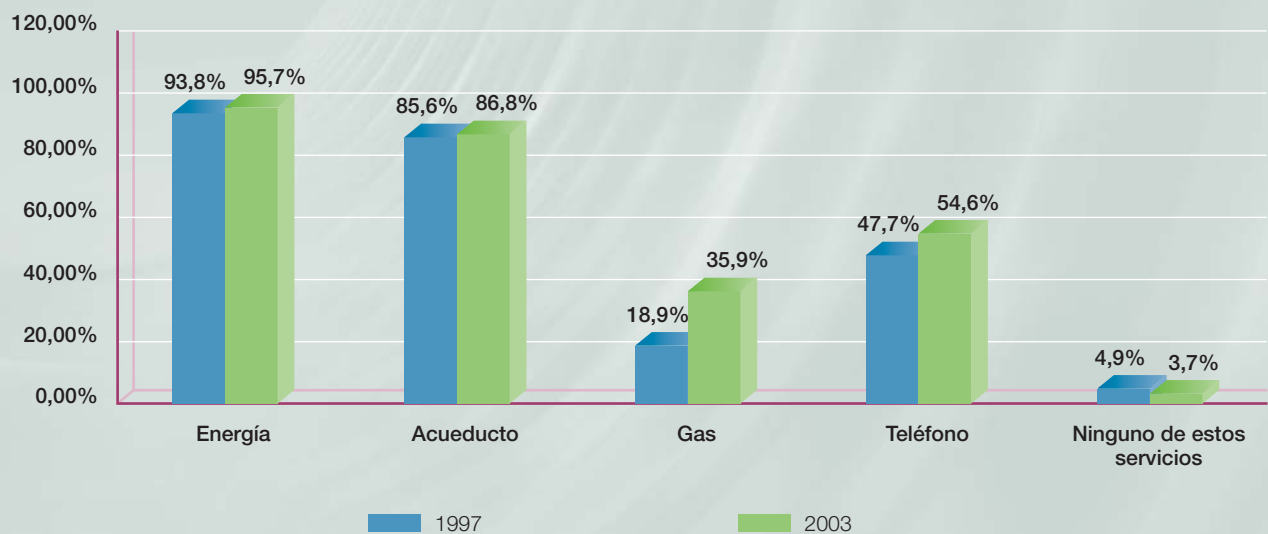


Gráfico 3. Población con acceso a Servicios Públicos en Colombia


Fuente: Encuesta Nacional de Calidad de Vida 2003. Departamento Administrativo Nacional de Estadística – DANE.

de ingresos medios y el 1,4% de Ingresos Altos. A la Base de la Pirámide le llegan el 23,3% de los ingresos, a la franja media, el 65,9% y a la alta, el 10,8%.

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. (Ver Gráfico 2).

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. (Ver Gráfico 3).

Teniendo como base esta premisa, desde hace 9 años se inició 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. Es de anotar que tan sólo en Bogotá hay 2.266.366 predios con servicio de energía, al que hemos denominado el mercado potencial. El número de pólizas alcanza las 340.131.

El mayor volumen de asegurados, sin lugar a dudas, es en el producto que denominamos “Asistencia Exequial”, que alcanza 707.961 asegurados, seguido de Seguros de Vida con 112.263 asegurados; Accidentes personales, con 95.793

asegurados, y Garantía Extendida con 56.701 asegurados, los demás están en otra serie de productos como Viva su Negocio, Hogar, entre otros. El 90% de los asegurados, 952.795 personas, viven en la denominada Base de la Pirámide. (Ver Gráfico 4).

¿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 y promoción de productos en la factura de energía. Lo


Gráfico 4. Asegurados por Estratos

Productos	Estratos*						Total
	1	2	3	4	5	6	
Cuenta protegida	2	706	320	296	2	-	1.326
Batería de vida	1.530	1.984	1.859	1.560	745	372	8.050
Asistencia domiciliaria	596	1.359	941	2.940	1.960	1.337	9.133
Asistencia exequial	108.812	270.449	259.157	49.020	14.452	6.072	707.691
Accidentes personales	12.555	45.153	31.002	5.412	1.143	528	95.793
Viva su negocio	18.678	10.881	3.306	159	24	12	33.060
Garantía extendida	118	25.519	28.618	1.749	601	96	56.701
Hogar seguro	-	1.793	21.978	1.192	290	-	25.253
Vida	-	60	105.420	6.699	84	-	112.263
Total	142.291	357.903	452.601	69.027	19.301	8.417	1.049.539

* En Colombia las ciudades están divididas por sectores socioeconómicos, siendo el número 1 el más pobre, y en forma ascendiente se llega al número 6, que representa al rango de población más pudiente. Los estratos 5 y 6 deben subsidiar al 1 y 2, en el coste de servicios públicos e impuestos de propiedades. Las tarifas de servicios públicos contemplan este subsidio.

anterior ha permitido generar más de 25 millones USD 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.

Conclusión

Este es tan sólo un esquema de promoción de microseguros. En Colombia, MAPFRE, está trabajando conjuntamente con la Banca de Oportunidades, Banco de la Mujer, Bancoldex (entidad de segundo piso, dedicada a financiar microfinancieras) y

sus redes para la promoción de este tipo de seguros.

Asimismo, a través de las Federaciones de diferentes cultivos, se promueven los seguros paramétricos o de índices, que sin lugar a dudas contribuyen a disminuir o eliminar las pérdidas de los agricultores en nuestro país, y que por el grupo de destinatarios, clasificarían también en el mundo del microseguro. Cada uno de estos canales sería temario de artículos diferentes por las particularidades de cada uno.

Invitamos a las entidades de seguro directo a abordar este mercado con optimismo, con dedicación, con la convicción de que se suple una necesidad social y se ayuda a las personas más vulnerables de nuestros países. ■