

El consumidor de seguros en la base de la pirámide

Entender el comportamiento de los hogares de bajos ingresos frente a los riesgos, su capacidad de pago y las barreras que les impiden acceder a los seguros, son insumos que le permitirán a las compañías trazar una estrategia comercial para posicionar los microseguros en este nuevo segmento de mercado.

Por:

Alejandra Díaz Agudelo

Coordinadora Microseguros

Directora FUNDASEG

Con el ánimo de conocer los riesgos a los que más están expuestos los hogares pobres, sus estrategias de respuesta a las emergencias, su tenencia de seguros, los inhibidores de compra de seguros y otros elementos claves para determinar el comportamiento de la demanda de microseguros, Fasecolda y Fundaseg adelantaron una investigación con la firma Yanhaas en 550 hogares de estratos 1, 2 y 3 en las cuatro principales ciudades del país.

Dentro de los hallazgos más importantes de la encuesta cabe destacar que el 48% de los hogares de estrato 1 tiene ingresos inferiores a los dos salarios mínimos, mientras que el 42% del estrato 3 tiene ingresos entre dos y tres salarios mínimos, los cuales se destinan en mayor medida a la alimentación, el pago de deudas y el arriendo.

Esta realidad denota un reto para las compañías de seguros que por años enfocaron sus esfuerzos a un mercado de mayores ingresos y que hoy le apuestan a crear oportunidades de negocio en una base de la pirámide cuyos ingresos por hogar en muchos casos no superan los 12 dólares diarios.

Los riesgos

Los riesgos que más han sufrido las personas de menores ingresos tanto por experiencia propia como de terceros son en su orden el desempleo, la enfermedad y la muerte. Por este motivo resulta pertinente y loable el esfuerzo que hoy hacen el Gobierno y la industria del seguro por fomentar el seguro de desempleo, como una de las alternativas para contrarrestar los efectos severos de esta amenaza en los trabajadores formales.

El 55% de la población afectada por emergencias acudió a préstamos y el 20% al gasto de sus ahorros. Llama la atención que la fuente de préstamo más utilizada es un amigo o familiar, fuente que según estimaciones de Econometría en su estudio de Crédito Informal, tienen tasas de interés cercanas al 68% efectivo anual.

En términos generales las personas pobres afectadas por eventos destinaron entre \$500.000 y \$3.000.000 para sobrellevar situaciones como entierros, atención médica, gastos del hogar durante el desempleo y accidentes.

De otro lado, resulta interesante que el 44% de las personas de estrato 1 ahorra, el 23% del estrato 2 y el 47% del estrato 3. Las razones del ahorro son fundamentalmente las emergencias, sin embargo esto llama la atención si se tiene en cuenta que los riesgos que más sufren los hogares pobres son los que más gastos generan para el hogar, haciendo que muchas veces el ahorro sea insuficiente para reponerse dichas pérdidas o daños.

Entre quienes dijeron ahorrar, más de la mitad lo hace en la casa, lo cual resulta preocupante toda vez que el cuarto riesgo que más ocurre en estos estratos es el robo en el hogar.

La tenencia de seguros

La tenencia de seguros con compañías de seguros sigue siendo muy baja. Sólo el 8,2% dijo tener seguro de vida o de accidentes con compañías de seguros, el 5,2% seguro exequial y el 2,7% seguro del hogar.

Por su parte, el 94% dijo tener seguro de salud, de los cuales el 64% hacen referencia al se-

guro de salud del régimen contributivo (POS) y el 37% al régimen de salud subsidiado (POS). Ninguno de los encuestados reporta tener seguro de salud con una compañía de seguros.

La principal razón manifestada por los encuestados para explicar la no tenencia de seguros con compañías de seguros es la falta de dinero, lo cual llama la atención si se tiene en cuenta que los resultados preliminares de la industria de microseguros a diciembre de 2008, que desarrolla Fasecolda, dan cuenta de primas promedio para vida y accidentes personales que no superan los dos dólares mensuales y de seguros exequiales los tres dólares mensuales, con coberturas que abarcan a todo el núcleo familiar.

Esto lo que puede indicar es que a pesar de que hoy existen productos económicos en el mercado, se requiere de un mayor esfuerzo en difusión, toda vez que los hogares de bajos ingresos siguen argumentando la falta de dinero como el principal inhibidor para la compra de seguros.

Por su parte, la segunda razón es la falta de interés, lo cual sustenta la necesidad de seguir trabajando en la promoción de la cultura del seguro y en el programa de educación financiera que hoy adelantan Fasecolda, Fundaseg y el Sena.

En promedio, la población de estratos uno, dos y tres estaría dispuesta a pa-

» En términos generales las personas pobres afectadas por eventos destinaron entre \$500.000 y \$3.000.000 para sobrellevar situaciones como entierros, atención médica, gastos del hogar durante el desempleo y accidentes.



gar por una prima mensual de un seguro de vida \$18.000, lo mismo que en un seguro de hogar. Por su parte, la prima mensual de un seguro exequial sería de \$12.000, mientras que los propietarios de negocios pagarían por un seguro pyme \$25.000.

En términos de valor asegurado, en promedio los encuestados manifestaron que venderían su vivienda en 55 millones de pesos y los contenidos en ocho millones de pesos. Por su parte, los propietarios de negocios expresaron que venderían el negocio en 11 millones de pesos, mientras que en caso de fallecer, los encuestados consideraron que 36 millones de pesos podrían ser suficientes para dejar protegida a la familia.

Oportunidades

De acuerdo con los resultados de la encuesta de Yanhaas, el 88% de la población acude al menos una vez a la semana a las tiendas de barrio, lo cual evidencia la importancia de involucrar estos establecimientos como posibles canales para la distribución de seguros.

Los seguros de hogar y de pyme tienen un potencial interesante si se tiene en cuenta que el 50% de la población tiene vivienda propia y que 13% del total de encuestados dijeron tener una microempresa, el 30% de los negocios son tiendas de abarrotes, el 12% talleres de confección y el 11% misceláneas.

Ahora bien, lo que no pueden desconocer quienes se involucren en el diseño de productos para pymes es que 82% de los negocios están ubicados en la misma casa y 78% de las empresas son unipersonales, lo cual implica un reto mayor para las compañías de seguros.

Finalmente, cabe mencionar que en la medida en que las compañías dispongan de más información sobre este segmento de mercado, más certeros serán en el diseño de los productos que respondan a las necesidades de la población de menores recursos y más eficientes y pertinentes serán los procedimientos para la comercialización, el recaudo y las reclamaciones.

La información está, lo importante es saberla utilizar.

Tenencia de Seguros por Ramo

Fuente: FASECOLDA - FUNDASEG - YANHAAS 2008

Ramo	Penetración reportada de seguros*	Penetración de seguros con compañías de seguros*
SALUD	94,1%	0,0%
EXEQUIAL	45,1%	5,2%
VIDA	19,5%	8,2%
AUTO Y SOAT	11,1%	1,6%
VIVIENDA	5,3%	2,7%
ARP	1,0%	0,4%
PYME	0,6%	0,3%

* Nota: Indica la tenencia de seguros reportada por los encuestados e incluye la información repetida por quienes confunden seguros de vida con pólizas de salud así como quienes confunden seguros de salud ofrecidos por compañías de seguros con pólizas de salud de la seguridad social.

** Nota: Indica la tenencia de seguros con compañías de seguros y excluye a los confundidos.