

Instituto de Ciencias del Seguro

**EXPERIENCIAS DE MICROSEGUROS  
EN COLOMBIA, PERÚ Y BRASIL.  
MODELO SOCIO AGENTE**

Francisco Javier Garayoa Arruti  
Marta de la Cuesta González  
Cristina Ruza y Paz-Curbera

**FUNDACIÓN MAPFRE**

© FUNDACIÓN MAPFRE

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra sin el permiso escrito del autor o de FUNDACIÓN MAPFRE

FUNDACIÓN MAPFRE no se hace responsable del contenido de esta obra, ni el hecho de publicarla implica conformidad o identificación con la opinión del autor o autores.

Prohibida la reproducción total o parcial de esta obra sin el permiso escrito del autor o del editor.

© 2012, FUNDACIÓN MAPFRE  
Paseo de Recoletos 23  
28004 Madrid (España)

[www.fundacionmapfre.com/cienciasdelseguro](http://www.fundacionmapfre.com/cienciasdelseguro)  
[publicaciones.ics@mapfre.com](mailto:publicaciones.ics@mapfre.com)

ISBN: 978-84-9844-272-4  
Depósito Legal: M-25720-2012

## PRESENTACIÓN

Desde 1975, FUNDACIÓN MAPFRE desarrolla actividades de interés general para la sociedad en distintos ámbitos profesionales y culturales, así como acciones destinadas a la mejora de las condiciones económicas y sociales de las personas y sectores menos favorecidos de la sociedad. En este marco, el Instituto de Ciencias del Seguro de FUNDACIÓN MAPFRE promueve y desarrolla actividades educativas y de investigación en los campos del seguro y de la gerencia de riesgos.

En el área educativa, su actuación abarca la formación académica de postgrado y especialización, desarrollada en colaboración con la Universidad Pontificia de Salamanca, así como cursos y seminarios para profesionales, impartidos en España e Iberoamérica. Estas tareas se extienden hacia otros ámbitos geográficos mediante la colaboración con instituciones españolas e internacionales, así como a través de un programa de formación a través de Internet.

El Instituto promueve ayudas a la investigación en las áreas científicas del riesgo y del seguro y mantiene un Centro de Documentación especializado en seguros y gerencia de riesgos, que da soporte a sus actividades.

Asimismo, el Instituto promueve y elabora informes periódicos y publica libros sobre el seguro y la gerencia de riesgos, con objeto de contribuir a un mejor conocimiento de dichas materias. En algunos casos estas obras sirven como referencia para quienes se inician en el estudio o la práctica del seguro, y en otros, como fuentes de información para profundizar en materias específicas.

Dentro de estas actividades se encuadra la publicación de este libro, resultado de la “Ayuda a la investigación Riesgo y Seguro” que FUNDACIÓN MAPFRE concedió a sus autores Francisco Javier Garayoa Arruti, Marta de la Cuesta González y Cristina Ruza y Paz-Curbera en la convocatoria de 2009. El trabajo fue tutorizado por Mario García del Cura.

Desde hace unos años, Internet es el medio por el que se desarrollan mayoritariamente nuestras actividades, ofreciendo a los usuarios de todo el mundo la posibilidad de acceder a las mismas de una manera rápida y eficaz mediante soportes Web de última generación a través de [www.fundacionmapfre.com/cienciasdelseguro](http://www.fundacionmapfre.com/cienciasdelseguro)

**Francisco Javier Garayoa** es Doctor “cum laude” en Ciencias del Seguro por la Universidad Pontificia de Salamanca y Licenciado en Derecho por la Universidad de Deusto. Actualmente Director del Foro de Inversión Social de España y docente en diversos cursos de postgrado en Responsabilidad Social Corporativa. Ha ejercido su actividad profesional como directivo en el grupo BBVA y Telefónica, colaborando actualmente en grupos de investigación de la UNED y la red CUMES de la Fundación Mapfre en temas de microseguros. Su investigación se centra en los productos financieros inclusivos, específicamente en los microseguros en América Latina, objeto de su tesis doctoral.

**Marta de la Cuesta** es Profesora titular de Economía Aplicada de la UNED y directora de la Cátedra Telefónica de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad en la UNED. Ha sido vicerrectora de planificación y asuntos económicos de la UNED desde diciembre de 2005 hasta julio de 2009. Vocal Experto del Consejo Estatal de Responsabilidad Social de la Empresa. Desde junio de 2011 es consejera independiente de Banca Cívica y preside su Comisión de Responsabilidad social. Su investigación se centra en la contribución de las finanzas al desarrollo, las inversiones socialmente responsables y la responsabilidad social corporativa.

**Cristina Ruza y Paz-Curbera** es Doctora “cum laude” en Economía aplicada y premio extraordinario de la UNED en 2004, accésit del Instituto de Estudios Económicos (2005), Master in Banking and Finance por la University of North Wales y licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad CEU Luis Vives de Madrid. Ha trabajado como investigadora interna en la Fundación de las Cajas de Ahorros (FUNCAS) y ha impartido docencia en diferentes universidades. Desde el año 1999 es profesora en la Facultad de Económicas y Empresariales de la UNED, y en la actualidad combina su labor docente con la dirección del Centro de Orientación, Información y Empleo del Vicerectorado de estudiantes de la UNED.

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradecemos a FUNDACIÓN MAPFRE y a su Instituto de Ciencias del Seguro por su aportación de recursos para poder llevar a cabo este trabajo de investigación, dentro de su política de impulsar el desarrollo de la actividad microaseguradora en América Latina y Caribe. Igualmente, agradecer la labor de coordinación y apoyo de MAPFRE Colombia, MAPFRE Perú y MAPFRE Brasil, así como la participación de las compañías que proporcionaron información para la elaboración de este estudio.

Mencionar especialmente las aportaciones de los investigadores del grupo de trabajo de este estudio; Begoña Gutiérrez Nieto y Carlos Serrano Cinca, quienes han permitido incorporar los ajustes finales

## ÍNDICE

Resumen .....	11
Abstract .....	13
Índice de términos .....	15
Índice de acrónimos .....	15
<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>17</b>
1.1 Estructura del estudio .....	17
1.2. Conceptos básicos .....	19
1.2.1. Definición de los microseguros .....	19
1.2.2. El mercado de los microseguros .....	19
1.2.3. El microseguro frente al seguro tradicional .....	22
<b>2. EXPERIENCIAS DE LA ACTIVIDAD MICROASEGURADORA EN AMÉRICA LATINA .....</b>	<b>25</b>
2.1. Datos generales .....	25
2.2. Los microseguros en América Latina .....	28
2.2.1. Datos de la actividad microaseguradora .....	28
2.2.2. La vulnerabilidad del segmento en América Latina .....	32
2.2.3. Singularidades del mercado de los microseguros .....	35
2.2.4. Regulación de la actividad microaseguradora .....	37
<b>3. LOS MICROSEGUROS EN COLOMBIA, PERÚ Y BRASIL .....</b>	<b>41</b>
3.1. Los microseguros en Colombia .....	41
3.1.1. Datos básicos .....	41
3.1.2. Regulación de la actividad microaseguradora .....	52
3.2. Los microseguros en Perú .....	57
3.2.1. Datos básicos .....	57
3.2.2. Regulación de la actividad microaseguradora .....	71

3.3 Los microseguros en Brasil .....	73
3.3.1. Datos básicos .....	73
3.3.2. Regulación de la actividad microaseguradora .....	85
<b>4. EL MODELO SOCIO AGENTE EN COLOMBIA, PERÚ Y BRASIL .....</b>	<b>89</b>
4.1. El modelo socio agente .....	89
4.2 El modelo socio agente en los mercados de Colombia, Perú y Brasil .....	91
4.2.1. Colombia .....	92
4.2.2. Perú .....	94
4.2.3. Brasil .....	100
<b>5. TRABAJO DE CAMPO EN COLOMBIA, PERÚ Y BRASIL .....</b>	<b>109</b>
5.1. Planificación .....	109
5.2. Datos de la visita a Bogotá .....	112
5.2.1. Datos generales .....	112
5.2.2. Visitas del trabajo de campo .....	114
5.3. Datos de la visita a Lima .....	127
5.3.1. Datos generales .....	127
5.3.2. Visitas del trabajo de campo .....	130
5.4. Datos de la visita a Sao Paulo y Río de Janeiro .....	140
5.4.1. Datos generales .....	140
5.4.2. Visitas del trabajo de campo .....	142
5.5. Valoración de indicadores .....	154
5.5.1. Índice de ingreso neto .....	154
5.5.2. Índice de gastos incurridos .....	156
5.5.3. Índice de siniestralidad .....	158
5.5.4. Índice de renovaciones .....	160
5.5.5. Índice de rechazo de reclamos .....	162
5.5.6. Índice de crecimiento .....	163
5.5.7. Índice de cobertura .....	164
5.5.8. Asegurados por debajo de la línea de pobreza .....	165
5.5.9. Peso de la prima de riesgo .....	166
5.5.10. Peso del coste del canal de comercialización .....	167
5.5.11. Margen bruto del asegurador .....	169

<b>6. CONTRASTE ENTRE EL MARCO TEÓRICO Y EL TRABAJO DE CAMPO .....</b>	<b>171</b>
6.1. Aspectos coincidentes .....	171
6.2. Singularidades.....	171
6.2.1. Análisis por programas .....	172
6.2.2. Sostenibilidad y maximización de beneficios .....	172
<b>7. CONCLUSIONES Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>175</b>
7.1. Valoraciones generales .....	175
7.1.1. Apuntes básicos .....	175
7.1.2. Singularidad del análisis de los programas de microseguros .....	178
7.1.3. Vuelta a los esquemas básicos .....	178
7.1.4. La eficiencia económica y social .....	180
7.2. Propuesta de modelos de sostenibilidad .....	182
7.2.1. Asegurador y canal “Empresa de Servicios Públicos” ..	183
7.2.2. Asegurador y canal banca-seguros .....	185
7.2.3. La cooperativa como asegurador .....	186
7.2.4. Aspectos generalizables, comunes a los distintos programas .....	187
7.3. Nuevas líneas de investigación .....	188
7.3.1. Profundización del conocimiento del mercado .....	188
7.3.2. El enfoque por programas, como base de estudio .....	189
7.3.3. Los planes de educación aseguradora, clave de la demanda de microseguros .....	189
7.3.4. El desarrollo de los canales de comercialización no convencionales .....	189
7.3.5. La innovación tecnológica como aportación a la actividad microaseguradora .....	189
<b>Agradecimientos por las aportaciones en las entrevistas del trabajo de campo .....</b>	<b>191</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>193</b>
Anexo 1. Reforma normativa de microseguros en Perú .....	193
Anexo 2. Documentos de trabajo del proyecto de ley de regulación de la actividad microaseguradora en Brasil .....	203

Anexo 3. Diferencias operativas entre el seguro convencional y el microseguro .....	214
Anexo 4. Indicadores de desempeño económico y social .....	216
Anexo 5. Cuestionario general del trabajo de campo .....	217
<b>Referencias bibliográficas</b> .....	<b>219</b>
<b>Relación de tablas y figuras</b> .....	<b>231</b>
Colección <i>Cuadernos de la Fundación</i> Instituto de Ciencias del Seguro .....	235

## Resumen

A lo largo de este estudio hemos hecho una revisión del mercado de los microseguros en América Latina, tomando como referencia tres de los países más significativos; Colombia, Perú y Brasil, y, tras el análisis de sus particularidades, seleccionamos a los operadores más significativos en dichos mercados.

Hemos tenido ocasión de contrastar, “in situ”, los enfoques operativos de su actividad microaseguradora, en muchos casos no definidos estrictamente como tal, y los programas concretos que tienen en marcha para el segmento de bajos recursos.

En las muestras del trabajo de campo contemplamos programas no exclusivos para el segmento de bajos recursos, que en algunos casos son denominados, en razón de la contratación, seguros masivos, y en otros, en razón del canal de comercialización, seguros de canales alternativos.

Los programas analizados atienden al segmento de bajos recursos y cumplen con la mayor parte de los requerimientos teóricos de los microseguros; la contratación masiva, los productos simples, la tramitación sencilla, las exclusiones mínimas, los canales de distribución de bajo coste, los procesos operativos tecnificados, las bajas primas y las coberturas reducidas.

Como parte del trabajo de campo, hemos aplicado a los programas los indicadores de desempeño para microseguros de John Wipf y Denis Garand, de los que concluimos que, en líneas generales, prima el enfoque de negocio sobre el social, destacando los elevados índices de ingreso neto y la baja siniestralidad, relacionados directamente con el bajo impacto de los ahorros de costes en la cuota y el escaso valor de las coberturas para el segmento que se atiende.

Esta realidad es entendible si somos conscientes del momento evolutivo, de transformación, que está viviendo el mercado de los microseguros en América Latina.

Del desarrollo de este trabajo de investigación, hemos extraído algunas conclusiones que servirán para entender mejor los mercados del análisis, que relacionamos seguidamente:

1. El mercado de los microseguros, en los tres países estudiados, está evolucionando y se percibe una progresiva y rápida adaptación de la

actividad aseguradora tradicional a las particularidades del segmento de los microseguros.

En un primer estadio no existe, en líneas generales, una identificación total entre lo que es el microseguro conceptual y la actividad de aseguramiento enfocada al segmento de bajos recursos. Partimos de la realidad de estos países, donde el segmento de bajos recursos representa el mercado mayoritario, al que hay que atender por evidentes razones sociales a las que se añaden las estratégicas de negocio.

2. El acercamiento a la actividad microaseguradora se plasma mediante el desarrollo de productos específicos y singulares, en programas concretos, que tienen un plan de negocios y unos objetivos de rentabilidad a corto plazo.

Los productos de microseguros son diseñados para poder atender un mercado potencial, donde se valoran los aspectos de accesibilidad más como una consecuencia que como un fin, primando los criterios de sostenibilidad y rentabilidad, con valoraciones similares a otros planes de negocio del operador de seguros.

3. En los programas de microseguros de los mercados estudiados, algo que coincide en los tres países, destaca la diversidad de experiencias en la comercialización por diferentes canales, especialmente representativos los no tradicionales, así como la utilización de enfoques innovadores para lograr un alto grado de eficiencia, clave del éxito de los programas.

Estas experiencias son un aporte valioso, que en algunos aspectos pueden ser generalizables, siendo estos mercados un magnífico campo de pruebas para la actividad microaseguradora.

Como cierre de este estudio, hemos aportado tres esquemas reales, que pueden mostrar enfoques generalizables, sin olvidar los necesarios ajustes de adaptación al mercado local que se pretende atender y las singularidades de cada programa.

En cuanto a las líneas de investigación futuras, destacamos las tres que consideramos más relevantes; la referida a la educación financiera, en la que se incluye la de los microseguros, la de la evolución de los canales de comercialización, la del papel de la tecnología y la innovación en el desarrollo de la actividad.

El estudio y análisis de estas experiencias nos va a permitir hacer un seguimiento de los programas de microseguros en los mercados de los distintos países de América Latina, donde el mercado natural al que hay que atender es el de los microseguros.

## Abstract

Throughout this research we have made a review of the situation on the market and micro-insurances in Latin America, taking three of the most significant countries, Colombia, Peru and Brazil as references.

We have selected the most important operators within their markets so we have had the chance to contrast “in situ” the operative approaches and the concrete programs that are being used for the low-income segments.

In the samples that we have incorporated into the field-work, we contemplate non-exclusive programs for the low-income segments that sometimes are identified, depending on the contracting, as alternative channels insurance or massive insurance.

In both cases they normally meet with the low-income segment and they fulfill a lot of the theoretical requirements of the micro-insurance; such as the massive hiring, the simple products, the easy processing, the minimum exclusions, the low-cost distribution channels, the technical operative process, and the low premiums and reduced covertures.

As a complement to the field work we have applied, to the analyzed programs, the performance indicators for micro-insurance of John Wipf and Denis Garand.

From these indicators we conclude that, in general, the business focus is more important than the social one, underlining the high index of the net income and the low accident rate, directly related with the low impact of the cost's savings in the quote and with the low value of the covertures for the segment met.

This reality is understood, keeping in mind the evolutionary micro-insurance market moment in Latin America.

We have chosen some of the conclusions from this research that will help to understand a little better the market analyses:

- The micro-insurance market, in the three countries studied, is developing. We can see a progressive and quick adaptation of the traditional insurance activity to the particularities of the micro-insurance segment.

In this first stage, there is not a real identification between the conceptual micro-insurance and the insurance activity to reach the low-income segment.

It also should be regarded that in these countries, the low-income segment represents the actual market that should be met for obvious business reasons and the relevance of the social considerations.

- The approach of the micro-insurance activity can be seen in concrete programs that have a particular treatment and a specific business plan.

The microinsurance products are designed with the view of a step into the potential market where they value the accessibility aspects as a consequence not as an end, and where the sustainability and profitability have the main importance, with similar assessments to other insurer business plans.

- In the micro-insurance programs of the studied markets, the diversity of experiences in the commercialization by different channels is remarkable as well as the use of modern ways to achieve the success of the programs.

These experiences are important contributions as references that, in some aspects, can be generalized; being these markets a great proving field for the micro-insurances.

To conclude with this research, we have presented three real diagrams, as references that can introduce generalized views, knowing that they should be adjusted to the micro market situation that the specific micro-insurance program will cover.

As open and interesting investigation lines, we would like to include; the one, referring to the financial Education, that includes the insurance-micro insurance, the evolution of the commercialize channels and, the one regarding the importance of the technology and innovation in the development of micro-insurance in Latin America.

The study and analysis of these working lines will enable us to follow the evolution of the micro-insurance activity in the different Latin American markets, where the natural market is the micro-insurance one.

## Índice de términos

Accesibilidad  
Base de la pirámide  
Canales de distribución  
Comunidades mutuales  
Cooperativas  
Donantes  
Instituciones microfinancieras  
Microcréditos  
Microseguros  
ONGs  
Operadores formales  
Operadores informales  
Protección social

## Índice de acrónimos

**ALC:** América Latina y Caribe  
**APP:** Alianzas Público Privadas  
**BP:** Base de la pirámide  
**CEPAL:** Comisión Económica para América Latina, de Naciones Unidas  
**CGAP:** Siglas en inglés del Grupo Consultivo de Asistencia a los pobres  
**ECV:** Encuesta de Condiciones de Vida  
**IAIS:** Siglas en inglés de la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros  
**ICCs:** Instituciones Comunitarias de Crédito  
**IMF:** Instituciones Micro Financieras  
**INEI:** Instituto Nacional de Estadística Interna  
**OIT:** Organización Nacional del Trabajo  
**ONG's:** Organizaciones No Gubernamentales  
**ONU:** Organización de Naciones Unidas  
**OSCIP's:** Organizaciones de Sociedades Civiles de Interés Público  
**PIB:** Producto Interior Bruto  
**PNAD:** Pesquisa Nacional por Amostra de Domicilios  
**RSE:** Responsabilidad Social Empresarial  
**SBS:** Supervisor de Banca y Seguros  
**SCM:** Sociedades de Crédito a los Microemprendedores  
**SENA:** Servicio Nacional de Aprendizaje  
**SEPS:** Superintendencia de Entidades Prestatarias de servicios de Salud  
**SOAT:** Seguro Obligatorio de Asistencia en Tránsito  
**SUSEP:** Superintendencia de Seguros Privados  
**USD:** Dólares Estadounidenses

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Estructura del estudio

Los aspectos conceptuales básicos de los microseguros, como sus definiciones, diferenciación con los seguros tradicionales, la parte de desarrollo formal e informal y lo que supone como mercado potencial, entre otros temas, los vamos a ver dentro de esta introducción y, posteriormente, en las propias manifestaciones de la actividad microseguradora en los países del estudio, sin entrar en un análisis profundo de las generalidades, dado que no es el objeto de este trabajo de investigación.

Partimos de los datos del mercado real y potencial de los microseguros en América Latina, centrándonos en los países donde más rápidamente se ha desarrollado dicha actividad.

Se seleccionan los tres mercados más representativos; Colombia, Perú y Brasil. Los dos primeros por su rápido crecimiento y peso en la actividad microaseguradora, y el tercero por el volumen altamente representativo de la actividad aseguradora, sus iniciativas en el mercado de los microseguros y sus proyectos de impulso de esta actividad.

Como primer componente del estudio, se acota el segmento al que se dirigen los microseguros en los países de referencia, cuantificando lo que representa la base de la pirámide, la penetración de los microseguros formales, la generación de la demanda y la respuesta de los operadores formales (aseguradoras, cooperativas, Instituciones Microfinancieras y otros singulares).

Dado que en este estudio vamos a centrarnos en los microseguros comerciales, viables económicamente, prestamos una especial atención a los aspectos relativos a las inversiones, la prima de riesgo estimada, los costes operativos, los costes de comercialización y las comisiones a retribuir, de manera que se pueda hacer un contraste de sostenibilidad y rentabilidad.

Junto a la sostenibilidad hay que contemplar el objetivo de la accesibilidad e inclusión financiera, que es el elemento que cualifica y da sentido al microseguro, por lo que es fundamental la generación de un modelo de bajo coste que permita compatibilidad ambas premisas. En este punto es necesario hacer mención a los planteamientos innovadores y a los recursos tecnológicos, como formas de optimizar las variables señaladas.

Como parte relevante de este estudio, vamos a prestar una especial atención a los canales de comercialización, que constituyen la clave para generar el modelo de bajo coste, y que, a la vez, permiten acercar el microseguro al segmento de menores ingresos, superando muchas de las dificultades que comporta alinear la oferta y la demanda en este colectivo.

Siguiendo con los canales de comercialización, el marco de estudio de los programas tendrá como eje el modelo socio agente, que es el más generalizado y más eficiente, según consenso general (C.Churchill, 2006).

El estudio de la actividad microaseguradora en los mercados de Colombia, Perú y Brasil, nos va a permitir evaluar los factores y actuaciones que han permitido superar las dificultades de sostenibilidad y accesibilidad, con base en experiencias exitosas.

La aportación empírica toma como referencia los datos cuantitativos y cualitativos del trabajo de campo, que se ha realizado seleccionando los operadores más significativos en los tres mercados, tomando una muestra representativa de los programas de microseguros más exitosos. El objetivo que se persigue es el de delimitar los parámetros económicos y sociales, a fin de hacer un diagnóstico de los mismos, seleccionando las pautas de buenas prácticas que pueden servir de referencia.

Este trabajo de investigación busca aportar una visión de las dificultades reales de los programas de microseguros en América latina, pero también las respuestas exitosas que se están dando desde cada mercado, así como los acercamientos relacionados, que pueden aportar datos valiosos, como los que se derivan de las experiencias en los seguros populares, los denominados masivos y los modelos operativos tradicionales de bajos costes.

Como vemos, se trata de aportar un mayor conocimiento de la actividad microaseguradora sostenible y rentable, basado en el contraste experimental de diversos programas y sus indicadores de desarrollo, siguiendo una metodología de acercamiento que nos lleva a analizar los programas de forma individual, concretando la cadena de valor que se crea en las diferentes manifestaciones del modelo socio agente.

Nuestro deseo es que las conclusiones de este estudio, basadas en aspectos de buenas prácticas, sirvan como pautas de viabilidad en los programas de microseguros, aportando un mayor grado de confianza a aquellos operadores que se han iniciado o tienen previsto iniciarse en la actividad microaseguradora.

No contamos con toda la información ni el contraste que quisiéramos, dado el momento evolutivo de la actividad microaseguradora en América Latina y la dificultad de recabar datos contrastables, pero aportamos experiencias que nos pueden orientar hacia las metas que nos hemos propuesto como base de este

trabajo, buscando incorporar avances progresivos y nuevas líneas de investigación.

## **1.2. Conceptos básicos**

### *1.2.1. Definición de los microseguros.*

Existen diversas definiciones sobre los microseguros, dependiendo de las aportaciones de autores e instituciones. Nosotros incorporamos aquí uno de los de mayor consenso, el de Craig Churchill, en su Compendio de Microseguros (C.Churchill, 2006).

“El microseguro tiene por objeto la protección de las personas de bajos ingresos contra riesgos específicos, a cambio de pagos regulares de primas proporcionales a la posibilidad y coste del riesgo cubierto.”

Analizando esta definición, vemos que puede ser igualmente aplicable a los seguros tradicionales, con la salvedad del mercado al que se dirige, el de las personas con bajos ingresos.

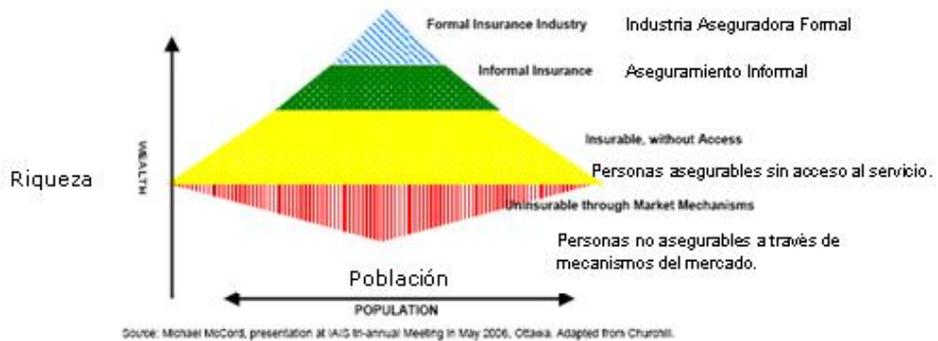
El factor que cualifica y diferencia al microseguro es el segmento al que se dirige, los más pobres, dando respuesta a las exigencias de negocio, propias de la actividad aseguradora, a la vez que a las de tipo social, como alternativa de gestión del riesgo de un segmento de población excluido y sin acceso al mercado formal.

Como primer paso, es necesario concretar y cuantificar el segmento al que trata de dar respuesta la actividad microaseguradora, el de bajos recursos, y lo que representa a nivel de población y flujos de renta.

### *1.2.2. El mercado de los microseguros.*

El siguiente gráfico da una visión de cómo se relaciona la riqueza de la pirámide de población con la respuesta que da la industria aseguradora, en la que se incluye la parte informal de la misma.

**Figura 1:** Esquema del mercado potencial de los microseguros



Fuente: Michael McCord, presentation at IAIS tri-annual Meeting in May 2006, Ottawa. Adapted from Churchill.

Como podemos ver, los mayores niveles de riqueza se corresponden con el mercado objetivo de la industria aseguradora formal, que da respuesta solo a una escasa parte de la población mundial.

El estrato que abarca a la mayoría de población se encuentra atendido por los modelos de aseguramiento informales o no recibe respuesta por parte de la industria de los seguros, a la que no pueden acceder sus miembros.

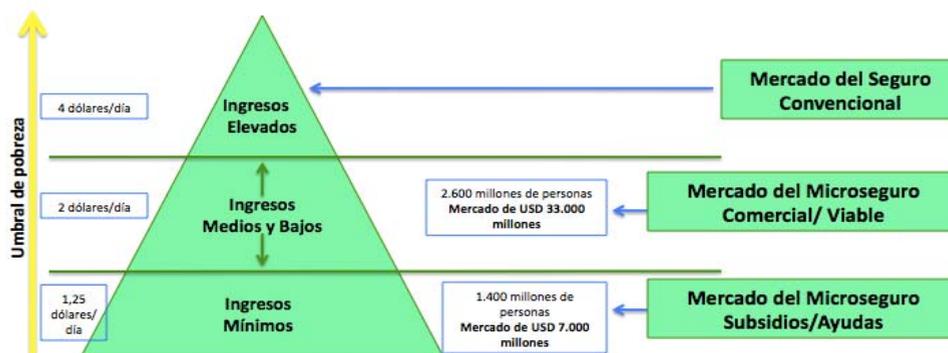
La industria de los microseguros tiene su mercado potencial en estos segmentos, los más amplios en número de población, por lo que es decisivo dar una respuesta viable desde el enfoque social y de negocio.

Completamos este esquema incorporando la cuantificación del mercado potencial de los microseguros, que abarcaría el segmento atendido por el seguro informal y el de las personas asegurables que no pueden acceder al microseguro comercial.

En cuanto al segmento de mayor pobreza, requiere acciones promovidas por organismos públicos o privados y tiene un tratamiento distinto del comercial, con un enfoque de microseguro social, de tipo asistencial.

Basándonos en los datos del último estudio de Swiss Re del 2010, hemos desarrollado la siguiente figura, que cuantifica el mercado potencial de los microseguros (Swiss Re, 2010).

**Figura 2:** Mercado de los microseguros a nivel mundial



**Fuente:** Desarrollo propio con datos de Swiss Re (2010)

Primeramente, distinguimos el segmento de miseria marginal, que es el que tiene unos ingresos inferiores a los 1,25 USD diarios, y el de pobreza simple, que se sitúa en el margen que va de 1,25 USD a los 4 USD, siguiendo los criterios del Banco Mundial respecto al umbral internacional de pobreza.

El segmento de pobreza moderada representa 2.600 millones de personas y una cifra de mercado de 33.000 millones de USD, según los datos del estudio de referencia.

Este segmento, el comercialmente viable, donde juegan los criterios de precios asequibles y los criterios de sostenibilidad y margen comercial, es sobre el que desarrollaremos este trabajo de investigación.

En cuanto al segmento de miseria marginal, subrayar que representa un conjunto de 1.400 millones de personas y una cifra de mercado de 7.000 millones de USD, evolucionando hacia el segmento comercialmente viable.

El segmento de miseria marginal no es atendible por el microseguro comercial y ha de ser tratado desde los Gobiernos y Autoridades Públicas, Organismos Internacionales de Cooperación, así como mediante alianzas público privadas, APP, de forma que puedan ser viables los programas de microseguros sociales, especialmente relacionados con los servicios de salud.

La suma de los dos estratos conforma el potencial de mercado global de los microseguros, alcanzando la cifra de los 4.000 millones de personas y 40.000 millones de USD, como posibles flujos en primas (Swiss Re, 2010).

Vistas estas cifras, se entiende claramente que el enfoque de los microseguros, por parte de las compañías aseguradoras, ya no es solo desde los compromisos ligados a los criterios de Responsabilidad Social Empresarial, que seguirá teniendo sentido para el segmento de pobreza extrema, sino que afecta a las estrategias de negocio, necesarias para acceder a mercados de

países emergentes, donde el potencial de crecimiento pasa por entrar en la actividad microaseguradora.

En el siguiente gráfico podemos ver el mercado potencial de los microseguros y su distribución.

**Figura 3:** Distribución del mercado potencial de los microseguros



Fuente: Swiss Re Economic Research and Consulting; PovcalNet: herramienta en línea para medir la pobreza, diseñada por el Grupo de Investigación sobre desarrollo del Banco Mundial (<http://iresearch.worldbank.org/PovcalNet/>)

**Fuente:** (Swiss Re, 2010)

El mercado potencial más extenso lo tenemos en el continente asiático, dada la alta concentración de población y los bajos niveles de rentas, siendo este su mercado natural.

### 1.2.3. El microseguro frente al seguro tradicional

Para un mayor conocimiento de las características del microseguro, vamos a compararlo con el seguro tradicional, en sus distintas facetas, partiendo del mercado objetivo al que atienden y siguiendo con el diseño del producto, marketing, administración, distribución, etc.

Para ilustrar este comparativo, incorporamos la figura del estudio de Swiss Re, que contempla, a grandes rasgos, los aspectos generales que, a la vez de diferenciar a los microseguros, sirven para definirlos desde el punto de vista operativo (Swiss Re, 2010).

En los siguientes capítulos veremos cómo se manifiestan estas particularidades de los microseguros en los programas concretos y como se produce una adaptación del producto tradicional, al efecto de poder atender un colectivo singular que configura su propia demanda.

**Figura 4: Diferencias entre el seguro y el microseguro**

	Microseguro	Seguro convencional
<b>Mercado objetivo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Personas con bajos ingresos</li> <li>Muy poca conciencia/conocimiento del seguro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Personas con ingresos medios y altos</li> <li>Mercado muy sensibilizado acerca de las ventajas del seguro</li> </ul>
<b>Diseño de productos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sencillo diseño de productos con características fáciles de comprender</li> <li>Tarificación para una comunidad o grupo: datos actuariales limitados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cobertura y características múltiples</li> <li>Tarificación en función del riesgo con arreglo a múltiples parámetros: buena calidad de los datos</li> </ul>
<b>Marketing y distribución</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sistema de distribución innovador con múltiples acuerdos</li> <li>Generalmente vendido como producto combinado por medio de instituciones de microfinanciación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Uso de canales convencionales, como los agentes de seguros, bancos e Internet</li> <li>Distribuido por intermediarios con licencia</li> </ul>
<b>Suscripción</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prácticas de suscripción sencillas (a menudo sin un control previo); pequeña suma asegurada</li> <li>Clausulado de pólizas sencillo, con exclusiones mínimas o inexistentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Suscripción integral: alta suma asegurada</li> <li>Clausulado complejo con múltiples exclusiones y condiciones</li> </ul>
<b>Administración</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pago irregular de primas, en efectivo o combinado con otros productos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pagos regulares mediante cheque, domiciliación bancaria o tarjeta de crédito</li> </ul>
<b>Liquidación de siniestros</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proceso de liquidación de siniestros sencillo y rápido: documentación limitada</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Proceso exhaustivo: documentación detallada</li> </ul>
<b>Gestión de activos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Según las normas reguladoras o el reglamento de inversión del portador del riesgo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Según las normas reguladoras o el reglamento de inversión del portador del riesgo</li> </ul>

Fuente: Swiss Re Economic Research & Consulting

**Fuente:** (Swiss Re, 2010)

Como complemento y, como referencia añadida, aportamos el estudio comparativo que establece la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros, IAIS y el Consultative Group to Assist the Poor, CGAP (Anexo 3).

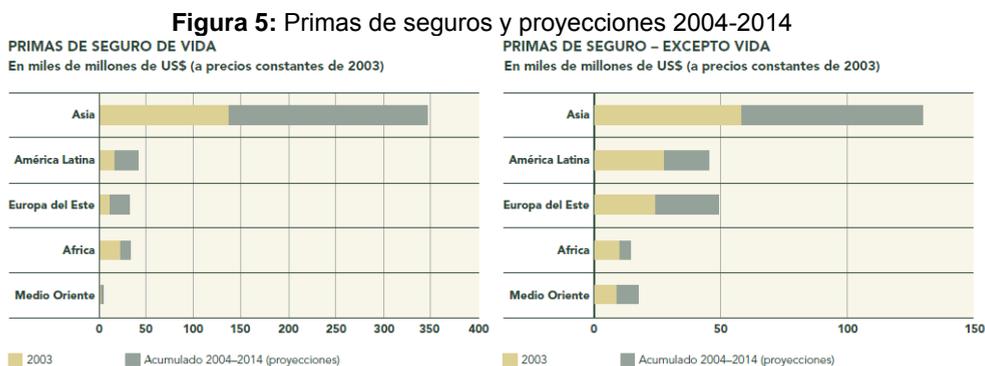
Los dos análisis que tomamos como referencia son complementarios, y trasladan claramente la diferenciación real que existe entre la actividad tradicional de los seguros y la microaseguradora.

## 2 EXPERIENCIAS DE LA ACTIVIDAD MICROASEGURADORA EN AMÉRICA LATINA

### 2.1. Datos generales

Antes de centrarnos en el mercado de los microseguros, conviene tener una visión panorámica de lo que representa el sector asegurador general en los distintos continentes en vías de desarrollo, con las proyecciones de los próximos años.

Incorporamos, en la siguiente figura, una visión de la actividad aseguradora, en razón de la facturación por primas, en los continentes donde se ubican la mayor parte de los países en vías de desarrollo, emergentes, y su proyección para los próximos años (Swiss Re, 2004).

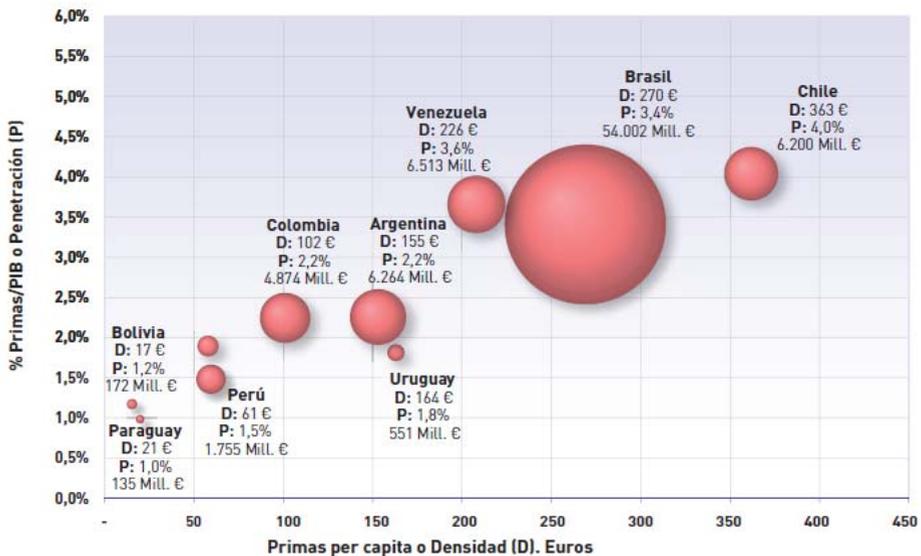


En el grafico anterior destaca la proyección de crecimiento en el continente asiático, seguido de América Latina, especialmente en los seguros de vida, superado en resto de primas por el crecimiento previsto en Europa del Este.

Hemos de mencionar las diferencias de desarrollo económico y social de los distintos países que componen cada uno de los continentes, que afectará al singular desarrollo del mercado de los microseguros.

En cuanto al sector de los seguros en América Latina, con los datos del volumen global de primas, la penetración y la prima media, tendremos el marco general necesario para entrar posteriormente en el análisis del mercado de los microseguros.

**Figura 6:** Penetración y densidad 2010 por país, en América Latina



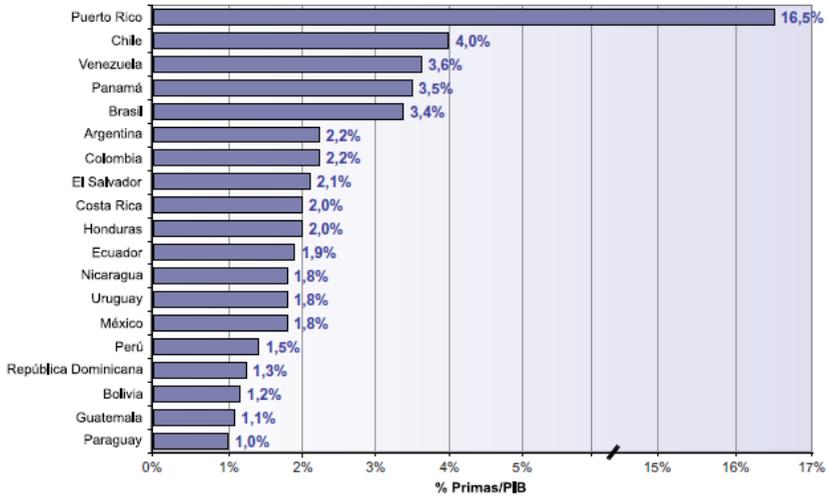
Fuente: CEPAL y organismos supervisores de cada país (F. MAPFRE, 2011).

En la figura 6 destacamos a Chile y Brasil, que se posicionan con la mayor prima per capita, quedando en la cola Perú, Paraguay y Bolivia, aunque ello no nos lleve a suponer que exista, necesariamente, una relación directa entre la prima per capita pequeña y el desarrollo de los microseguros.

Como mercado singular, por volumen y potencial, destacar el de Brasil, que se mueve en una escala totalmente distinta del resto de países.

Seguidamente, podemos apreciar la penetración de los seguros por países en América Latina, con las diferencias propias de cada mercado.

**Figura 7:** La penetración del seguro en América Latina 2010.

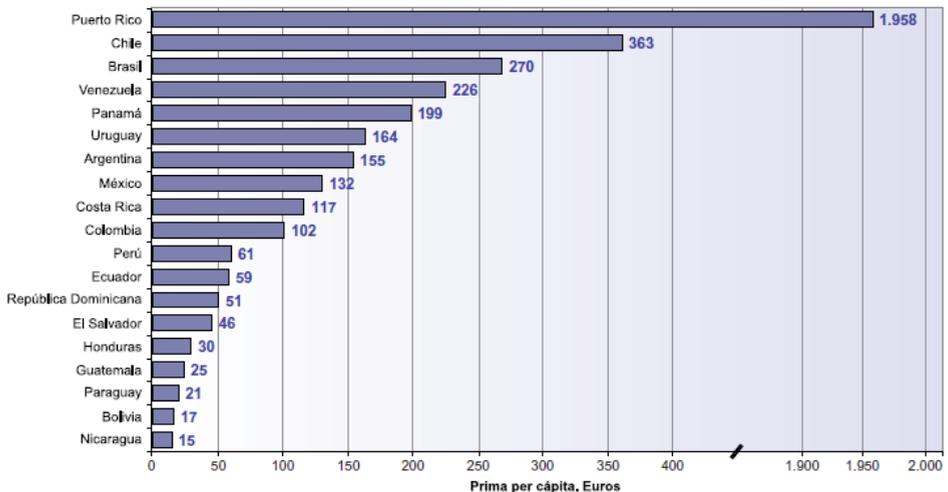


Fuente: CEPAL y organismos supervisores de cada país (F. MAPFRE, 2011).

Según vemos en la figura 7, salvando el caso excepcional de Puerto Rico, que sale del contexto general de los países de América Latina, el nivel general de penetración es bajo, y ello condiciona directamente al desarrollo de los microseguros, como extensión de la actividad aseguradora general.

Como dato complementario, directamente relacionado con la figura anterior, tenemos el detalle de las primas per cápita, que podemos visualizar seguidamente.

**Figura 8:** Latinoamérica, primas per cápita 2010



Fuente: CEPAL y organismos supervisores de cada país. (F. Mapfre, 2011)

Destacamos de esta información la situación de Chile, Brasil y Venezuela, que se posicionan con las mayores primas per capita, quedando en las últimas posiciones, acaparando un mayor nivel de pobreza, Nicaragua, Bolivia, Paraguay, Guatemala y Honduras.

Otro indicador significativo, que nos permitirá entender la mayor facilidad o dificultad en el desarrollo del mercado de los microseguros, será el del nivel de concentración del mercado en cada uno de estos países, lo cual supone una ventaja o dificultad, según sea la posición de los operadores representativos o dominantes.

**Tabla 1:** Concentración de mercado en el 2010

Pais	N.º de entidades	Cuota 5 primeros grupos %	Cuota 10 grupos %	Primer grupo	Cuota primer grupo %
Perú	14	89,2	100,0	RIMAC	33,5
Uruguay	14	89,4	98,9	BANCO DE SEGUROS DEL ESTADO	65,5
Bolivia	14	86,6	99,9	BISA	24,8
Brasil	115	59,0	80,1	BRDESCO SEGUROS	21,2
Colombia	43	53,6	76,2	SURAMERICANA	22,3
Paraguay	33	50,1	68,3	MAPFRE	23,8
Venezuela	49	46,0	72,1	CARACAS LIBERTY MUTUAL	13,4
Ecuador	42	37,0	57,7	COLONIAL	12,4
Argentina	181	35,8	55,0	CAJA SEGUROS	9,4
Chile	57	36,2	58,8	METLIFE	10,9

**Fuente:** CEPAL y Org. Supervisores de cada país. (F. MAPFRE, 2011)

La respuesta de estos grupos de aseguradores condicionará la mayor o menor rapidez en el inicio y desarrollo de la actividad microaseguradora.

## 2.2. Los microseguros en América Latina

### 2.2.1. Datos de la actividad microaseguradora

Situándonos ya en el “*subsector*” de los microseguros y en su mercado natural, vamos a resaltar algunos aspectos comunes en el área de América Latina.

#### a. El microseguro de vida, como producto preferente.

El desarrollo especial del microseguro de vida está relacionado directamente con la poca complejidad en el diseño y operativa del producto, así como en la promoción del mismo desde las Instituciones Microfinancieras, como producto ligado al microcrédito.

En la siguiente tabla, podemos hacer un comparativo de complejidad entre los distintos productos de microseguros, siguiendo el estudio de IAIS&CGAP .

**Tabla 2: Dificultades y complejidad por tipos de microseguros****Riesgos y Complejidad de los Microseguros**

Complejidad	Clases	Ejemplos	Problemas
+	Vida	Temporales (seguros de créditos), Seg. de vida con ahorro	Tablas de mortalidad para población objetivo
++	Salud	Rango de riesgos amplio: Depende de la enfermedad	Sufren de riesgo moral, selección adversa y reclamaciones abusivas
+++	Propiedad	Daños y robo a la: Vivienda, Máquinas, Inventarios, Semovientes	Altos costos de verificación y sujetos a fraude
++++	Invalidez	Riesgos profesionales a Microempresas	Es difícil medir el ingreso de personas en sector informal. Son susceptibles a fraude
+++++	Agrícolas	Contra riesgo climático (en Chile y El Salvador)	Es difícil medir el ingreso de personas en sector informal. Son susceptibles a fraude
+++++	Desastres naturales	Riesgos de desastres naturales	Difícil de diversificar y acceso limitado a reaseguros

Clasificación con base en IAIS & CGAP (2007) Issues in Regulation and Supervision of Microinsurance.

**Fuente:** IAIS & CGAP 2007 ( Jimenez 2007)

Como podemos ver del cuadro anterior, prima la sencillez, tanto en el conocimiento como en la operativa, siendo el microseguro de vida el que destaca en ambos aspectos.

En el microseguro de vida el problema clave es la creación de unas tablas de mortandad fiables, algo que los organismos oficiales pueden facilitar y los operadores de seguros desarrollar y ajustar, aplicando sus propios criterios de análisis.

En cuanto a los productos que incorporan más dificultades, que apenas se han desarrollado, tenemos los seguros agrícolas y los que cubren los siniestros derivados de los desastres naturales, que requieren un mayor estudio de detalle y entrañan mayor nivel de riesgo para los aseguradores, con los condicionantes y costes del reaseguro .

Podemos confirmar lo dicho sobre el especial desarrollo de los productos de microseguro de vida en la siguiente tabla.<sup>1</sup>

**Tabla 3: Modalidades de microseguros en América Latina**

Modalidades de Microseguros	Titulares en millones	Peso en %
Vida	7,5	93,7
Accidentes e incapacidad	0,1	1,2
Propiedad e indiciados	0,001	
Salud	0,4	4

**Fuente:** Desarrollo propio, sobre los datos extraídos de The Landscape of Microinsurance in the World's 100 Poorest Countries. Michael J. McCord –Microinsurance Centre- (Mac Cord, 2007)

<sup>1</sup> Vemos que se corresponde con la proyección del segundo mayor crecimiento previsto, en la modalidad de vida, en América Latina, de la figura 5.

b. Primacia de los operadores comerciales

Este es otro de los aspectos generalizables, dada su coincidencia, dentro del mercado de los microseguros en América Latina.

Los aseguradores comerciales representan la mayor parte de todos los operadores, aunque hay que tener en cuenta la falta de censos referidos a los operadores informales (Mac Cord, 2007).

**Tabla 4:** Peso de los operadores de microseguros en los países más pobres de América del Sur y Caribe

Tipo de aseguradores	Millones en aseguradores	Peso en %
Comerciales	7,7	98,7
Mutuas	0,1	-
ONG´s	0,004	-
Otros	-	-

**Fuente:** Desarrollo propio sobre los datos extraídos de The Landscape of Microinsurance in the World's 100 Poorest Countries. Michael J. McCord, Microinsurance Centre. (Mac Cord, 2007)

c. Baja penetración y densidad

Como datos complementarios, que nos trasladan una visión general del mercado estudiado, podemos incorporar los de penetración y densidad, así:

**Tabla 5:** Penetración de los microseguros y densidad en los países más pobres de América del Sur y Caribe

Países	Penetración %	Densidad US\$
Jamaica	4,1	159,4
Ecuador	1,5	50,9
Venezuela	2,7	209,2
Perú	1,1	42,5
Colombia	2,4	88,9
República Dominicana	1,5	61,6
Panamá	3,1	181,5

**Fuente:** Desarrollo propio con base en los datos de SIGMA REPORT 3/2008. (Swiss Re, 2008)

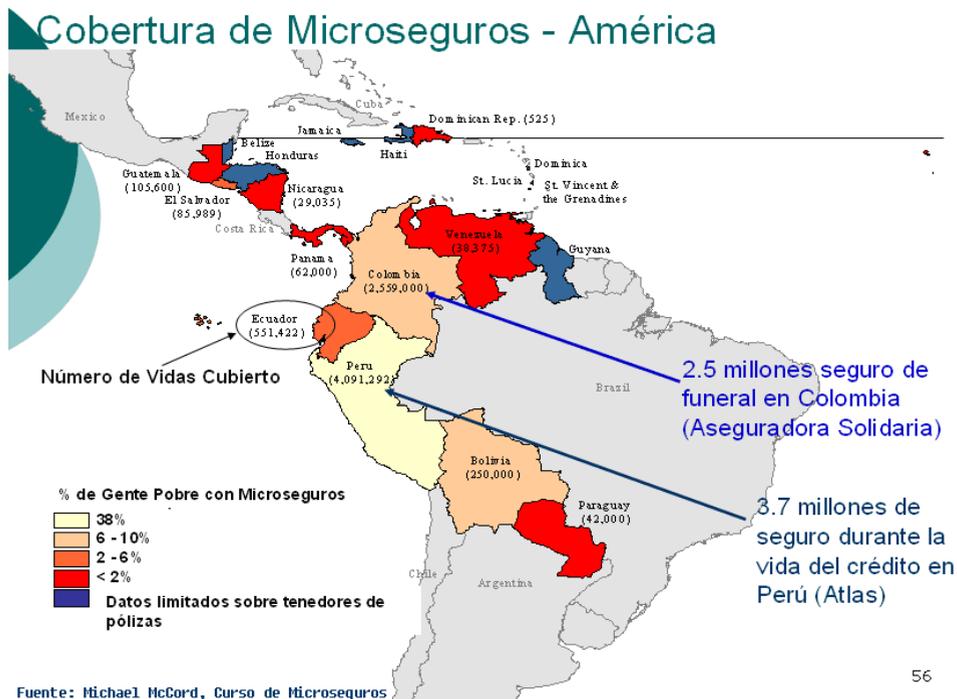
Este cuadro toma los datos de Sigma Report del 2008, referentes al ejercicio 2007, incorporando a los países de Latinoamérica y Caribe que se encuentran dentro del grupo de los 100 más pobres (no entra el mercado de Brasil).

Como punto común, a la vista de los datos de la Tabla 5, tanto la penetración media como la densidad son especialmente bajas.

d. Visión cuantitativa de los microseguro en América Latina

Al efecto de aportar una visión global del mercado de la zona, seguidamente incorporamos el referente clásico del mapa de los microseguros en América Latina y Caribe, que nos servirá de soporte y guía del análisis (Mc Cord 2007).

**Figura 9:** Cobertura de los microseguros de vida en América Latina y Caribe



**Fuente:** Microinsurance C. 2007 The Landscape of Microinsurance in the World's 100 Poorest Countries. (Mac Cord, 2007)

En esta figura se resalta el peso que representa el seguro funeral en Colombia, con unas singularidades que tendremos ocasión de ver con detalle cuando entremos en el estudio de dicho mercado.

Por lo que respecta a Perú, el dato puntual de la concentración en la modalidad del seguro de amortización ha ido perdiendo vigencia y, en la actualidad, los programas que se desarrollan, que tendremos ocasión de analizar, son variados y diluyen el dato de concentración que aparece.

Una valoración rápida de estas cifras nos confirma que para promover la actividad de los microseguros es necesario el impulso de una modalidad de producto, que concentre la actividad y la expanda a mayor escala.

En los mercados más activos, tomando los datos de la figura 9, se da un contagio por volumen, propiciado por un operador o una modalidad de producto significativo, así el caso del seguro funeral en Colombia y el Seguro de vida/crédito en Perú.

En cuanto al nivel de aseguramiento, con los datos de la figura anterior, podemos crear la siguiente tabla.

**Tabla 6:** Vidas con cobertura de microseguros en los países más pobres de América Latina y Caribe

<b>Países</b>	<b>Penetración %</b>	<b>Densidad US\$</b>
Perú	4,09	53,04
Colombia	2,56	33,25
Ecuador	0,55	7,14
Bolivia	0,25	3,25
Guatemala	0,10	1,30

**Fuente:** Desarrollo propio sobre los datos extraídos de The Landscape of Microinsurance in the World's 100 Poorest Countries. Michael J. McCord –Microinsurance Centre- (Mac Cord, 2007)

Según estos datos los dos mercados donde los microseguros tienen un mayor desarrollo, dentro de los analizados, son el de Perú y Colombia.

### 2.2.2. La vulnerabilidad del segmento en América Latina

La vulnerabilidad viene ligada directamente con el segmento propio de los microseguros, el de menores ingresos, y es por ello que procede situar el Mercado de América Latina dentro de este enfoque.

Para ello, nada mejor que analizar los datos de pobreza, que podemos apreciar en la siguiente figura.

**Tabla 7:** América Latina, datos de pobreza  
América Latina y el Caribe: Pobreza, Microfinanzas y Microseguros

Pobreza (2006) a/.	Hogares	Población
Pobreza no extrema	19.30%	23.50%
	--	122.7 mill.
Pobreza extrema	10.50%	13.80%
	--	71.3 mill.
Tamaño del Sector Microfinanzas (2005) b/.	IMF	Cooperativas
Número de Entidades	336	1977
Prestatarios (miembros en caso de coop.)	5,952,716	7,875,269
Préstamo Prom. (US\$)	913	1,648-2,556
Penetración Microfinanzas-Microempresas (2004) c/.	14.20% de las Microempresas	
Cobertura con Microseguros de vida (2006) d/.	7.8 millones de personas	

a/. CEPAL (2007). Estimación para 18 países de ALC.; b/. Navajas, S. Tejerina, L. (2006). Estimación para 23 países de ALC.; c/. Murulanda, B. y Otero, M. (2005). Estimación para 11 países de la región.; d/. Roth, J. McCord, M. y Liber, D. (2007)

Fuente: CEPAL, 2007 (Jiménez, 2007)

Como podemos apreciar de estos datos, el 37,3% de la población de América Latina, 194 millones de habitantes, estarían en la parte baja de la base de la pirámide, donde incluiríamos tanto las situaciones de pobreza extrema como no extrema, acotando así el mercado total de los microseguros a nivel de la zona de estudio.

En cuanto a los datos de coberturas, con 7,8 millones de personas, la cuota de penetración se sitúa en el 4%, con un elevado potencial de crecimiento.

Destacar, de los datos de la tabla 7, el volumen de operadores con forma de cooperativas, que supera en casi seis veces al número de Instituciones Microfinancieras.

Hemos de tener en cuenta que estos datos solo tienen en cuenta la actividad microaseguradora formal, por lo que reflejan tan solo parte del mercado.

Como complemento a los datos de pobreza, en el siguiente cuadro lo podemos relacionar con las coberturas por microseguros a nivel de hogares, personas y microempresas.

**Tabla 8:** Detalle de coberturas por microseguros

Fuente	Línea de Pobreza a/.				Clientes de IMF (05) b/.	Número de Microempresas b/.	Cobertura Microemp. (%) c/.	Vidas Cubiertas con microseguros (Mill) d/.
	No Extrema Hog.	Extrema Pob.	Extrema Hog.	Extrema Pob.				
Argentina	9.8	13.8	4.9	7.2 (06)	10,649	3,787,634 (04)	--	--
Bolivia	26.5	29.2	29.9	34.7 (04)	548,242	1736984 (02)	55.7	250,000
Brasil	19.4	24.3	6.7	9.0 (06)	289,697	22,407,968 (02)	--	--
Chile	8.6	10.5	2.7	3.2 (06)	297995	1497112 (03)	28	--
Colombia	23.2	26.6	17.4	20.2 (05)	608,282	8,723,336 (03)	13.6	2,559,000
Costa Rica	10.7	11.8	7.3	7.2 (06)	45,607	516,527 (04)	--	--
Ecuador	23.2	26.9	13.6	16.1 (06)	327,065	1,991,091 (03)	--	551,422
El Salvador	24.8	28.5	15.6	19 (04)	143,461	885,748 (02)	26.8	--
Guatemala	25.9	29.3	26.9	30.9 (02)	363,286	1,600,041 (00)	6.0	105,600
Honduras	22.3	22.2	43.4	49.3 (06)	143,118	1,036,684 (04)	3.9	--
Perú	24.5	28.4	12.7	16.1 (06)	1,174,361	4,993,399 (01)	18.7	4,091,292
Rep. Dom.	20.9	22.5	20.2	22 (06)	145,332	1,399,785 (04)	10.1	525
México	18.6	23	6	8.7 (06)	1,217,920	10,394,629 (04)	6.8	--
Nicaragua	26.6	27	36.3	42.4 (01)	399,614	684,885 (01)	--	29035.0
Venezuela	17.2	20.3	9	9.9 (06)	44,969	3,247,271 (09)	0.8	23,375

Fuente: a/. CEPAL (2007). Panorama Social de América Latina 2007. Cap.1; b/. Navajas, S. Tejerina, L (2006); c/. Murulanda, B. y Otero, M. (2005); d/. Roth, J. McCord, M. y Liber, D. (2007)

**Fuente:** CEPAL 2007 (Jiménez, 2007)

Distinguimos el segmento de pobreza con recursos mínimos y la de extrema pobreza, donde no hay capacidad de consumir productos de microseguros, siendo tan solo atendible mediante el desarrollo de acciones mixtas de carácter público y privado.

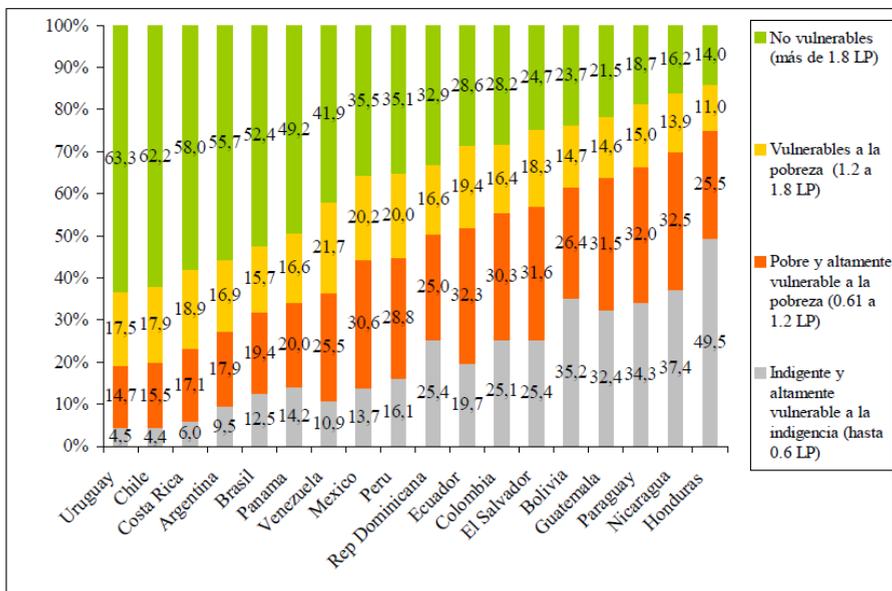
Si entramos en el dato de coberturas, destacar nuevamente el número de vidas cubiertas en los mercados de Perú y Colombia, que se corresponden con los datos de las tablas anteriores, confirmando que son estos mercados donde los microseguros han tenido un desarrollo más importante.

En cuanto al número de microempresas de la tabla 8, mencionar las elevadas cifras de México, Colombia y, sobre todo, Brasil, como referencias de base que podemos ligarlas al desarrollo del microcrédito productivo y el microseguro de vida que va ligado al mismo.

Seguidamente, pasamos a ver el nivel de vulnerabilidad de cada país, que es lo que configura el mercado potencial de los microseguros (CEPAL, 2008).

**Figura 10:** Perfil de vulnerabilidad por ingresos país

**AMERICA LATINA (18 PAISES) PERFIL DE LA VULNERABILIDAD POR INGRESO POR PAIS 2008**  
(en porcentajes)



Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), sobre la base de tabulaciones especiales de las encuestas de hogares de los respectivos países.

Fuente: (CEPAL, 2008)

Analizando los niveles más bajos de riqueza, la parte de la columna en color gris y en color naranja, podemos tener una representación general de la situación de los distintos países en la zona de estudio.

Apreciamos como, a partir de Panamá hasta Honduras, más del 50% de la población está afectado por aspectos vulnerables relacionados con la pobreza

(indigente y altamente vulnerable, pobre y altamente vulnerable y vulnerables a la pobreza).

En cuanto al caso de Brasil, uno de los mercados que analizaremos, vemos que se sitúa fuera del grupo de los 100 países más pobres, con un 47,6% en la parte más baja de la pirámide y con un 52,4% que está fuera del grupo de vulnerables.

Si nos situamos en Perú, el porcentaje en la parte baja de ingresos sería del 64,9%, quedando fuera de las situaciones de vulnerabilidad el 35,1%.

En el caso de Colombia, el posicionamiento de pobreza es peor, con un 71,8% en la parte de menores ingresos, y un 28,2% en la parte alta, con mayores rentas, no vulnerables.

### 2.2.3. Singularidades del mercado de los microseguros

#### A) Barreras:

Las barreras generales para la implantación de los microseguros en los mercados de América Latina, serían:

1. *Los altos niveles de pobreza:* Llegan a superar, en algunos casos, el 70% de la población. Significa que el mercado de los microseguros es el más amplio
2. *La dispersión geográfica de los componentes del segmento:* En muchos casos muy distantes y en zonas rurales de difícil acceso.
3. *La inexistencia de canales tradicionales de comercialización:* Situación con la que se encuentran buena parte de los aseguradores formales, siendo compleja, desde el punto de vista de los costes, la creación de una red de comercialización especializada.
4. *La complejidad en los procesos de comercialización.* Dificultades en el proceso de comercialización y venta del producto, soporte documental, recaudo de las primas y pago de siniestros.
5. *Problemática de costes:* Dado el bajo importe unitario de las primas y coberturas, los costes se elevan, siendo inviables los ahorros por economías de escala.
6. *Tratamiento de los riesgos:* Problemática en la capacidad de asumir los riesgos, falta de datos estadísticos de vulnerabilidad, y las dificultades del reaseguro.

7. *Falta de claridad en la demanda*: No se manifiesta claramente, por lo que es complejo el diseño de un producto de microseguro adecuado a las necesidades de este colectivo.
8. *Carencia de cultura general y financiera*: Situación en la que se encuentra el segmento al que se dirige, que, sumado a la desconfianza en los operadores formales, dificulta el acceso a los mismos (relacionado con los problemas en la configuración de la demanda).
9. *Arraigo de las costumbres tradicionales*: Los ligan con los modelos informales u otras alternativas de afrontar los percances derivados de la vulnerabilidad del colectivo.
10. *Desconocimiento del segmento por parte de los operadores formales*: Muchos de los aseguradores desconocen las particularidades del segmento, lo cual dificulta el ajuste de las especificaciones técnicas del producto y el cálculo de la prima de riesgos (falta de datos estadísticos y referencias actuariales).

## B) Soluciones:

1. *La contratación masiva*: Una de las claves de viabilidad económica es la contratación masiva de los microseguros, por colectivos, evitando el coste de la contratación individual, aspecto que como veremos tiene una aplicación práctica y generalizada en los mercados analizados.
2. *Diseño e implementación por programas individuales*: Dadas las singularidades del producto, colectivo, diferentes operadores y tipología de alianzas, así como el impacto de costes que se deriva de los citados aspectos, se procede al diseño de programas de microseguros “*ad hoc*”.  
  
El programa de microseguros, que es un traje a la medida, ha de tener en cuenta todas las variables que puedan incidir, tanto positiva como negativamente, a fin de que se cumplan los dos requisitos clave de la actividad microaseguradora, la viabilidad económica y la accesibilidad.
3. *Innovaciones tecnológicas y operativas*: Medidas indispensables para poder mejorar la eficiencia de los programas, rebajando los costes, permitiendo así que las cuotas sean accesibles para los miembros del segmento de bajos ingresos.
4. *Implantación del modelo socio agente*. Este modelo está generalizado en América Latina y optimiza la comercialización por los canales convencionales y los especiales, adquiriendo matices diferenciales dentro de cada programa. Mencionar a los canales no tradicionales como implantación singular en el mercado de América Latina.

## 2.2.4. Regulación de la actividad microaseguradora

Los modelos de actuación regulatoria que se siguen en los distintos países de América Latina responden a criterios de mayor o menor intervencionismo, como tendremos ocasión de comprobar.

La Asociación Internacional de Supervisores de Seguros, IAIS, distingue dos líneas estratégicas; una con el enfoque de línea de actividad, y otra, como regulación institucional, específica para el microseguros (IAIS, 2007).

**Tabla 9:** Tipología de regulación según el IAIS

Enfoque	Regulación funcional	Regulación institucional
	Micro-seguro como <u>línea de actividad</u> o como enfoque de actividad	Micro-seguro como <u>tipo de institución</u> o enfoque institucional
Descripción	<p>Instituciones que ofrecen el micro-seguro, y que se encuentran bajo la regulación aseguradora o no. Deben de apegarse a:</p> <p>a) Los mismos lineamientos y regulaciones hasta ciertos aspectos que estén relacionados con las disposiciones del micro-seguro</p> <p>b) Bajo los términos de un tipo particular de institución, los lineamientos son definidos por estas mismas.</p>	<p>Quien lleva el riesgo puede obtener una licencia para micro-aseguradora regulada en forma específica como:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Asociaciones Mutualistas bajo la ley del seguro.</li> <li>- Micro-aseguradoras especializadas en salud con una regulación específica y un cuerpo de supervisión.</li> </ul> <p>Una micro-aseguradora especializada puede estar regulada como una compañía de capital social en donde se requiere un capital mucho menor que las aseguradoras convencionales.</p>
Reglas que pueden ser definidas	<p>El micro-seguro se define como una línea de actividad que puede tener los siguientes requerimientos que son válidos sin tener en cuenta el tipo de institución de la que se trate:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- reportes</li> <li>- suscripción</li> <li>- transparencia</li> <li>- solución de controversias</li> <li>- agentes o canales de distribución</li> <li>- manejo de reclamaciones</li> </ul>	<p>En una micro-aseguradora especializada las reglas específicas pueden irse desarrollando</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- autoridades</li> <li>- capital mínimo</li> <li>- supervisión</li> <li>- inversión</li> <li>- agentes u otro canal de distribución</li> </ul>
Ventajas	Todas las aseguradoras dan un trato por igual a su cartera de micro-seguro. El arbitraje regulatorio es mínimo.	Puede ser creado un micro-asegurador especializado con requerimientos iniciales menos rígidos y la permisión de operaciones limitadas.
<p>FUENTE: International Association of Insurance Supervisors (IAIS) &amp; CGAP, "Issues in regulation and supervision of Microinsurance, June 2007"</p>		

Fuente: International Association of Insurance Supervisors, IAIS & CGAP "Issues in regulation and supervision of Microinsurance, June 2007"

La posición del IAIS es partidaria de un cuadro regulatorio para los microseguros, aunando el enfoque de actividad, cuyos fundamentos son coincidentes con los principios básicos de los seguros, con el de tipo de institución (ambos complementarios).

Tenemos posicionamientos del Regulador diferentes, según el país, promoviendo una normativa específica, como en Perú y México, o aplicando la general de los seguros, como en el caso de Colombia.

Como ejemplo de regulación específica y detallada de la actividad microaseguradora, tenemos la referencia de Perú, sobre la que entraremos al detalle en los siguientes capítulos.

En cuanto a la posición contraria, el caso de Colombia es el modelo basado en la autoregulación del propio mercado, siendo la oferta y la demanda los pilares del desarrollo del sector de los microseguros.

En ambos mercados la actividad microaseguradora ha sido destacada, por lo que es necesario valorar otros factores que influyen positiva o negativamente en la implantación de los microseguros.

Desde ambas posiciones, regulación funcional y regulación institucional, se pretende dar respuesta a cuestiones clave como:

1. Papel del regulador como promotor de los microseguros o como mero controlador del mercado.
2. El microseguro como un ramo autónomo o simplemente como una variedad del seguro tradicional.
3. Tratamiento singular de los canales de distribución en los microseguros, frente a los modelos clásicos de comercialización.
4. La posible necesidad de tomar medidas especiales de protección de los consumidores en el sector de los microseguros, frente a la suficiencia de las medidas generales.
5. La necesidad de crear una institución pública especializada en microseguros que vele por su desarrollo, o la suficiencia de las propias reglas de mercado.
6. La forma de compatibilizar los criterios de mercado y los objetivos sociales.
7. La existencia del riesgo de caer en políticas poco ortodoxas si el intervencionismo del Estado en los microseguros es alto.
8. Manejo de los criterios de riesgos según el esquema general de los seguros o con un enfoque distinto.
9. Especiales requisitos en la parte operativa y formal de los microseguros o el sometimiento al funcionamiento general.

Las cuestiones que hemos enumerado y otras relacionadas, tendran una respuesta diferente en razón del posicionamiento y las politicas normativas del órgano regulador de cada pais.

Como dato relevante, señalar que la Asociación Internacional de Supervisores, IAIS, considera que:

*“El papel que han de ejercer los supervisores es el de promoción del segmento de los microseguros, desarrollando, para ello, el marco juridico que recoja tanto las particularidades del producto, de los canales de comercialización y de la propia operativa, atendiendo a los condicionantes del segmento al que se quiere atender, pero a la vez manteniendo los principios prudenciales de las politicas de riesgos tradicionales del sector” (IAIS, 2007).*

Parece claro, de la cita precedente, que la posición de la Asociación Internacional de Supervisores es de proactividad por parte del Regulador, como impulsor del mercado de los microseguros.

### 3 LOS MICROSEGUROS EN COLOMBIA, PERÚ Y BRASIL

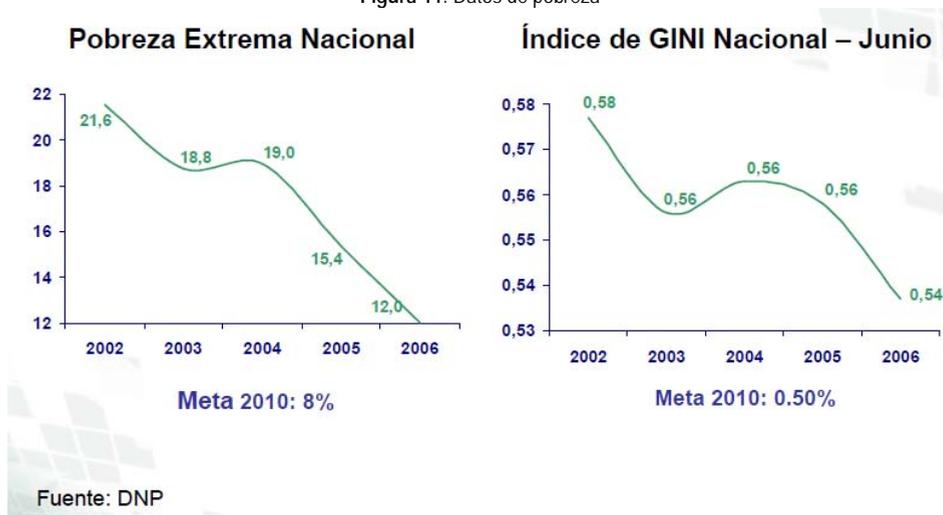
#### 3.1. Los microseguros en Colombia

##### 3.1.1. Datos básicos

##### A) Datos socioeconómicos

Aportamos, como punto de partida, los datos sociales y de pobreza en Colombia, según el Departamento Nacional de Planeación<sup>2</sup>, DNP.

Figura 11: Datos de pobreza



Fuente: (Fasecolda, 2007)

En esta figura podemos apreciar cómo se han ido reduciendo los niveles de pobreza extrema y como son alcanzables las metas previstas, aunque pueden darse desviaciones derivadas del impacto de la crisis de estos dos últimos años, no recogida en estos gráficos.

En cuanto al mercado potencial, vamos a seguir el dato de la pirámide de pobreza, donde podemos ver cuál es la situación en Colombia, para lo cual aportamos la siguiente figura.

<sup>2</sup> Acceso web- [www.dnp.gov.co/porta/web/](http://www.dnp.gov.co/porta/web/)

**Figura 12:** Esquema de la base de la pirámide y mercado potencial



Fuente: (Bejarano, 2008)

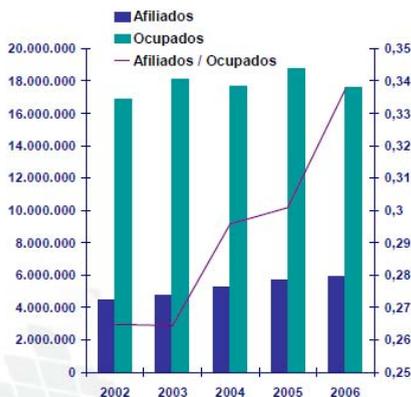
Como vemos de estos datos, el segmento de los microseguros representa el 57,6% del total de la población, en razón de las rentas, lo cual ha de ser valorado tanto desde la pura visión de mercado potencial como desde la óptica social.

Dado el bajo porcentaje de penetración, 8,4% de la población, constatamos que el mercado de microseguros de Colombia tiene un alto potencial de crecimiento.

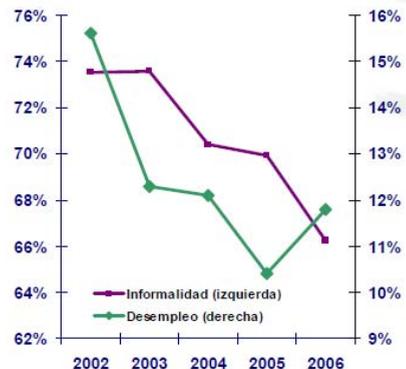
Igualmente, con el objeto de trasladar cual es el entorno económico de actividad, aportamos el dato de la evolución de la economía formal e informal.

**Figura 13:** Economía formal e informal, evolución

**Afiliación a pensiones (ISS + AFP) y Ocupación**



**Informalidad**



Fuente: DANE, Banreps. (Fasecolda, 2007)

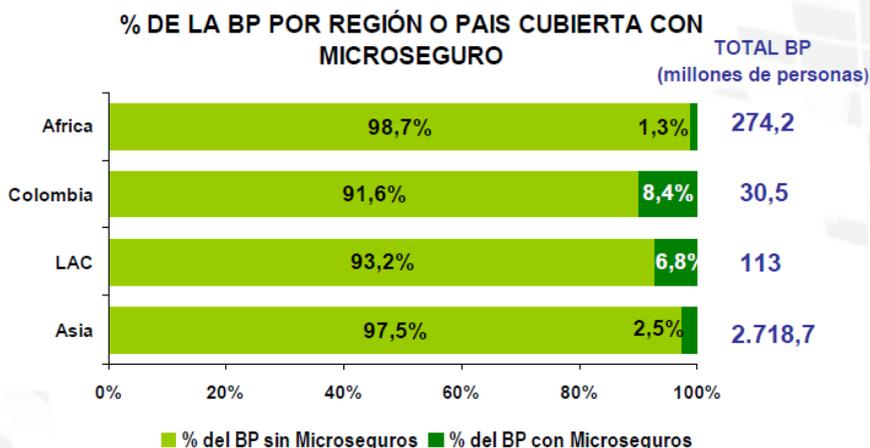
En la figura anterior, vemos como se parte, en el año 2002, de un nivel bajo de afiliación a pensiones y ocupación, y a la vez un alto grado de informalidad.

En los sucesivos años, y hasta donde nos llevan los datos de la tabla, el nivel de informalidad va bajando, lo que supone una mayor capacidad de acceso a los modelos formales, a pesar del repunte de desempleo en el año 2006.

Parece evidente que los modelos informales se nutren de los niveles de renta más bajos y que, en la medida en que se sale de las situaciones de miseria, se accede al mercado formal, siendo las IMF y las Cooperativas las puertas de entrada naturales.

Como dato de contraste, vemos la situación de Colombia respecto a referentes continentales de países en desarrollo.

**Figura 14:** Comparativo de penetración de los microseguros en la B.P.



Fuente: *The Landscape of Microinsurance in the World's 100 Poorest Countries*, Microinsurance Centre, 2007; *The Next Four Billion*, BM, 2007. Asia incluye Bangladesh, Cambodia, China, Filipinas, India, Indonesia, Nepal, Paquistán, Sri Lanka, Vietnam; LAC incluye Bolivia, Nicaragua, Ecuador, Guatemala, Paraguay, Venezuela, Perú, Colombia, Panamá; África incluye Burkina Faso, Camerún, Gabón, Malawi, Mali, Nigeria, Ruanda, Senegal, Tanzania, Uganda, Zambia

**Fuente:** Microinsurance Centre 2007 (Mac Cord, 2007)

Como resulta de los datos de la figura anterior, se cuantifica en 30,5 millones de habitantes el mercado potencial de los microseguros en Colombia, y la penetración de los microseguros es superior a las referencias comparadas, incluida la general de América latina y Caribe, LAC.

Al efecto de poder entender la configuración de la demanda de microseguros, tendremos que analizar aspectos socioeconómicos, como la tipología de actividad de los miembros del segmento de la B.P., así como la sensibilidad que existe respecto determinados riesgos y las soluciones que se suelen adoptar para resolver las situaciones derivadas de los siniestros.

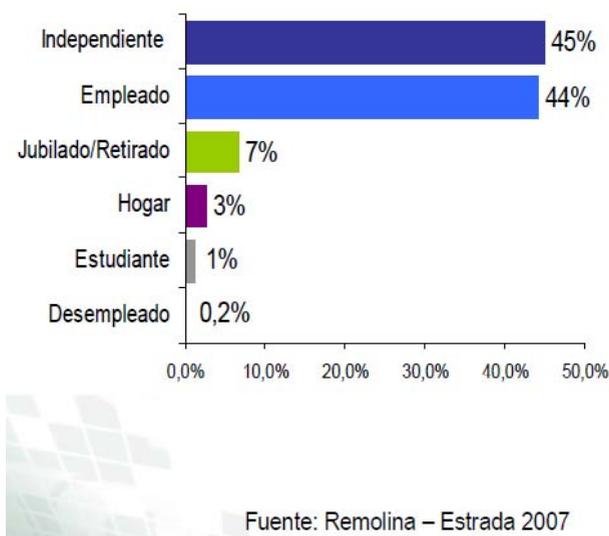
Como base del análisis del mercado, Fasecolda encargó una encuesta sobre la demanda de microseguros a Remolina-estrada<sup>3</sup>, en el 2006, con un tamaño de muestra de 1.100 hogares, de la cual incorporamos algunos datos.

Primeramente, la ocupación de los miembros del segmento de menores rentas condicionará el diseño del producto, por lo que será necesario analizar la estructura del tipo de ocupación.

Podemos comprobar, en la siguiente figura, el elevado peso de los trabajadores independientes, englobando aquí a la gran masa de microemprendedores.

Esta estructura de actividad nos lleva a tener en cuenta los ingresos irregulares y las rentas informales, que afectaran a los sistemas de recaudo de la prima y al periodo de vigencia de las operaciones de microseguros (Fasecolda, 2007).

**Figura 15:** Datos de estructura de actividad

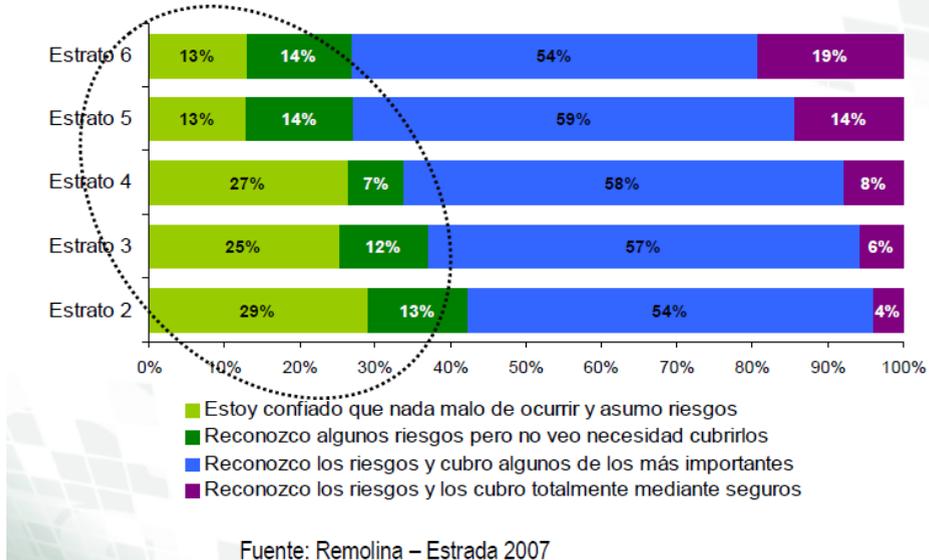


**Fuente:** Remolina- Estrada 2007 (Fasecolda, 2007)

Si abordamos el análisis de la demanda, atendiendo al grado de sensibilidad a los riesgos en los distintos estratos de población, tendremos una valoración cualitativa de la complejidad de la misma, apreciable en la siguiente figura.

<sup>3</sup> Acceso a la web de Remolina-Estrada [www.remolinaestrada.com](http://www.remolinaestrada.com)

**Figura 16: Sensibilidad y demanda de microseguros**

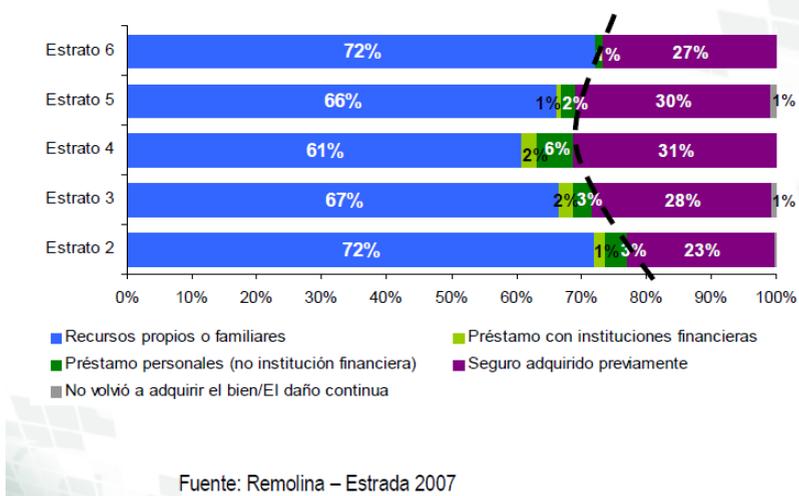


**Fuente:** Remolina-Estrada 2007 (Fasecolda, 2007)

Como vemos, existe una correlación entre los más bajos ingresos y la menor sensibilidad a los riesgos, fruto de una baja cultura financiera y de una elevada desconfianza con los modelos formales.

Basándonos en la misma fuente de datos, y como una consecuencia que se deriva de los mismos, también podemos valorar la respuesta que el segmento de bajos ingresos plantea ante dichos siniestros.

**Figura 17: Soluciones ante los siniestros por estratos**



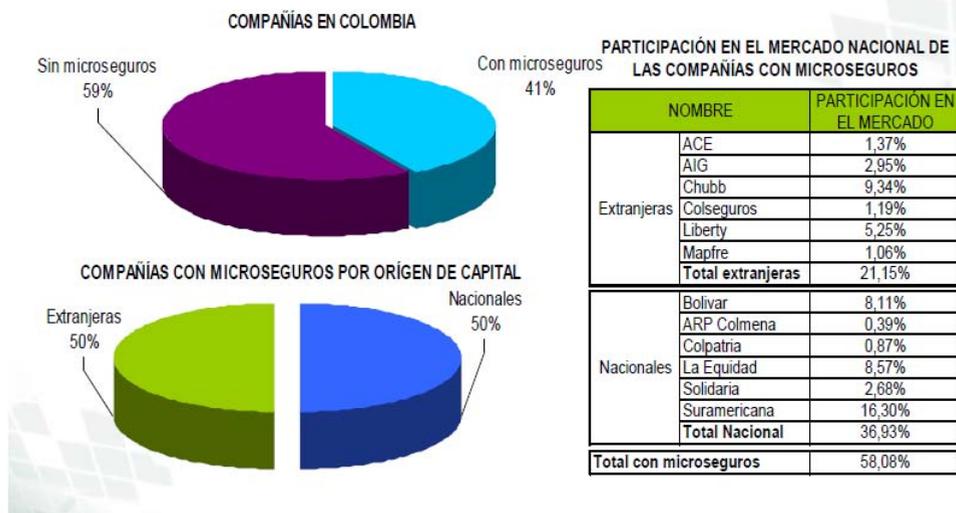
**Fuente:** Remolina-Estrada 2007 (Fasecolda, 2007)

Como podemos apreciar, en los estratos de menores ingresos el recurso a las soluciones propias o del entorno familiar es mayor, y es menor la disposición a adquirir el seguro (fruto de la falta de cultura financiera).

#### A) Datos de mercado

Al efecto de enriquecer la visión general, vamos a incorporar los datos de los operadores del mercado de los microseguros en Colombia, con su grado de participación, dividiéndolos entre entidades extranjeras y nacionales.

**Figura 18:** Estructura de mercado y operadores



**Fuente:** (Fasecolda 2007).

Se hace una distinción entre compañías nacionales y extranjeras, a fin de identificar desde donde se promueve el desarrollo del sector con más fuerza, aunque la clave estará en la capacidad de cada asegurador para acceder a los segmentos de menores ingresos.

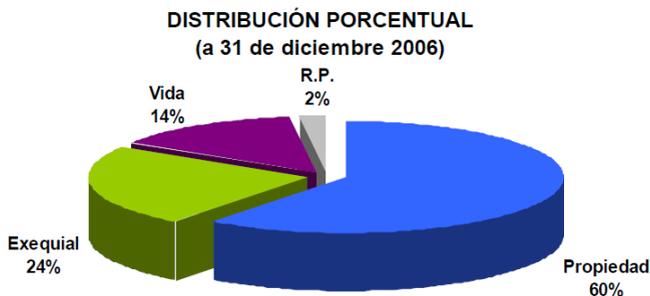
Como podemos ver de estos datos, más de la mitad de los operadores participan en la actividad microaseguradora, de los que el peso mayoritario lo aportan las compañías nacionales (Fasecolda, 2007).

De los datos de la figura 18 destacamos, entre las nacionales, a Suramericana, con un peso del 16,30%, seguida por la Equidad y Bolívar, que superan el 8%. En cuanto a las extranjeras, destacamos a Chubb, con el 9,34%.

Como datos de referencia, señalar que en el 2006 el 41% de las compañías de seguros legalmente establecidas en Colombia ofrecían algún tipo de microseguro.

En cuanto al peso, por tipología de microseguros, aportamos la distribución de la figura siguiente.

**Figura 19:** Tipología de microseguros



**Fuente:** (Fasecolda 2007)

La distribución porcentual, respecto a un total de pólizas emitidas de 2.741.656, queda de la siguiente forma: Un 2% Riesgo profesional, el 14% Vida, 24% funeral, 60% Propiedad.

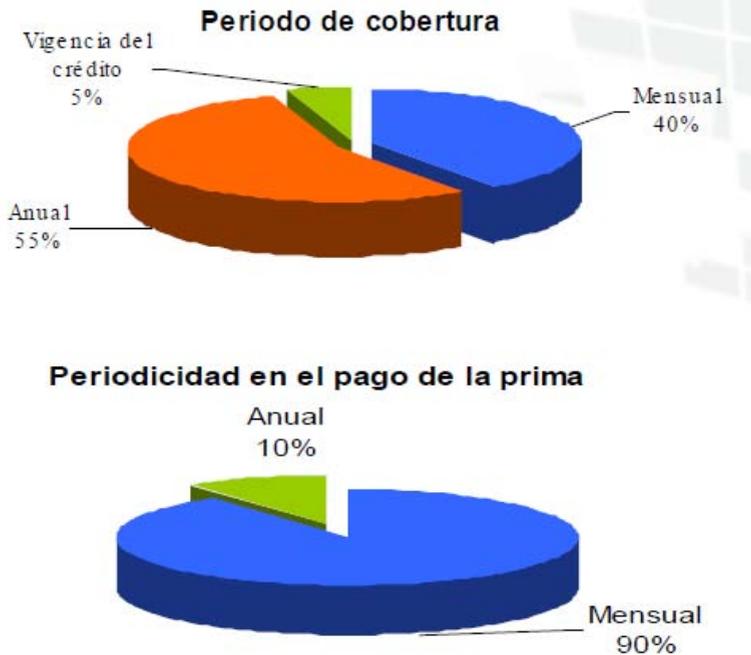
Según los datos aportados en la figura anterior, tienen una especial relevancia los microseguros de propiedad referidos a los celulares, que se contrataban en masa y eran computados como tales a la fecha del estudio.

Si consideramos el peso del seguro de vida más el de exequias, que consiste en una cobertura de vida con indemnización materializada en servicios funerarios, estaríamos con el 36% del total, por pólizas emitidas.

Tomando el dato del peso sobre primas desembolsadas o coberturas de riesgo, nos encontraríamos con que el seguro de vida representa el mayor peso de mercado con gran diferencia.

En cuanto a la periodicidad de la cobertura de las primas, según la estructura de salarios de la figura 15, el producto se adapta a las mismas, como vemos en la siguiente figura.

**Figura 20:** Periodo de cobertura y periodicidad de pagos



**Fuente:** (Fasecolda 2007)

El pago de la prima es mensual en un 90% de los casos, lo cual supone un alto grado de flexibilidad pero con un impacto de mayores costes, derivado de la complejidad administrativa que supone el recaudo mensual.

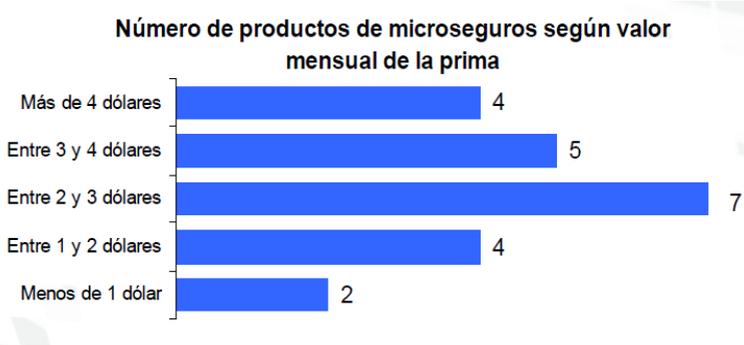
El 40% de los productos tienen cobertura mensual, como diferencia con los productos tradicionales que tienen cobertura anual.

Estas particularidades responden a que la irregularidad de ingresos hace que pueda haber periodos de impagos, que se corresponderán con falta cobertura y activaciones posteriores.

Aportamos, igualmente, datos sobre los productos contratados en razón del coste de las primas.

Dado que estamos ante el segmento con menores ingresos, el monto de la prima condicionará totalmente el número de productos contratados, como podemos ver en la siguiente figura:

**Figura 21:** Concentración de la contratación por importe de las primas



**Fuente:** (Fasecolda 2007)

Como podemos apreciar, en las primas de menos de 1 dólar estamos ante el estrato con menores recursos, que justo puede iniciarse en la contratación, siendo el tramo entre 2 y 3 dólares donde el segmento tiene una mayor capacidad y se incrementa el número de productos, que ya será decreciente a partir de los tres dólares por el alto impacto de la prima.

Por lo que se refiere a los canales de distribución, la diversidad de los mismos ha desempeñado un papel fundamental en el desarrollo de los microseguros en Colombia, permitiendo reducir los costes de comercialización, que hacen que las primas sean más accesibles al segmento de menores ingresos.

Distinguimos, entre los comercializadores: 1- Los canales tradicionales: Instituciones Microfinancieras, las ONG, bancos, Cajas y otros asimilados. 2- Los canales no tradicionales: distribuidores de servicios generales, grandes superficies, comercios y otros singulares.

Como actores principales de los microseguros tenemos a las Cooperativas que, según los estudios de FASECOLDA, son las más proactivas, desarrollando productos para los hogares de bajos ingresos, ofertando microseguros sin subsidios y logrando la sostenibilidad y la inclusión al mismo tiempo.

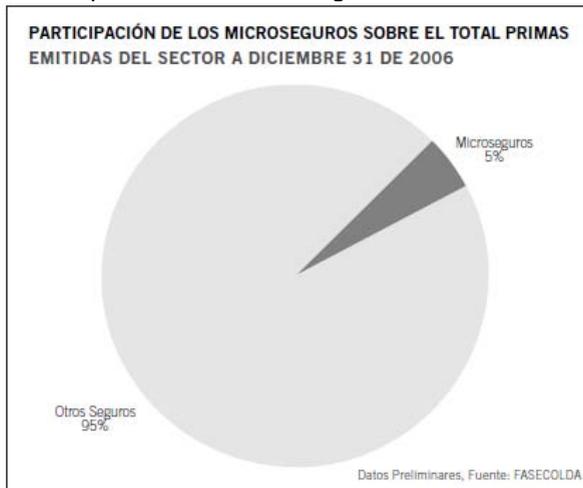
Como singularidad, hay que tener en cuenta el fuerte crecimiento de los seguros de exequias, con un elevado peso sobre el total de los 2,56 millones de asegurados (Mac Cord, 2007).

Los factores de éxito de los microseguros de exequias en Colombia han sido, por un lado, la accesibilidad de la prima, de bajo importe, y, por otro, la alta sensibilidad al siniestro que se pretende atender, los gastos de funeral.

Si volvemos al mercado asegurador general y valoramos lo que representa la parte de los microseguros, veremos que supone un 5% del total de las primas

del sector asegurador en el 2006, cifra muy baja si la comparamos con el peso que representa el segmento de bajos recursos.<sup>4</sup>

**Figura 22:** Participación de los microseguros sobre el total de las primas



**Fuente:** (Martínez J. 2007)

## B) Singularidades del mercado y la demanda

### 1. Singularidades:

Para completar lo visto hasta ahora, vamos a incorporar algunas conclusiones referidas al mercado y a la demanda de los microseguros en Colombia, tomando como referencia los resultados de la “*Encuesta de Calidad de vida del 2003*” (ECV)<sup>5</sup> (Fasecolda, 2007):

- Se aprecia una mayor siniestralidad de salud en el 25% de hogares con menores ingresos.
- A raíz del cuadro ocupacional, se concluye que el 45% de las cabezas de familia en Colombia trabajan como “*independiente*”. Esto supone mayor inestabilidad en los ingresos, afectando a la flexibilidad de los productos ofertados a este tipo de cliente.

<sup>4</sup> En estos datos, los microseguros de exequias tienen un peso destacado en cuanto a primas, y en cuanto al número de contratos, destacan los de propiedad, por lo señalado respecto al aseguramiento de celulares.

<sup>5</sup> Encargada a Remolina-Estrada/Sonnar Services. Encuesta que incluye a 1100 hogares de las 6 principales ciudades del país. En este estudio se analiza la oferta y la demanda de microseguros en el país.

- Lo habitual, ante un siniestro, es que los hogares de bajos ingresos recurran a los fondos propios y a préstamos informales o de familiares, siendo muy bajo el número de quienes recurren a Instituciones Microfinancieras (no hay una cultura del seguro).
- El pago de la prima es mensual en un 90% de los casos, lo cual obliga a flexibilizar este aspecto del producto, con los costes que se derivan.
- El 40% de los productos tienen cobertura mensual, como diferencia con los productos tradicionales de seguros que tienen cobertura anual. Esta particularidad responde a que la irregularidad de ingresos hace que pueda haber periodos de impagos que se correspondan con falta de cobertura y activaciones posteriores, respondiendo el pago mensual con la cobertura mensual.
- Los microseguros, por importe, los acotaríamos en cifras por debajo de los 2.200 pesos mensuales (el promedio general está entre 4500 y los 6700 pesos mensuales).
- Las cooperativas representan un alto porcentaje, el 22%, al igual que la comercialización informal, con un 40%, suma de la venta directa y del apartado de "otras".

## 2. Tendencias en el desarrollo de los microseguros:

Vamos a analizar, a continuación, las tendencias de los microseguros atendiendo a tres posicionamientos (CGAP, 2005):

- *Desde la posición de las Instituciones Microfinancieras:*

*Como elemento de gestión del propio riesgo:* El microseguro de vida o incapacidad, los de protección de la propiedad y los obligatorios se consideran como un elemento de gestión del propio riesgo de la IMF, que se cubre del riesgo crediticio resultante del siniestro, así la posible muerte o incapacidad del titular del microcrédito.

En muchos casos se da la obligatoriedad de la contratación del microseguro de vida o incapacidad, como requisito de la concesión del microcrédito.

Como siguiente estadio, estarían el resto de seguros de protección de la propiedad y otros activos, así como los obligatorios de responsabilidad para conductores o el seguro de accidente de trabajo, para los empleados en las microempresas.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Las instituciones microfinancieras suelen negociar paquetes completos de microseguros, a precios más competitivos.

*El Microseguro como producto para vincular:* Se enfoca el microseguro como un producto financiero que sirve para atraer a nuevos clientes y vincular a los existentes.

- *Para los hogares de bajos ingresos*

*Supone una opción más para gestionar sus riesgos:* Así, contarían con los microcréditos de reparación, con los ahorros previsionales y con la opción de los microseguros.

*Se abren nuevas opciones en la protección de las asistencias sociales:* Esto sucede al incorporarse, en las nuevas reformas, este tipo de seguros subsidiados, sobre los que no acaba de crearse una demanda efectiva, motivada en gran parte por la falta de cultura financiera y de seguros, propia de los hogares con menos ingresos.

- *Para los aseguradores*

Las compañías de seguros han detectado el enorme potencial de negocio que representan los estratos de menos ingresos, y están trabajando en el diseño de productos que, canalizados vía las Instituciones Microfinancieras u otros canales alternativos de comercialización, puedan atender a una futura demanda.

- *Notas de valoración*

Con todo lo dicho, y aun siendo destacable el desarrollo de los microseguros en Colombia, no podemos dejar de subrayar que más del 90% de los hogares de bajos ingresos no tienen ningún tipo de cobertura ante los riesgos a los que están expuestos, siendo su cultura en el mundo de los seguros muy escasa, hasta el punto que, según los datos de FASECOLDA, *“los gastos de las familias pobres en juegos de azar son similares a los de los seguros”*.

### 3.1.2. Regulación de la actividad microaseguradora

#### A) Regulación de los microseguros

Al contrario de otros países, como el caso de Perú, en Colombia no hay una regulación específica sobre los microseguros, por lo que tan solo haremos un breve repaso de la normativa de Seguros vigente, así tenemos (CGAP, 2005):

- *La Ley 79 de 1988:* Se contemplan las excepciones para las compañías de seguros que tienen la forma de Asociación Cooperativa, a las que no se les aplica la regulación en materia de intermediación de seguros.

Esta ley es relevante en la medida en que son las Asociaciones Cooperativas las más activas en el desarrollo e implantación de los microseguros, quedando fuera de la regulación general de los seguros.

- *La Ley 45 de 1990 de reforma del sistema financiero*: Abre la competencia externa de la, hasta la fecha, protegida industria del seguro.

Esta normativa es especialmente significativa, en cuanto que marca un antes y un después. Hasta esa fecha, los actuarios de la Federación de Aseguradores de Colombia, FASECOLDA, elaboraban el cálculo de las primas y las presentaban para su aprobación a la Superintendencia de los bancos, así como a los aseguradores.

Previamente a esta ley, la competencia estaba basada tan solo sobre la calidad del servicio, siendo los precios los mismos para todos.

Fue a partir de las modificaciones normativas de 1993, cuando las compañías de seguros entraron abiertamente en una competencia basada en los precios.

- El órgano regulador y controlador es la Oficina Ejecutiva de Gobierno, según lo establece la Constitución Nacional de Colombia, Art. 189 nº 24, atribuyéndole la responsabilidad de inspeccionar, supervisar y controlar todos los productos financieros y de seguros.

Será la Superintendencia de los Bancos, bajo la dependencia del Ministerio de Finanzas y Crédito Público, la encargada de la regulación y supervisión de la actividad aseguradora.

- Un variado número de recientes leyes y regulaciones establecen el marco de actuación de la industria del seguro en Colombia, contemplando diferentes temas, como las características del contrato del seguro, los requerimientos de solvencia de capital, el equilibrio entre las reservas técnicas, los requerimientos de capital mínimo para las compañías de seguros, etc.<sup>7</sup>
- La Superintendencia de los Bancos tiene una sección especial que supervisa y controla la industria de los seguros, dirigido por la figura del Delegado, al que corresponden las siguientes funciones: Licencias de actividad, supervisión, control y regulación, de acuerdo con las prácticas internacionalmente de transparencia y eficiencia.
- Como cometidos del Órgano Supervisor tenemos:
  1. La supervisión actúa controlando la satisfacción de los requerimientos mínimos de capital, de acuerdo con el tipo de negocio, así como el

---

<sup>7</sup> Se puede acceder a la regulación por la Web de la Superintendencia de Bancos. [www.superbancaria.gov.co](http://www.superbancaria.gov.co)

margen de solvencia y las provisiones que correspondan de acuerdo con el porcentaje de reclamaciones.

2. La promoción de un mercado orientado hacia un clima de competitividad. (respecto hacia las iniciativas del mercado sobre los productos, servicios y precios.)
  3. El fomento de prácticas de gestión del riesgo desde el enfoque de solvencia, haciendo seguimiento de su implantación
- Órganos públicos que intervienen en la industria del seguros: A la vez que la Superintendencia de los Bancos, intervienen en la Industria del Seguro otras entidades oficiales de supervisión, así tenemos:
    1. La Superintendencia de Salud. Se ocupa de las instituciones que ofrecen servicios relacionados con la salud.
    2. La Superintendencia de Solidaridad Económica. Pone el foco en las instituciones relacionadas con las cooperativas.
    3. El Ministerio de Protección Social. Es el responsable de varios esquemas de gestión del riesgo en relación con aspectos sociales, así como de los asuntos relacionados con la vulnerabilidad de los pobres.
  - Singularidad de los operadores de servicios funerarios: Como singularidad, mencionar la posición de la Superintendencia de Banca y seguros respecto a los operadores de servicios funerarios, sobre los que no ejerce control alguno, estando sometidas a la ley de 2003 que les autoriza a realizar una operativa similar al aseguramiento de exequias, siendo responsabilidad del cliente consumidor el ejercicio de las comprobaciones y el conocimiento suficiente de lo que contratan.

Los consumidores pagan por sus servicios a través de una variedad de esquemas, estando muy cerca de lo que podríamos considerar como un seguro funeral.<sup>8</sup>

- Normativa del 2009 sobre servicios de exequias: A finales del 2009, se incorpora una modificación normativa, por la que los aseguradores no pueden contratar directamente los servicios de exequias, lo cual afectará negativamente en las cifras de primas de este tipo de microseguro en el 2010.

Se buscan soluciones, incorporando cláusulas especiales de cesión de derechos en los contrato de seguros.

---

<sup>8</sup> Este producto tiene una singularidad especial en Colombia, donde el desarrollo ha sido muy alto, con unos niveles de contratación significativos.

- Posición del regulador en Colombia: Como conclusión, respecto al papel del regulador en Colombia, la Superintendencia reitera, en diversas respuestas, su posición de no entrar a valorar los productos que se deben ofrecer en el mercado, no involucrándose en las líneas de negocio de las compañías (CGAP, 2005).

## B) Promoción pública de los microseguros

La involucración del Gobierno de Colombia en el desarrollo de los microseguros se ha centrado básicamente en la protección social, direccionando su atención sobre las personas pobres y quienes se mueven en el entorno de la economía informal.

Los programas de asistencia social están subsidiados, permitiendo que los pobres puedan acceder a seguros de salud, lo cual permite que los operadores de ese mercado compitan estimulados por las iniciativas públicas.

Abundando en el apartado de salud, en la reforma del sistema de 1993 se crea un régimen subsidiado, al efecto de financiar los cuidados de salud de los más pobres y de las familias que no puedan contribuir al esquema general de salud (C. Churchill, 2006).

Los fondos financieros son dotados gracias a una contribución solidaria, recaudada bajo el esquema de contribución social de los seguros y varios subsidios estatales.

Estos fondos se canalizan a través de diversas instituciones, incluyendo ocho Asociaciones Mutuales Benéficas, federadas en una Organización Nacional, Gestar Salud, la cual cubre actualmente el 60% del mercado, Cajas de Compensación, que cubren otro 20%, y otras compañías comerciales de seguros, que cubren el 20% restante.

Actualmente este exitoso sistema de subsidios cubre 18,5 millones de personas (C. Churchill, 2006).<sup>9</sup>

*El gobierno promueve los seguros, en general, desde distintas vías:*

- Diseñando e implantando una normativa que promueva la competencia, dentro de los estándares internacionales, tanto de riesgos como de calidad.
- Promoviendo seguros obligatorios, en áreas como la de la responsabilidad por daños del automóvil.
- Completando las lagunas en la oferta obligatoria de productos de seguros, como es el caso de la cobertura de los conductores de transporte público.

---

<sup>9</sup> Fuente adaptada de Pérez I. Ver Bibliografía, Pág. 632, del Compendio de Microseguros.

- Diseñando e implementando esquemas de protección social para los pobres (microseguros social y asistencial, propiamente dicho.)

Estas áreas de apoyo público afectan tanto a la oferta como a la demanda de seguros complementarios, de forma que la oferta se está haciendo cada vez más competitiva y extensa, y la demanda se va incrementando (estrato de asistencia social).

### C) Mejoras para el desarrollo del sector de los microseguros en Colombia

Al no existir un tratamiento específico para los microseguros, no hay una diferenciación en la oferta de productos para el segmento de población con menores ingresos, que está por encima del estrato de asistencia social (el mercado del microseguro sostenible).

La Superintendencia de Bancos y seguros, así como el equipo que trabaja en el desarrollo de los modelos de innovación en seguros, buscan que estos sean más accesibles para las familias de menos ingresos, con primas más competitivas, sin entrar a distinguirlo con el título de microseguros.

A este respecto, el Supervisor, como ya hemos indicado, procura no ser intervencionista ni influir en las iniciativas del mercado, que es quien ha de validar los productos y premiar la eficiencia y calidad de los servicios.

Un aspecto decisivo es el de la educación e información de los microseguros, como producto que actualmente no tiene especial predicamento entre las familias de bajos ingresos, como hemos podido comprobar de la encuesta de calidad de vida del 2003, donde el recurso al microseguro, ante siniestros potenciales, apenas se contempla.

Para promover este conocimiento y educación en el mundo de los seguros, es indispensable la aportación de todos los operadores, tanto la Superintendencia de Banca y seguros y las otras agencias estatales, relacionadas con seguros sociales, como FASECOLDA y los operadores formales (aseguradoras comerciales, Instituciones Micro Financieras, grupos de clientes, otros).

Del resultado de esta labor de educación financiera dependerá en gran medida que los microseguros tengan su propio espacio, diferenciado de las microfinanzas y de los seguros tradicionales (programas de educación en marcha, públicos y privados).

Para facilitar el mayor y más rápido desarrollo del mercado de los microseguros, podemos referirnos a determinadas medidas, así tenemos (CGAP, 2005):

- Aligeramiento de los trámites documentales: Simplificación de los requerimientos documentales en la contratación de los microseguros

- Ajuste de las reservas técnicas a los operadores de microseguros, que en este momento no están diferenciados de los generales.
- La certificación de idoneidad de los intermediarios, que no hace una diferenciación para los microseguros. En la última reforma se ha eliminado.
- La revisión de la normativa de los canales de distribución para los microseguros. Incluir la posible regulación del corresponsal no bancario.

En definitiva, se echa de menos un régimen especial para los microseguros, inexistente en Colombia, que permitiría acotar este segmento y darle identidad propia. El ejemplo de Perú, con los matices correspondientes, podría ser una buena referencia.<sup>10</sup>

También sería deseable, como complemento, una política de beneficios tributarios dirigidos a la potenciación de los microseguros.

## **3.2. Los microseguros en Perú**

### *3.2.1. Datos básicos*

#### A) Datos socioeconómicos

Incorporamos los datos macroeconómicos del Perú, como referencia de contexto.

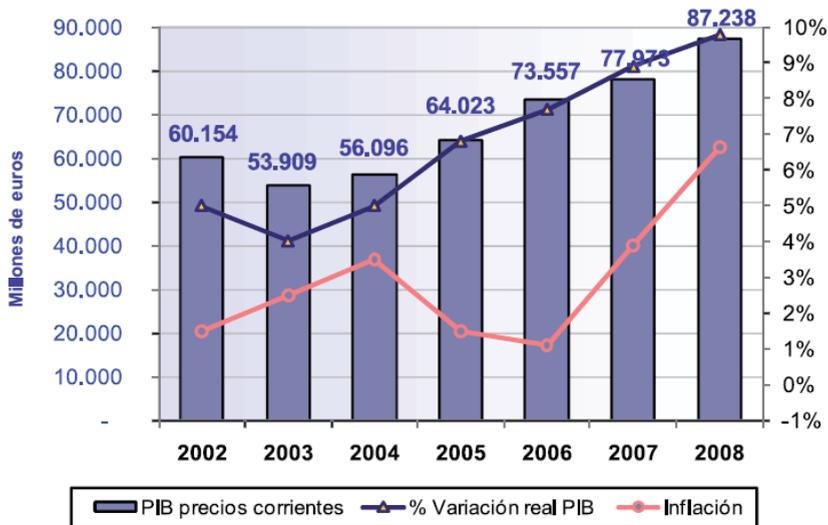
Podemos apreciar como el PIB crece en el 2008 respecto al año anterior en un 9,9%, manteniendo la tendencia de los últimos cinco años.

En cuanto a la inflación, vemos como se inicia una subida anual continuada, desde el año 2006, hasta alcanzar el 7% en el 2008. Ambos datos los valoramos como claros signos de crecimiento económico del país.

---

<sup>10</sup> Definición de los microseguros, póliza específica simplificada, reducción de controles, nuevos canales de distribución, requerimientos de solvencia, requerimientos de capital,...etc.

**Figura 23:** PIB en el Perú en el 2008



Fuente: INEI de Perú. [www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe)

Seguidamente, aportamos los datos demográficos, con un detalle por edades, lo cual nos da información básica al efecto de conocer cuál es su estructura social.

**Tabla 10:** Perú, población total y tasa de crecimiento promedio anual. (1940-2007)

AÑO	TOTAL	Incremento Intercensal	Incremento Anual	Tasa de Crecimiento Promedio Anual %
1940	7 023 111			
1961	10 420 357	3 397 246	161 774	1,9
1972	14 121 564	3 701 207	336 473	2,8
1981	17 762 231	3 640 667	404 519	2,6
1993	22 639 443	4 877 212	406 434	2,0
2007	28 220 764	5 581 321	398 666	1,6

Fuente: INEI. Censos Nacionales de Población y Vivienda, 1940, 1961, 1972, 1981, 1993 y 2007. (INEI 2007)

Abundando en los datos demográficos, podemos contemplar la tasa de crecimiento desde el año 1972 hasta el 2007, donde vemos que se consolida la tendencia a la baja, según la siguiente tabla.

**Tabla 11:** Población total y tasa de crecimiento promedio anual

Año	Total Millos h.	Incremento inter censal%	Incremento anual %	Tasa de crecimiento promedio anual %
1972	14,1			
1981	17,8	3,6	0,4	2,6
1993	22,6	4,8	0,4	2
2007	28,2	5,6	0,4	1,6

Fuente: Instituto Nacional de Estadística de Perú (INEI 2007)

Desde la década de los 40, el crecimiento de la población ha sido muy importante, con una tasa promedio de crecimiento anual que supera el 2%, resultado de un elevado índice de natalidad, que se va rebajando en los últimos años.

Apreciamos, igualmente, como las mejoras sanitarias han permitido elevar la media de edad de vida, como veremos en los datos que siguen.

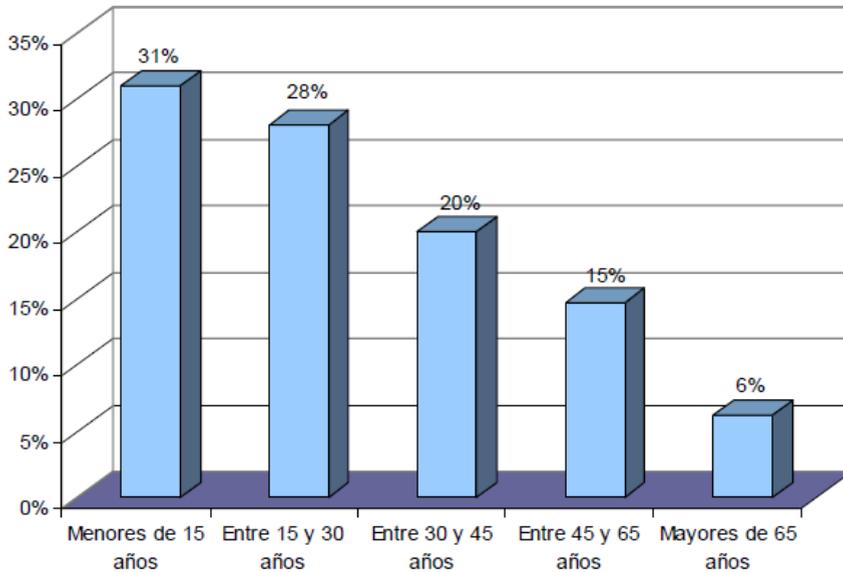
**Tabla 12:** Perú población por grupos de edad, 1993 y 2007

<u>Grupos de Edad</u>	<u>1993</u>		<u>2007</u>	
<b>TOTAL</b>	<b>22 048,4</b>	<b>%</b>	<b>27 419,3</b>	<b>%</b>
	(Miles)		(Miles)	
<b>0 - 14</b>	<b>8 155,4</b>	<b>37,0</b>	<b>8 360,0</b>	<b>30,5</b>
<b>15 - 64</b>	<b>12 866,9</b>	<b>58,3</b>	<b>17 294,5</b>	<b>63,1</b>
<b>65 y más</b>	<b>1 026,1</b>	<b>4,7</b>	<b>1 764,8</b>	<b>6,4</b>

**Fuente:** Censos Nacionales de Población y Vivienda, 1993 y 2007. (INEI 2007)

Como visión complementaria, añadimos la figura de la estructura de edad, reduciendo los tramos de los grupos.

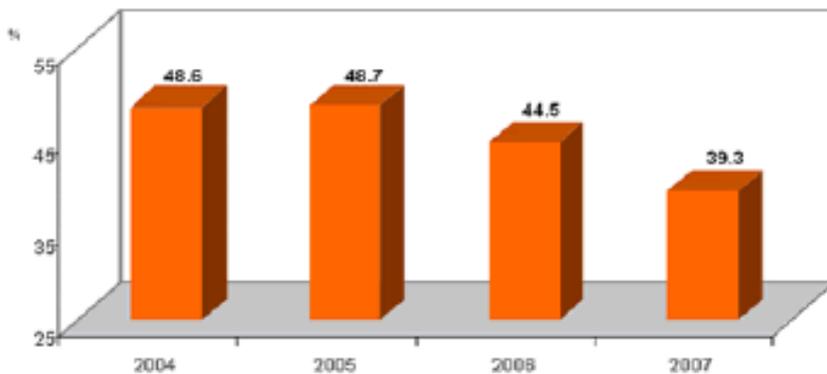
**Figura 24:** Población por edades en Perú



**Fuente:** Perú en números 2006.  
INEI Censos Nacionales de Población y Vivienda -2007-. (INEI 2007)

Fruto de la mejora en el PIB en los últimos años y la incorporación de medidas sociales desde la Administración, es apreciable la reducción de la pobreza total, como podemos apreciar del siguiente gráfico.

**Figura 25:** Incidencia de la pobreza total en Perú (2004-2007 en %).



**Fuente:** INEI Encuesta Nacional de Hogares. 2004-2007 (INEI 2007)

Si trasladamos la figura 25 a un cuadro de datos tendremos la siguiente tabla.

**Tabla 13:** Datos de pobreza en Perú

Años	% de pobreza sobre total población
2004	48,6
2005	48,7
2006	44,5
2007	39,3

**Fuente:** INEI encuesta nacional de hogares anual 2004-2007 [www.inei.gov.pe](http://www.inei.gov.pe)

Según los datos de la Encuesta Nacional de Hogares, el porcentaje de pobreza pasa de un 48,6% en el año 2004 al 39,3% en el 2007.

Estos datos se pueden relacionar con los que aporta el estudio de IPSOS, sobre la pirámide de pobreza en el Perú, que acompañamos seguidamente.

**Figura 26:** Datos de la pirámide de pobreza de Perú



**Fuente:** <sup>11</sup>IPSOS Apoyo, Opinión y Mercado, y Credit Suisse. (Manuel Peña 2007)

Si relacionamos estos datos con los de la figura siguiente, veremos los ingresos que se derivan para cada segmento, y el potencial de mercado de los microseguros en razón de la penetración en cada uno de ellos.

<sup>11</sup> Acceso información en [www.ipsos-apoyo.com.pe](http://www.ipsos-apoyo.com.pe) y en [www.credit-suisse.com](http://www.credit-suisse.com)

**Figura 27:** Mercado potencial de los microseguros en el Perú



**Fuente:** IPSOS Apoyo, Opinión y Mercado y Credit Suisse. (Manuel Peña 2007)

Tomando las referencias que aporta el estudio de *"El Comercio"*, Octubre 2007, con base en el trabajo de Juan Manuel Peña, Director General de la compañía de seguros La positiva (Manuel Peña, 2007), podemos completar la información, sobre los tres niveles del segmento de menores recursos, el nivel "C", el nivel "D" y el nivel "E", con la disponibilidad de recursos de los mismos.

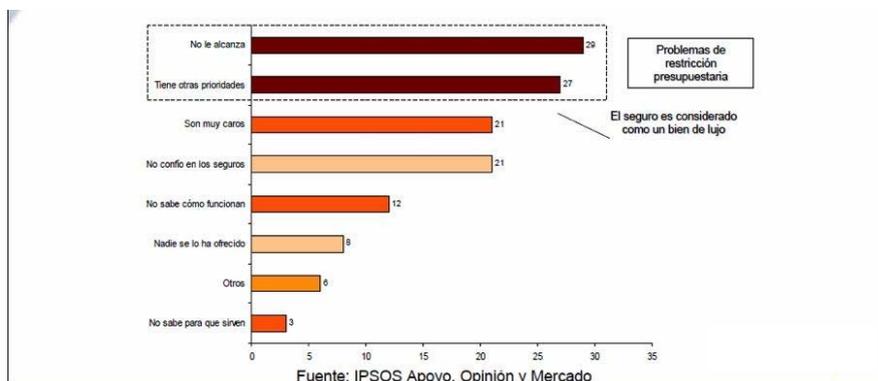
- 1- Al perteneciente del segmento "E", después de cubrir los gastos básicos de alimentos, educación, transporte, luz y agua, tan solo le quedaría una disponibilidad de 4 USD mensuales para gastos extra.
- 2- Al perteneciente del segmento "D", tras cubrir los gastos básicos de alimentos, educación, transporte, luz y agua, dispondría de 7 USD mensuales para gastos extras.
- 3- Al perteneciente del segmento "C", tras cubrir los mismos gastos básicos que hemos mencionado para los dos segmentos anteriores, tendría una disponibilidad de 90 USD mensuales para gastos extra.

A esta baja capacidad de ingresos para los gastos extra, tenemos que añadir la mayor vulnerabilidad de los miembros de estos segmentos, más expuestos a los riesgos de enfermedad, fallecimiento, desempleo u otros que les afecten a sus bienes, abriendo una cadena de consecuencias que sumergen en la pobreza a las familias afectadas.

Un factor que dificulta claramente el paso de los modelos informales a los formales es el desconocimiento de los productos de seguros, así como la falta de confianza en los interlocutores, que obstaculiza el desarrollo de la demanda, necesaria para hacer operativo un programa de microseguros.

En la línea del párrafo anterior, al efecto de diagnosticar las causas de la baja penetración de los seguros, identificamos las principales dificultades con las que se encuentran los potenciales asegurados, según la encuesta de IPSOS.

**Figura 28:** Barreras para la contratación de los seguros



**Fuente:** IPSOS Apoyo, Opinión y Mercado. (Manuel Peña 2007)

Parece confirmarse que la primera barrera o causa para que no arranquen los programas de microseguros, desde la posición de la demanda, es la restricción presupuestaria y la consideración del seguro como un lujo.

Es fundamental, para poder superar esta primera barrera, ajustar las primas de los microseguros a la capacidad presupuestaria del segmento, repercutiendo a las mismas los ahorros de costes de los programas.

Uno de los más importantes ahorros en costes es el que se deriva de la idoneidad de los canales de comercialización. Si los canales de comercialización son cercanos al segmento de la base de la pirámide, aportarán los niveles de confianza necesarios y el conocimiento suficiente para que la oferta de productos responda a las necesidades reales.

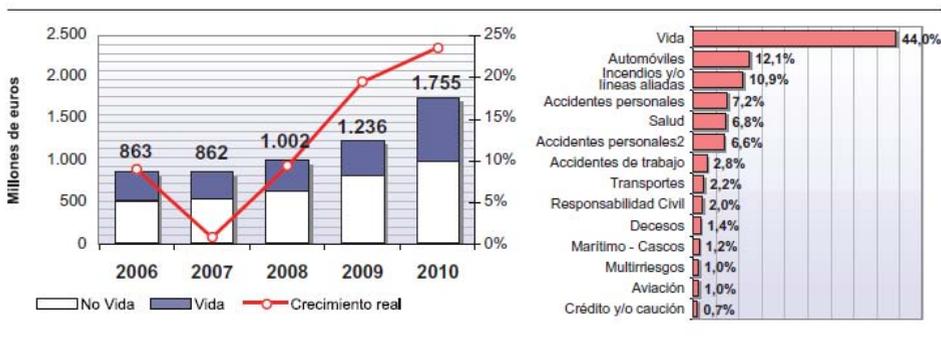
Los canales de comercialización se han convertido en los principales actores y socios estratégicos de los aseguradores para el desarrollo de la actividad microaseguradora en Perú. La involucración de los distintos operadores está siendo decisiva, destacando a las Instituciones Microfinancieras y las propias Entidades Financieras, así como las cooperativas, las empresas de servicios, las cadenas comerciales y otros operadores singulares.

## B) Datos de mercado

### ➤ Mercado asegurador

Como paso previo, para poder encajar los datos de los microseguros, vamos a partir de la información general del mercado de los Seguros en Perú, con la evolución de los últimos años y el peso que tiene cada modalidad.

Figura 29: Mercado de los seguros en Perú en el 2010



Fuente: El mercado Asegurador Latinoamericano 2009-2010 (F. Mapfre 2011).

En estos datos, tras superar la crisis del 2007, vemos el fuerte crecimiento en los años 2008, 2009 y 2010, basado sobre todo en el ramo de vida, siendo la tendencia positiva y las expectativas favorables respecto a alcanzar un crecimiento sostenido en los próximos años (los indicadores socioeconómicos del país apuntan en ese sentido).

En cuanto a la distribución por modalidades de seguros, podemos apreciar como el seguro de vida tiene el mayor peso, seguido del de automóviles, debido al seguro obligatorio, AFOCAT (Carla Chiape, 2008).

Destacamos el seguro de decesos, que aparece el último en el ranking general, con el 0,5%, pero que es representativo dentro del mercado específico de los microseguros, aportando volúmenes significativos.

La actividad aseguradora está cuantificada sobre las empresas de seguros autorizadas, relacionadas seguidamente:

**Tabla 14:** Empresas de seguros autorizadas al 30-11-2008

Ramos Generales y de Vida	Ramos Generales	Ramos de Vida
ACE	El Pacifico Peruano Suiza	El Pacifico Vida
Cardif	La Positiva	Invita
Interseguro	Mapfre Perú	La Positiva Vida
Rímac	Secrex	Mapfre Perú Vida
		Protecta

**Fuente:** Superintendencia de Banca, Seguros AFP de Perú (Carla Chiape 2008).

Con los datos que hemos visto, tenemos un encuadre global de la actividad aseguradora, dentro de la cual englobamos los microseguros, sobre cuyo mercado pasamos a desarrollar un análisis más detallado.

➤ Mercado de los microseguros.

En cuanto al mercado de los microseguros, es relevante conocer quiénes son los operadores más significativos, así como los productos y las características de los mismos, para ello incorporaremos la tabla 15, donde se refleja esta información.

**Tabla 15:** Actividad microaseguradora en N.Soles, 1S=0,33USD (Junio 2009).

COMPañIA	PRODUCTO	COMERCIALIZACION	ASEGURADO S	PRIMAS MENSUALES
La Positiva	AP Los Andes Protege Plan 1	Seguro de grupo	3,387	10,161.00
La Positiva	AP Divino Seguro - Soles	Seguro de grupo CRAC Luren	49,382	49,382.00
La Positiva	AP ASOMIF I - Soles	Seguro de grupo	4,091	8,182.00
La Positiva	Alimentación Protegida	Seguro de grupo Banco Financiero	3,625	5,075.00
TOTAL			60,485	72,800.00
Invita	Vida Prisma	Seguro de grupo ONG Prisma	22,680	22,680.00
	Mujer Segura	Seguro de grupo ONG Pro Mujer	55,180	220,720.00
TOTAL			77,860	243,400.00
Positiva Vida	FINCA Vida	Seguro Individual Finca Perú	11,214	11,214.00
Positiva Vida	Vida Mujer	Seguro Individual Manuela Ramos	19,997	19,997.00
Positiva Vida	Manos Solidarias	Seguro Individual ADRA Perú	7,365	7,365.00
Positiva Vida	Estudiantil Campesino	Seguro Individual	1,221	509.00
TOTAL			39,797	39,085.00
Ace Seguros	Accidentes Falabella	Seguro de Grupo Banco Falabella	28,477	199,339.00
Pacifico Vida	Masepelio		2,112	24,077.00
TOTAL			208,731	578,701.00

**Fuente:** Webb y Savage & Associates. (Webb y Savage&Asociados 2009).

Según los programas que aparecen en la tabla 15, La Positiva es el operador más activo del mercado de los microseguros, con distintos programas puestos en marcha y con experiencias piloto que están siendo referentes internacionales.

Si incorporamos la información del volumen de primas y de micro asegurados, por compañía, con los datos al 30-06-09, tenemos los siguientes gráficos.

**Figura 30:** Primas de microseguro por compañías



**Fuente:** (Webb y Savage & Asociados 2009).

**Figura 31:** Asegurados con microseguros por compañías



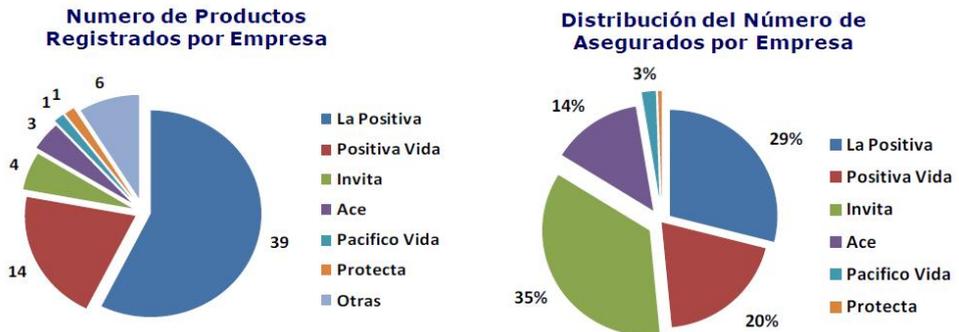
**Fuente:** (Webb y Savage & Associates 2009)

En los gráficos anteriores, vemos como el asegurador líder por número de asegurados es “la Positiva”, aunque por primas cae hasta el tercer lugar. Esto se debe a que la prima media de La Positiva es menor que la de sus competidores, resultado de su política de negocio, con productos accesibles de baja cobertura y cuota, comercializados masivamente.

En cuanto al volumen de primas, la aseguradora Invita ostenta el liderazgo, debido especialmente al producto “Mujer Segura”, que es un seguro de grupo comercializado por la ONG Pro Mujer, que aporta 220.720 Nuevos Soles, 73500US\$, en primas mensuales, según la tabla 15.

Abundando en los datos del mercado, podemos añadir los del tercer trimestre del 2009, referidos a los operadores y a los productos.

**Figura 32:** Productos de microseguros registrados y asegurados al tercer trimestre 2009

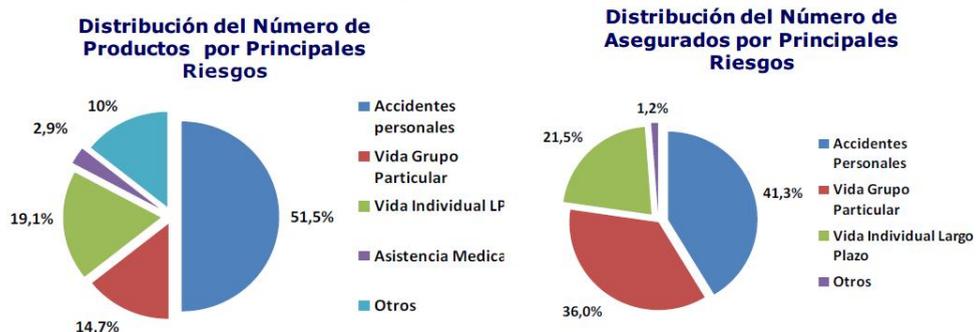


**Fuente:** Seminario de Capacitación Regional IAIS-ASSAL-FIDES 2009 Lima-Perú (UPC 2010)

Con estos datos, podemos resaltar nuevamente el papel de desarrollo de productos de microseguros que está realizando la Positiva, con el 39% del total, al que si sumamos la parte de Positiva Vida, alcanza el 53%.

Por lo que se refiere al número de asegurados, se repite el liderazgo de La Positiva, con un 49%, suma de Positiva y Positiva Vida, seguido por Invita.

**Figura 33:** Topología de productos de microseguros comercializados y asegurados por topología



**Fuente:** Seminario de Capacitación Regional IAIS-ASSAL-FIDES 2009 Lima-Perú. (UPC 2010)

Como podemos apreciar de la figura 33, los productos con mayor peso son los de accidentes personales y los de vida grupo particular.

Los datos que se incorporan hacen referencia a los aportados por los registros de la actividad microaseguradora, según la definición de la norma del 2007, que las dividía por importes, siendo clasificados de esta manera por la Superintendencia de Banca y Seguros.

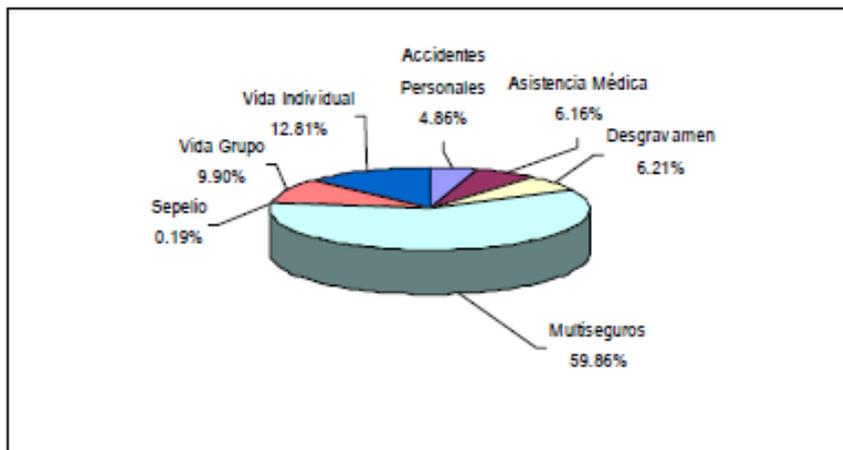
Tan solo recordar, en este punto, que la normativa del 2009 elimina la definición de los microseguros por importes, entrando en vigor en el año 2010. En el momento de la visita se está procediendo al ajuste de los datos estadísticos según la nueva definición.

Volviendo a los datos manejados según la anterior definición, los resumimos seguidamente (Carla Chiape, 2008).

1. Los que van desde primas mensuales de 1 sol, 0,33 US\$ hasta los 10 soles, 3,33 US\$, con un volumen de asegurados de 625.994 y 3.286.907 US\$ en primas netas (datos a Julio del 2008).
2. Los comprendidos entre 11 soles y 50 soles, 16 US\$, con un volumen de 652.756 asegurados y 21.665.470 US\$ de primas netas (datos a Julio 2008).

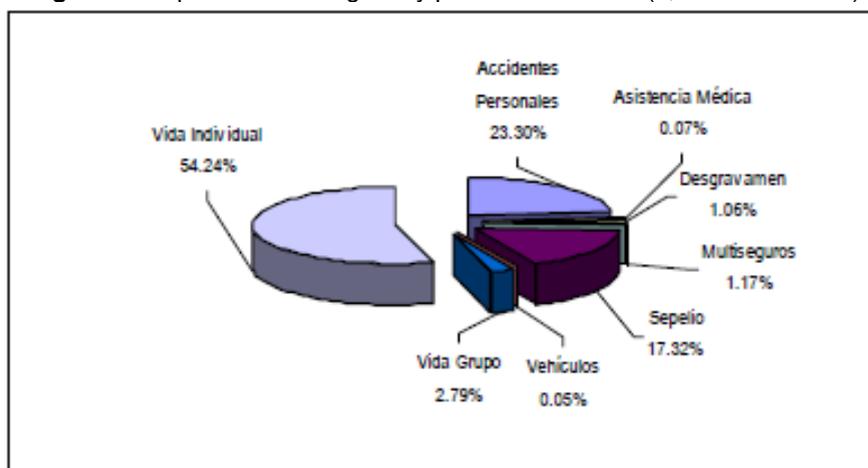
En las siguientes figuras, se representa gráficamente la tipología de microseguros, distinguiendo los dos tramos de importes de la definición.

**Figura 34:** Tipos de microseguros y peso sobre el total (0,33USD-3,33USD).



**Fuente:** Superintendencia de Banca y Seguros del Perú, Informe Julio 2008. (Carla Chiape 2008)

**Figura 35:** Tipos de microseguros y peso sobre el total (3,33USD- 16USD)



**Fuente:** Superintendencia de Banca y Seguros del Perú, Informe Julio 2008  
 . (Carla Chiappe 2008)

En estos gráficos, vemos cómo cambia el peso de la tipología de los microseguros en razón de las cuotas de las primas, destacando, en las de menor importe, los microseguros de múltiple cobertura, con el 59,86%, y los de vida individual, con el 54,24%, en los de primas mensuales superiores.

Vistos estos datos, y como referencia general del potencial y de lo mucho que aún queda por desarrollar en materia de seguros en Perú, incorporamos los datos sobre el grado de penetración, que es de los más bajos a nivel regional, con tan solo el 1.16% del PIB (UPC, 2010).

**Tabla 16:** Índice de penetración y prima per cápita

	Pais	Índice de Penetración	Prima Percápita
1	Puerto Rico	15.00%	2,351.22
2	Portugal	9.20%	2,122.00
3	España	5.32%	1,756.91
4	Chile	4.11%	415.39
5	Panamá	3.30%	227.60
6	Venezuela	3.10%	357.70
7	Brasil	3.00%	244.50
8	Argentina	2.50%	210.20
9	Colombia	2.13%	99.31
10	El Salvador	1.90%	63.20
11	México	1.70%	176.50
12	Uruguay	1.70%	153.20
13	Ecuador	1.67%	63.47
14	Nicaragua	1.65%	18.58
15	Perú	1.16%	48.88
16	Guatemala	1.15%	31.64
17	Paraguay	0.92%	25.21
18	Rep Dominicana	0.70%	32.08
19	Bolivia	0.49%	17.63

**Fuentes:** Armando Cáceres Valderrama, IAIS-ASSAL-FIDES 2009 Lima-Peru.

## C) Singularidades del mercado y de la demanda

Como antecedentes de la actividad microaseguradora tenemos que remontarnos a finales de los 80 y principios de los 90. En estos años, Perú sufre una crisis económica fuerte, lo cual obliga a implementar medidas de ajuste estructural.

Las medidas de los años 90 no afectaran positivamente al sector de los seguros, y menos para los seguros de los pobres, teniendo en cuenta que la Ley de Seguros de 1993 no promueve productos de seguros para los sectores más desfavorecidos, impactando negativamente en los modelos de aseguradoras mutuales y cooperativas, dadas las nuevas exigencias de capital que se requieren y el modelo de compañía limitada que han de asumir<sup>12</sup>.

Tenemos situaciones de obligada adaptación de compañías de seguros, constituidas inicialmente como cooperativas, como fue el caso de Servi Perú (CGAP, 2004).

Será la normativa del 2007 la que defina el mercado de los microseguros e impulse la actividad, sirviendo de experiencia para la implantación de mejoras, que se plasman en la reforma del 2009.

Los operadores de microseguros, que ya parten de la experiencia con los seguros masivos, de bajas primas y coberturas, han ido adaptando sus productos y su operativa para encajar su actividad dentro del modelo de los microseguros.

Como hemos podido comprobar, el mercado de los microseguros está en pleno crecimiento, con operadores comprometidos con el desarrollo de programas sostenibles, dando respuesta a las necesidades de un segmento de población mayoritario en Perú.

Indicar que, como hemos señalado, Perú es el campo de pruebas de programas de microseguros que se han constituido en referentes internacionales.

Dentro de las singularidades de la actividad microaseguradora, destacamos dos líneas de desarrollo, como vemos seguidamente:

### 1) *Los microseguros de vida*

En esta modalidad destacan los relacionados con el desarrollo de los microcréditos, siendo en muchos casos un seguro de vida de amortización del

---

<sup>12</sup> Es destacable que, al excluir a los aseguradores cooperativos, se priva de un modelo eficaz de extender el seguro a los pobres, dado que las aseguradoras cooperativas tienen un acercamiento más social, buscando maximizar las ventajas para sus miembros, más que el margen de beneficio puro.

crédito, automáticamente añadido, que incorpora la prima a la cuota de amortización e intereses del crédito.

Puede incluso darse el caso de que el tomador del seguro no sea conocedor del mismo, siendo comercializado como un elemento de garantía para el prestamista.

## 2) *Los microseguros de salud*

Dado el modelo de Economía Social de Mercado, consagrado en la Constitución de Perú, se desarrolló un modelo público de salud centrado en un sistema de seguro de salud general.

Este modelo se basa en el Sistema Nacional Coordinado y Descentralizado de Salud (SNDCS) y el Seguro Integral de Salud, que tiene sus precedentes en el Seguro Escolar Gratuito de 1996 y en el Seguro Materno Infantil de 1998, que quedan incluidos en el Sistema integral de Salud.

Como singularidades del sistema de los microcréditos de salud, tan solo señalar que no se utilizan modelos de cálculo actuarial financiero, a efectos de provisionar fondos del presupuesto público, sino estimaciones de costes sobre cifras a alcanzar de cobertura sanitaria anual.<sup>13</sup>

Se contempla la imputación del coste a las personas con medios, siendo, en el resto de situaciones sufragado por el presupuesto público.

### 3.2.2. *Regulación de la actividad microaseguradora*

Actualmente, la industria de los microseguros en Perú está regulada exhaustivamente, con una reglamentación especial con objeto de crear un marco de confianza y brindar la máxima protección a los asegurados.

Incorporamos seguidamente la normativa relacionada con los microseguros, anexando la norma vigente del 2009 (Anexo 1).

#### ➤ El Reglamento de Microseguros del 2007:

Aprobado por resolución de la Superintendencia de Banca y Seguros, SBS del 2007, que incorpora las siguientes características (Carla Chiape, 2008):

- Define el microseguro como un seguro de bajo coste y bajo valor asegurado
- Los asegurados pueden ser tanto personas naturales como microempresarios
- Cobertura: Inferior a los 3.200 USD

---

<sup>13</sup> Lo que se hace es definir una meta de afiliados en el año, por niveles de pobreza y ámbito geográfico. Se multiplica esa cantidad por un estimado de coste promedio del tratamiento de cada plan y por dos, cantidad que se asume que es la frecuencia de uso de los servicios.

- Prima: No superior a los 3,2 USD mensuales, que se materializaran según determine la póliza (plazo de demora admitido de 30 días).
- Tipo de Póliza: Póliza simplificada, aprobada por la S.B.S., con vigencia indefinida y sin que se requiera renovación anual.
- Exclusiones: mínimas y simplificadas. No se aplican deducciones, copagos o franquicias.
- La compañía de seguros responde por la información que reciba el asegurado.
- Finalización del contrato: por mora en el pago de la prima o voluntariamente con el preaviso de 30 días.
- Plazo para el pago de las indemnizaciones: 10 días.
- Plazo máximo para resolver la reclamación: 15 días.
- Información al regulador: Informe especial a la SBS con carácter trimestral de las operaciones de microseguros materializadas.
- Distinción entre seguros individuales o colectivos: En los seguros colectivos el contratante puede ser una empresa del sistema financiero nacional, una cooperativa, una empresa de transferencia de fondos, una empresa proveedora de bienes y servicios, o una organización gremial, comunal o puramente social.

➤ El Reglamento del Registro de Pólizas de Seguro y Notas Técnicas:

Aprobado por resolución del SBS n° 1136 del 2006. Es obligatorio llevar un registro de los microasegurados, con un mínimo de mantenimiento durante los cinco años anteriores.

➤ La normativa de comercialización y distribución:

Aprobada en resolución de la SBS N° 510 -2005. Amplía la capacidad de comercialización, reconociendo la figura de los agentes no aseguradores especializados y capacitando a los corredores de seguros a realizar ventas directas, entre otros asuntos.

➤ Resolución SBS 14283- 2009 que aprueba el nuevo Reglamento de los Microseguros (Anexo 1)

Modifica el anterior reglamento ampliando la definición de los microseguros, anulando los condicionantes de importe que se aplicaban en la anterior normativa.

Se pretende reducir al máximo la figura de los operadores informales, estableciendo un riguroso control para que la SBS lleve un registro efectivo de los operadores del sector de los microseguros. Se ha constituido en un referente de regulación a nivel internacional.

Se complementa esta normativa con los requerimientos patrimoniales y reservas técnicas, así como las inversiones obligadas que va regulando la Superintendencia de Banca y Seguros.

➤ Otras formas de cobertura de Riesgos:

Las AFOCAT son los fondos regionales o provinciales para la cobertura de accidentes de tránsito en su jurisdicción, en proceso de formalización bajo la competencia de la SBS. Incluimos también los microseguros de salud con prepago, con obligatoriedad de registro en la Superintendencia de Entidades Prestadoras de Salud, SEPS.

### 3.3. Los microseguros en Brasil

#### 3.3.1. Datos básicos

##### A) Datos socioeconómicos

Brasil, con una población de cerca de ciento noventa millones de habitantes, que viven en una superficie de ocho millones y medio de Kilómetros cuadrados, constituye el quinto país en el mundo en población y extensión territorial. Añadir que, a pesar de que Brasil es la décima economía más importante del mundo, existe una desigualdad importante en la distribución de la renta nacional.

Los estudios realizados por el Centro de Políticas Sociales de la Fundación Getulio Vargas<sup>14</sup>, nos informan de la evolución de la estructura de rentas, con un aumento de las desigualdades en los años 60, pero con un crecimiento generalizado de la renta per cápita entre el 2001 y el 2007.

Conforme se anunció en el año 2006, Brasil había cumplido la primera de las metas del milenio de la ONU, reduciendo la miseria extrema en un 50%.

Lo que se aprecia en los últimos años son los movimientos entre los estratos económicos, fruto de las políticas de subsidios públicos en áreas de transferencias de renta, por ejemplo la Bolsa Familiar y los programas vinculados al salario mínimo o los relacionados con la generación de rentas (caso del PAC y de las políticas de empleo).

Estas políticas de promoción son aplicadas igualmente a las empresas. Citando a Neri (Neri, 2008), va emergiendo una nueva clase media denominada la clase C, siendo este un fenómeno nacional de primer orden.

Según los datos de la PNAD, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicilios, (PNAD, 2006) en el 2008 esta clase media supondría un 49,2% del total de la población, y en las áreas metropolitanas superaba el 50%.

Si replicamos las estimaciones para la clase más pobre, nivel E, pasaría del 35% del 2005 al 16,2% del 2008, aunque el impacto de la crisis de los últimos años haya hecho variar las previsiones iniciales.

---

<sup>14</sup> Acceso a los informes de la Fundación Getulio Vargas, [www.fgv.br](http://www.fgv.br)

Vamos a analizar, seguidamente, los datos sobre el segmento de los microseguros, contrastando el potencial de mercado y la generación de la demanda.

Al efecto de poder trasladar una visión completa del mercado potencial de los microseguros en Brasil, tenemos en cuenta los aspectos de inclusión social y los de desarrollo económico para el segmento de menores rentas, con el foco puesto en la actividad aseguradora, según vemos en los trabajos de C. Contador, (C. Contador, 2009).

En cuanto a la demanda, tenemos las encuestas sobre el perfil de la demanda de los microseguros (IBGE, 2005), donde podemos entrar en el análisis de los diferentes aspectos que influyen en la misma, al efecto de hacer una valoración de los mismos.

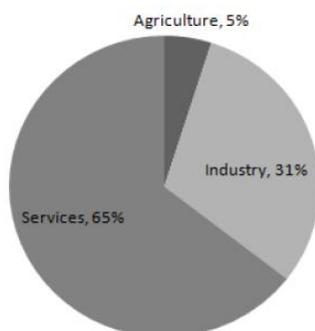
El mercado potencial, según el estudio del Instituto Brasileño de Geografía y Estadística, IBGE, en la Pesquisa Nacional por Amostra de Domicilios (PNAD, 2006), queda cuantificado en 85 millones de habitantes con rentas inferiores a tres veces el salario mínimo.

Lo cierto es que en los estudios de la demanda se toma un criterio más amplio que el de la definición, alcanzando al 50% de la población brasileña, que rondaría los cien millones de habitantes.

Actualmente este estrato de la población apenas cuenta con coberturas de seguros. (Fernando A. Freitas, 2009)

Seguidamente repasaremos la estructura de actividad de la población, con los datos que aporta la siguiente figura (CENFRI, 2010).

**Figura 36:** Estructura económica de Brasil por sectores.



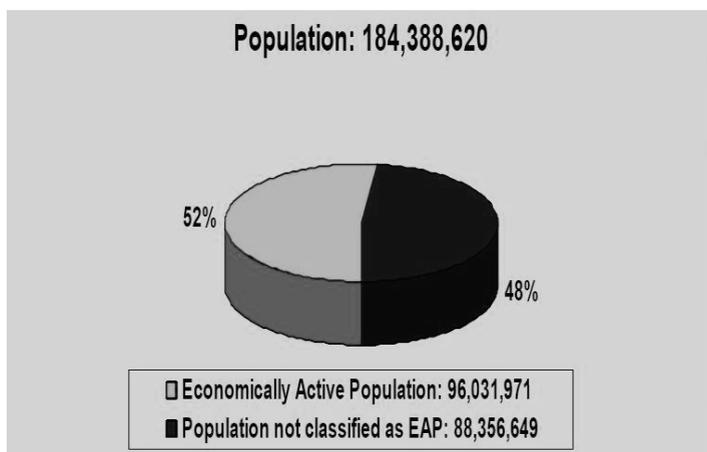
**Fuente:** Banco Mundial, datos del 2008.

Como vemos en el gráfico anterior, los servicios representan el sector con mayor peso, seguido del industrial, destacando la baja proporción del sector agrícola, donde tendríamos una parte importante del sector informal.

Dado que los datos anteriores se refieren a la economía formal, procede completar la visión general de actividad del país, con los de la siguiente figura.

En este gráfico se cuantifica lo que representa la población activa, 52%, sobre la que partimos para analizar el componente de ingresos del segmento de bajas rentas.

**Figura 37:** Cuantificación de población activa



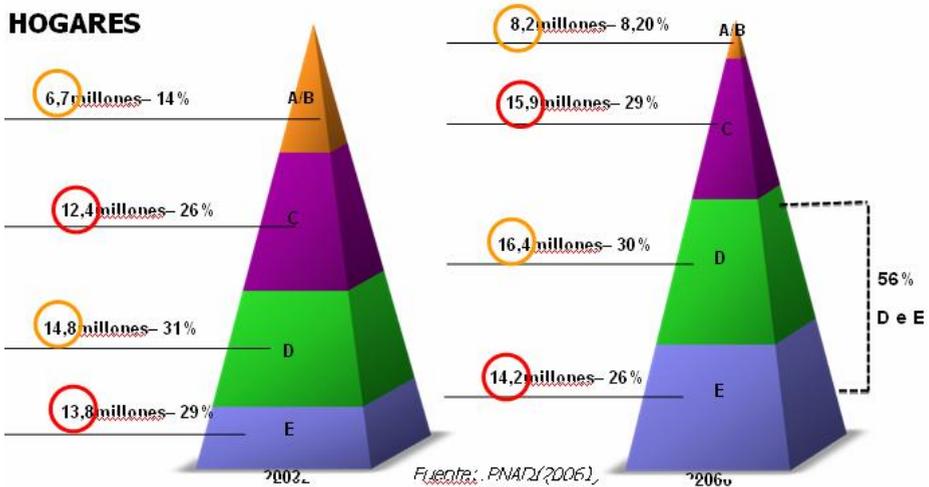
Fuente: IBGE –National household simple. (IBGE, 2005)

Como podemos comprobar, tenemos un 48% de la población dentro del grupo de “no clasificada”, en su mayoría en la economía informal.

El elevado volumen de población no clasificada supone un desconocimiento muy importante del segmento de bajos recursos, al efecto de abordarlo como mercado potencial con unas características homogéneas.

Dentro de la pirámide de pobreza, enriquecemos esta visión panorámica del mercado con los datos englobados por familias, y su evolución desde el 2002 al 2006, donde se aporta una visión complementaria del mercado potencial de los microseguros. Esta información se aporta en la siguiente figura.

**Figura 38:** Pirámide de pobreza por unidades familiares y su evolución



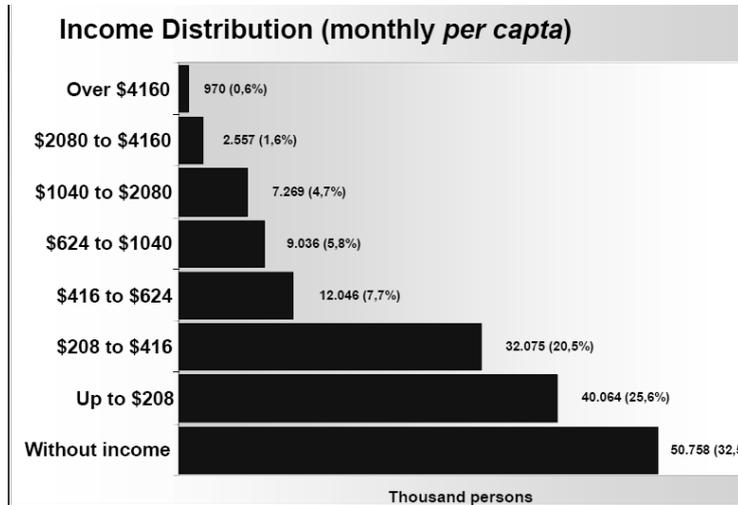
**Fuente:** PNAD 2006 (Evolución 2002-2006)

Como podemos ver, con los datos del 2006, el potencial de los microseguros se sitúa en el 56% de las familias del país, que constituyen parte de la clase E y el total de la clase D, sumando 30,6 millones de familias. Estos datos coincidirán con la referencia de los 100 millones de habitantes que se manejan en otros estudios.

En el siguiente gráfico vemos la distribución de los ingresos, que nos da una imagen del equivalente a la pirámide de pobreza que hemos analizado en los otros dos países del estudio.

Este análisis de lo que representan los distintos segmentos de la pirámide de riqueza lo podemos cuantificar tomando los datos de ingresos per cápita, que los trasladamos en la siguiente figura.

**Figura 39:** Distribución de ingresos per cápita (mensuales)



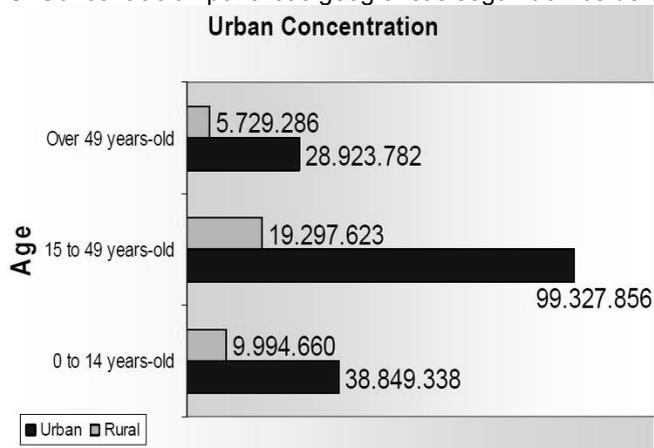
Fuente: IBGE –National household simple. (IBGE 2005)

En este cuadro, teniendo en cuenta los datos oficiales, tenemos los distintos niveles de renta media mensual y los segmentos de población que representan.

En el último estrato, sin ingresos, se concentra la parte de economía informal, sin acceso a servicios financieros y en situación de exclusión. La atención de este segmento requiere subsidios y actuaciones mixtas, públicas y privadas.

Otra información relevante, al efecto de conformar un mercado de microseguros global, es el referido a la concentración de la población por áreas geográficas, que reflejamos en la siguiente figura.

**Figura 40:** Concentración por áreas geográficas según tramos de edad



Fuente: IBGE –National household simple. (IBGE 2005)

Como podemos apreciar, la concentración en las áreas urbanas es abrumadora, con más del 90% del total de la población.

#### A) Datos de mercado

##### ➤ Operadores de microseguros:

El interés de los aseguradores tradicionales por acceder al segmento de bajas rentas, y por tanto a la actividad microaseguradora, es generalizado, pero cada compañía lo enfoca con su propia estrategia de acercamiento.

La mayoría de operadores tradicionales se muestran proactivos a la hora de favorecer proyectos de impulso del mercado de los microseguros, como es el caso del programa de la Favela de Santa Marta, y tan solo una minoría mantienen una posición de observación pasiva, esperando el resultado de las reformas regulatorias y el posicionamiento del resto de competidores.

En el desarrollo del trabajo de campo tendremos ocasión de distinguir estos dos tipos de posicionamiento.

Distinguimos cuatro grupos de operadores de microseguros en Brasil, siguiendo el estudio de CENFRI (CENFRI, 2010).

- *Las aseguradoras ligadas a Grupos Bancarios.* En este grupo destaca Bradesco e Itau Unibanco, que son los dos mayores grupos bancarios privados de Brasil.

Estos grupos bancarios están relacionados con diversas compañías de seguros, como participes o como comercializadores, de forma que son responsables del 32% de las primas de seguros de Brasil (CENFRI 2010).

- *Grandes aseguradores independientes.* Especialmente activo en el desarrollo de los canales alternativos. En este grupo destacamos el caso de Mapfre, que antes del acuerdo con Banco de Brasil ya ocupaba el 7º puesto entre los aseguradores, siendo muy activos en el desarrollo de los canales de comercialización masivos.
- *Pequeños operadores.* Siguen distintos modelos de comercialización y parten de situaciones muy diferentes, que condicionan su actividad.
- *Funerarias informales.* Otro de los grupos singulares en el desarrollo del mercado de los microseguros es el de las funerarias informales, que van pasando al modelo formal. Muchas de estas funerarias entraron en este modelo como proveedores de microseguros, ajustados a la nueva normativa.

En el trabajo de campo hemos seleccionado operadores que representen a cada uno de estos grupos, atendiendo a las singularidades de los mismos al abordar al segmento de bajos recursos.

➤ Productos actuales que encajarían como microseguros

En este punto, vamos a tratar sobre los productos singulares ya existentes, así como los derivados de la actividad microfinanciera.

Los tipos de seguros vigentes, con las características de microseguro, son los denominados “*Seguros Populares*”, con una referencia de prima inferior a los USD 5,5 mensuales, de los que destacamos:

- *PASI*: Plan de Amparo Social Inmediato, que se inicia como un programa desarrollado en 1989, por una Correduría de Seguros con la aseguradora Vera Cruz, actualmente Mapfre Seguros.

Su enfoque principal son los obreros de la construcción civil, y a la fecha del estudio cuenta con 2 millones de asegurados, estando presente en todo el territorio nacional y dando servicio a más de 13.000.- convenios, con 3000 Corredores censados y 300 Unidades Sindicales participantes.

Este programa comercializa seguros de vida en grupo y accidentes personales.

El objetivo de este seguro es proteger a los trabajadores activos, legalizados en las distintas modalidades de contrato, y está relacionado directamente con los convenios colectivos de trabajo.

La dirección de la compañía negocia el producto, y sus características son:

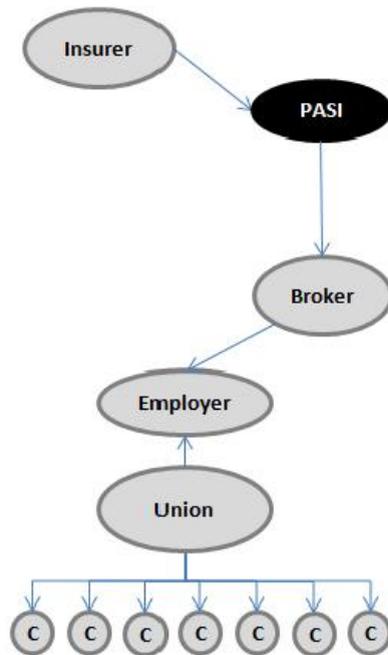
- Es un seguro de vida en grupo, especializado en convenios colectivos de trabajo.
- Se indemniza en un plazo de 24 horas.
- Sin límites de edad ni carencias.
- Diseño de pagos según la capacidad del cliente.
- Ajuste de primas en razón de la siniestralidad.
- La prima media es de 15 R\$ al mes y cubre aproximadamente a 2 millones de personas.
- La potencialidad de crecimiento, medido en primas recaudables, se sitúa entre 3 a 4 billones de R\$ anuales.

Incorporamos, seguidamente, el grafico del modelo PASI, con sus intervinientes y las relaciones entre ellos, de forma que configuran un modelo en el que se van interconectando el asegurador y el sindicato, quién será el que canaliza el producto al asegurado.

Como podemos ver, el comercializador final que tiene el contacto con los asegurados es el sindicato, con el soporte de lo acordado en los convenios colectivos. Se enmarca dentro de la relación laboral y forma parte de las condiciones sociales que se han negociado entre los representantes sindicales y las empresas.

Figura 41: Modelo PASI

PASI model



Fuente: CENFRI, 2010.

Este programa es difícilmente generalizable, dada la particularidad de los intervinientes y las diferencias respecto a un enfoque basado en las reglas del mercado.

- Seguros de deceso: La mayoría son programas informales, donde las empresas funerarias ofrecen el producto de asistencia funeraria, muchas con más de 20 años de experiencia.

Los servicios prestados, como contrapartida del pago mensual de una cuota, cubren la atención familiar, características de la urna, posibilidad de crematorio, traslado de cuerpo, etc.

Este tipo de producto presenta las siguientes particularidades:

1. Es un mercado difícil de ser medido por la falta de estadísticas oficiales.
2. No entra dentro de la labor de supervisión de la SUSEP, al no existir un compromiso de reembolso en especie, tan solo el cumplimiento del servicio de asistencia funeraria.

Según la normativa local, el reembolso en especie es condición necesaria para que entre dentro del campo de supervisión de la SUSEP.

- El Microseguro ligado al microcrédito: El Gobierno Brasileño posee políticas explícitas, que se establecieron para las microfinanzas, en las cuales se incluye el aprovisionamiento de los seguros para la población de bajo ingresos.

En el programa de microcrédito del Gobierno Brasileño hay sinergias importantes con los programas de microseguros.

Las Instituciones de microfinanzas, que comenzaron operando únicamente con el microcrédito, en la actualidad ya ofrecen también algunos productos con características del microseguro.

El desarrollo de la actividad de las I.M.F., concretamente en la propagación de los microcréditos, impulsados por las políticas públicas, arrastra igualmente a los microseguros, que mimetizan el potencial de crecimiento de este producto, siendo muy alta la correlación entre el crecimiento de los microcréditos con el de los microseguros (llamado “seguro prestamista”).

Se estima que el potencial del “seguro prestamista” podría generar entre 100 a 150 millones de R\$ en primas anuales.

- Títulos de capitalización: Estamos ante productos de bajo coste, vendidos junto a un seguro de garantía y accidente personal, siendo su potencial de negocio estimado en 10 millones de R\$ en primas de microseguros al año.

La aportación singular de este producto está en la capacidad de atender a un gran número de personas, con la posibilidad de crear un vínculo educativo que familiarice con los productos de seguros.

➤ Barreras para el desarrollo de los microseguros.

En cuanto a las dificultades con las que se encuentra el futuro desarrollo de los microseguros en Brasil, tan solo señalar dos grupos de problemas que tendrán múltiples derivaciones:

- *Configuración de la demanda*: Los relacionados con la manifestación de la demanda, resultado de la falta de educación financiera de los futuros consumidores de microseguros. Falta de cultura de seguros, desconfianza, tradiciones, superar modelos informales, etc.
- *Adecuación de productos*: Los derivados de la oferta de productos y diseño de los programas que han de dar respuesta a las necesidades del segmento, generando la inclusión del mismo con primas accesibles, y a los requerimientos de sostenibilidad económica, imprescindibles para dar viabilidad a dichos programas.

➤ Aspectos facilitadores del desarrollo de los microseguros.

- *Marco económico favorable.* El Fondo Monetario Internacional pronostica un ritmo de crecimiento para Brasil en 2010/ 2011 entre el 5,5% y el 7%, que sumado a las características socioeconómicas del país generan un ambiente favorable al desarrollo del mercado de los microseguros.
- *Clase media emergente.* En referencia a los programas de transferencia de renta del gobierno brasileño que provocaron la migración de 40 millones de personas de la clase pobre a la clase media, que son los consumidores potenciales de microseguros.
- *Potenciación de los canales de comercialización:* En cuanto a los canales de comercialización, merecen una mención especial los corresponsales bancarios y las redes minoristas, como singularidades de Brasil.

En cuanto a los corresponsales bancarios, son fruto de las alianzas entre entidades bancarias y entidades no bancarias. Se trata de redes de distribución a disposición de entidades bancarias para comercializar servicios financieros (quioscos, farmacias, comercios de alimentación, otros).

Gracias al desarrollo de los corresponsales bancarios, el 100% de los municipios de Brasil tiene cobertura de redes de distribución de servicios financieros. Esta cobertura incluye todas las zonas marginales de bajos ingresos y los municipios rurales alejados de las vías principales de comunicación.

En cuanto al canal minorista, nos referimos a los puntos de venta de las cadenas de distribución de productos, que participan en la comercialización de los microseguros, como un producto adicional de su catálogo.

*Incentivación fiscal.* Otro aspecto positivo es la política de diferenciación fiscal de la actividad microaseguradora, a la que se pretende dar un tratamiento tributario favorable. El desarrollo normativo por parte de la SUSEP se completará en el primer trimestre del 2012.

➤ Situación actual y previsiones.

Se espera que las empresas autorizadas puedan comercializar los microseguros a partir del primero semestre de 2011, una vez que se apruebe la ley, tras el trámite Parlamentario correspondiente.

Tras la aprobación de la ley, habrá que desarrollar la regulación operativa, competencia de la SUSEP, que incorporará sus disposiciones de detalle, ya anticipados en los Relatorios, base de la propuesta de Ley.

Como referencias del futuro desarrollo normativo, el grupo de trabajo de SUSEP identificó 3 productos potenciales de microseguro que ya hemos comentado anteriormente, así que solo los enumeramos: 1- Seguro de vida en grupo y accidentes personales. 2- Asistencia funeral (decesos).3- Seguro prestamista.

- En cuanto a las premisas que se han de cumplir en el diseño de los productos, enumeramos algunas singularidades:
  - *Los términos de los contratos:* Han de incorporar características de flexibilidad, como por ejemplo en el cobro de las primas, contemplando la irregularidad de los flujos de ingresos. Adicionalmente, han de aportar aspectos que potencien una cultura de microseguros, actualmente inexistente.
  - *Maximización de las indemnizaciones:* El enfoque de los criterios de bajo coste han de llevar a maximizar los retornos que se plasman en la indemnización.
  - *Plazos de pagos de reclamo:* Este es un aspecto fundamental en los productos y operativa de los microseguros, dada la alta sensibilidad a la demora de las indemnizaciones, no soportables por el segmento de bajos ingresos.
  - *Documentación:* La documentación exigida en el proceso de reclamo ha de ser sencilla y de fácil disponibilidad, haciendo la tramitación viable.
  - *Aprobación formal:* es necesaria, para la aportación de mayor seguridad a los asegurados y al propio sector, que los productos de microseguros requieran una aprobación previa por parte de la SUSEP.

## B) Singularidades del mercado y la demanda

Este es un momento favorable, tanto desde una visión económica como de regulación, para el lanzamiento de productos de microseguros en Brasil, con una inflación controlada, una tasa de interés decreciente y unas expectativas económicas de claro crecimiento a partir de este año.

Por todo lo señalado, una vez superado el impacto de la crisis internacional, se prevé un fuerte impulso de la demanda de seguros y microseguros.

- Aspectos que favorecen la demanda. Relacionamos seguidamente los aspectos que favorecen la demanda de microseguros:
  - La implantación de una política clara para el sector.
  - Regulación adecuada que impulse la actividad microaseguradora.

- La rebaja en los costes de comercialización, que vendrá por la potenciación de las redes de agentes y la implantación del canal internet, resultado del proceso de inclusión digital del segmento de bajas rentas.
- El diseño de productos básicos, como el seguro de vida de grupo.
- La puesta en marcha del programa de desarrollo, elaborado desde la SUSEP, que sigue las siguientes fases:

*1ª fase:* Definición de coberturas básicas para el producto de seguro vida de grupo, según definición de la SUSEP, contemplando una cobertura básica por muerte derivada de cualquier causa, y cobertura adicional de auxilio funeral y cesta básica, con una comercialización preferente mediante agentes (protección social del segmento).

*2ª fase:* Concentración en el segmento de los microemprendedores, garantizando los riesgos específicos de ese segmento, actualmente desprovisto de una protección efectiva.

*3ª fase:* desarrollo de una red de intermediarios financieros interesados en trabajar en el mercado de los microseguros junto a los líderes de las comunidades de menores rentas.

- La implantación de los canales de comercialización ligados a las IMF y las empresas de servicios públicos.

De salida, las IMF, bancos para el segmento de menores ingresos que ya conceden microcréditos, y las empresas de servicios públicos ofrecen una red eficiente para la inmediata comercialización de los microseguros.

Si les añadimos los agentes bancarios y los de seguros, configuramos básicamente los diferentes participes del modelo socio agente en el mercado del microseguro, seguro popular, en Brasil.

- Aspectos distintivos de los microseguros en Brasil.

En cuanto a la promoción de los microseguros en Brasil y su encaje en la política pública de accesibilidad del segmento de bajas rentas hacia los productos financieros, hemos de señalar los siguientes aspectos distintivos:

- *La promoción de la demanda:* El retraso de los programas estatales de protección social y la informatización del mercado de trabajo han afectado al retraso de la aplicación de las medidas de fomento de los productos financieros, a lo que habría que añadir el bajo nivel educativo, que es un elemento que va unido a ese segmento.
- *Soluciones informales:* Los remedios que tradicionalmente eran utilizados ante las situaciones de adversidad se enmarcaban en temas puramente

solidarios, en círculos familiares o de amistad, derivando en muchos casos en soluciones informales ligadas con actividades de usura.

- *Nacimiento de una nueva clase media:* Como hemos mencionado anteriormente, en los últimos años se ha dado un crecimiento y una estabilidad económica importante, que ha propiciado el nacimiento de una nueva clase media, siendo la puerta hacia la inclusión financiera en todos los apartados, incluido el de los microseguros.
- *Creación de nuevas instituciones:* El proceso de promoción de los microseguros toma carta de naturaleza con la creación de diversas instituciones, como el Consejo Nacional de Seguros Privados, donde se crea una Comisión específica para los microseguros, estableciéndose el Grupo de Trabajo de los Microseguros de la SUSEP con el fin de asesorar a la Comisión consultiva<sup>15</sup>.

### 3.3.2. Regulación de la actividad microaseguradora

#### A) Antecedentes y normativa

La actividad regulatoria se inicia en el año 2000, al fijarse como objetivo nacional la inclusión social en todos los sectores, promoviendo entre otras actuaciones el desarrollo de la actividad microaseguradora.

Hasta 2007 solo se articulan medidas singulares y aisladas: En septiembre del 2004, la circular de la SUSEP 267/ 2004, que establece unas condiciones generales para registrar los seguros de vida grupales de carácter popular, el Decreto 172/2004, que lo ajusta para el ramo de vida singular, y el de Noviembre del 2005, la circular de la SUSEP 306/2005, que establece las condiciones generales para los seguros populares del automóvil.

Todo este proceso de acercamiento a la regulación de los microseguros se promueve desde la Escuela Nacional de Seguros, que establece un Plan Director para el mercado de los seguros.

A partir del 2007 se genera una activación general del mercado de los microseguros, con desarrollos y trabajos de investigación que parten de la colaboración de IAIS-CGAP, Joint Working Group on Microinsurance (JWG-MI), con la participación de la SUSEP como órgano colaborador, siendo en Octubre del 2007 elegida la SUSEP, como presidente del JWG-MI y del subgrupo de trabajo de microseguros de IAIS.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Portaria SUSEP. 2960 de 12 de Junio del 2008.

<sup>16</sup> International Association of Insurance Supervisors. IAIS. La Superintendencia de Seguros de Brasil preside el "IAIS-CGAP Joint Working Group on Microinsurance (JWG-MI)", integrado por la International Association of Insurance Supervisors (IAIS) y por el CGAP (Consultative Group to the International Association of Insurance Supervisors (IAIS) y por el CGAP (Consultative Group to Assist the Poor).

En noviembre del 2008, la Comisión Consultiva de Microseguros aprueba las líneas generales de la propuesta de desarrollo de la regulación de los microseguros, asignando a la Escuela Nacional de Seguros la responsabilidad de coordinar un subgrupo de investigación.

El subgrupo de investigación de los microseguros tiene como objetivo fundamentar las medidas políticas y administrativas para fortalecer la efectiva implantación de los microseguros en Brasil, finalizando las labores del desarrollo normativo a lo largo del 2011, cuyo resultado es la Resolución del Conselho Nacional de Seguros Privados del 29 -11- 2011, nº 224, que establece la normativa general de los microseguros, a desarrollar por parte de la SUSEP en el primer semestre del 2012.

Una iniciativa regulatoria clave fué el proyecto de la Ley del Diputado Federal Adelson Soares, sobre la creación de aseguradores y corredurías especializadas en microseguros.

En la misma línea regulatoria, el gobierno brasileño posee políticas explícitas de desarrollo de las microfinanzas, en las cuales se incluye el aprovisionamiento de los seguros para la población de bajo ingreso.

La Superintendencia de Seguros Privados, SUSEP, del Ministerio de Hacienda, es el organismo encargado de supervisar el mercado de seguros en Brasil. y tiene un papel activo en el desarrollo de la nueva normativa sobre los microseguros

En cuanto a las propuestas que se plantearon en la Comisión de Microseguros, destacamos las que relacionamos:

- *Licencias*: Necesidad de una licencia especial para los aseguradores que incorporen productos de microseguros, lo cual supone un tratamiento diferenciado en el caso de las operaciones de microseguros de los tradicionales productos de seguros.
- *Protección de los consumidores*: Se plantea incluir en el modelo regulatorio un apartado específico sobre la protección de los consumidores de microseguros.
- *Bróker de microseguros*: Se contempla la creación de la figura del bróker de microseguros, especificando las características requeridas, así como las técnicas que se exigen para operar en este mercado.
- *Normativa relacional*: Se contempla regular la relación entre los distintos operadores en el mercado de los microseguros; los aseguradores, los consumidores y los intermediarios intervinientes.

Como fundamentos que la SUSEP valora, fruto de sus trabajos, son los siguientes:

- Es necesario partir del conocimiento de las principales características del segmento de la población objeto de los microseguros.
- Un aspecto clave a tener en cuenta es el de las singularidades culturales del segmento.
- El papel del supervisor debe ser muy claro, liberando de las trabas legales que puedan limitar el desarrollo de los microseguros, manteniendo los principios que hemos señalado anteriormente.
- Es indispensable la implicación de todos los partícipes en el proceso de implantación y desarrollo de un mercado de microseguros activo, tanto los operadores públicos como el sector privado.

Dentro de los principios asumidos desde la SUSEP, hay que relacionar los microseguros con la respuesta a las necesidades del segmento de bajos recursos, con un diseño adecuado de los productos y programas, de forma que se genere un equilibrio entre la innovación enfocada a la reducción de costes y la accesibilidad y protección de los consumidores.

Como reflexión sobre las razones del proceso regulatorio en Brasil, mencionar que la referencia inicial de los microseguros en Brasil son los “*Seguros Populares*”, extendiéndose hasta los “*seguros masivos*”, con sus diferenciaciones, por lo que se trata de ordenar una actividad que ya existía, y que por su potencial de crecimiento, en razón del volumen del segmento, necesariamente ha de tener un marco regulatorio específico.

## B) Definiciones formales de los microseguros

El primer punto de debate de la Comisión Consultiva de Seguros fue definir lo que se entendía por microseguros en Brasil, y posteriormente el mercado al que se iba a dirigir, considerando que era imprescindible mantener los criterios de volumen, accesibilidad y rentabilidad, como bases de sostenibilidad de los programas, razón por la que se estudian incentivos de tipo fiscal, con el fin de atraer a los aseguradores relevantes del mercado tradicional.

Incorporamos las dos definiciones que sirven como referentes de partida:

- *Definición de los microseguros en Brasil:* La SUSEP, en sus dos primeros relatorios, define a los microseguros: “*como la protección financiera para la población de bajas rentas contra los riesgos específicos a cambio del pago de las primas proporcionales a la probabilidad y costes de los riesgos protegidos, de acuerdo con la regulación y los principios de los seguros, globalmente admitidos*”.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> SUSEP, 1º Relatorio Parcial del Grupo de Trabajo de Microseguros disponible en <http://www.susep.gov.br/textos/relicrosseg1.pdf>

Se sigue el modelo clásico, ligeramente adaptado del Microinsurance Compendium (C.Churchill, 2006)

- *Definición de lo que se considera el segmento de rentas bajas:* Según la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros<sup>18</sup> y el Grupo de Trabajo de los Microseguros de la SUSEP, en su primer relatório parcial, define a la población de bajas rentas, a efectos de aplicación de la normativa de los microseguros, como *“aquella población con rentas mensuales per cápita de hasta dos salarios mínimos, tanto si se generan en el sector informal como en el formal de la economía”*.

Posteriormente se amplía la referencia, hasta los tres salarios mínimos, siendo relevante para cuantificar el potencial de demanda del segmento.

El segmento de los microseguros contempla a todos los hogares de bajos ingresos, tanto las personas que trabajan en la economía informal como a los trabajadores del sector formal.

Cerca del 46% de la población de Brasil tiene ingresos mensuales per cápita hasta los 416 USD (2 salarios mínimos), y considerando los tres salarios mensuales, la referencia sería de R\$ 1,253- USD 624.

Como hemos señalado, con posterioridad se modifica el límite y se toma en consideración, a efectos de acotar el mercado potencial de los microseguros, el segmento de población con ingresos per cápita hasta tres veces el salario mínimo mensual, referencia oficial, ampliándose el segmento hasta ingresos de 624 USD.

En cuanto al método utilizado para identificar al segmento objeto de los microseguros, apreciamos los problemas de la relatividad de los términos, que no contemplan las diferencias comparativas del salario mínimo en distintos contextos geográficos y sociales, así, por ejemplo, no se tiene en cuenta la diferenciación entre zona urbana y rural, lo cual desvirtúa la referencia.

Como inconveniente añadido, tenemos la variabilidad del cálculo de la renta mensual media. En la Encuesta Nacional de la Muestra de Domicilios (PNAD), realizada en 2007 por IBGE, daba una cifra de R\$ 530,65, como salario medio, cuando el salario mínimo a esa fecha era de R\$ 380, 00, con lo cual la cifra cerrada puede excluir partes del segmento y no ajustarse a la realidad social.

---

<sup>18</sup> La bibliografía básica del desarrollo normativo lo tenemos en los distintos Relatorios parciales del Grupo de Trabajo de los Microseguros de la SUSEP.

## 4 EL MODELO SOCIO AGENTE EN COLOMBIA, PERÚ Y BRASIL

### 4.1. EL MODELO SOCIO AGENTE

El modelo socio agente supone la respuesta más efectiva a los problemas de comercialización y acceso a los colectivos distantes y dispersos, dando viabilidad económica al abordaje del mercado de los microseguros (CChurchill, 2006)

El modelo mutual, que sería el alternativo, tiene operatividad para los microseguros de salud, que es un campo con unas particularidades singulares, sobre el que no profundizaremos en este estudio. Este modelo supone la división entre la asunción del riesgo y la comercialización, de forma que quién asume el riesgo, el asegurador, se encarga de su análisis y del desarrollo de las especificaciones técnicas del producto, así como de la formación necesaria sobre el mismo.

El comercializador es quién tiene el contacto directo con el cliente, dando respuesta a la demanda del mismo, haciéndose cargo de los procesos de recaudo de las primas y el pago de las indemnizaciones.

Dado que este modelo puede tener diferentes variantes, analizaremos con posterioridad sus distintas manifestaciones.

Como figura ilustrativa, a efectos de dar un reflejo simple del modelo, recurrimos a la representación de la figura siguiente (Roth J., 2009).



**Fuente.-** Microempresa, Informe de Avances, Junio 2005. (Roth J 2009)

La figura del socio la ostenta el asegurador, quién asume el riesgo y los cometidos que se indican en la figura anterior.

El agente está representado por diferentes operadores, desde los bancos tradicionales, IMF, ONG, a los canales alternativos.

En el centro tendremos al cliente, que puede ser una microempresa o una persona individual o un colectivo.

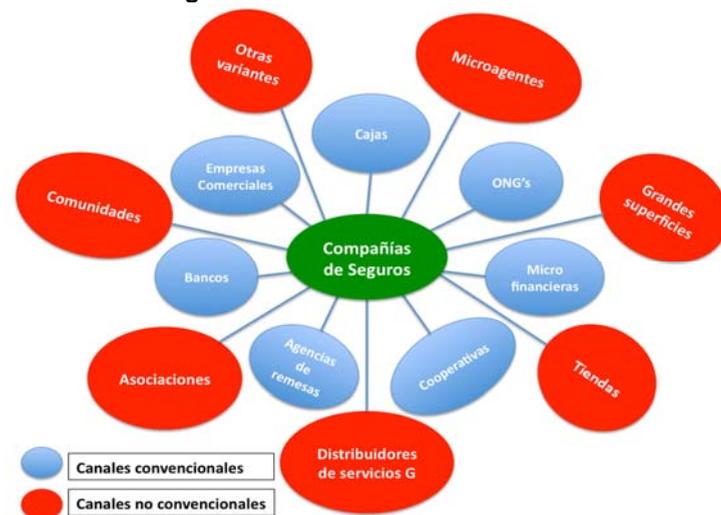
Los flujos no son solo de primas y beneficios, como se representa en la figura, sino que los flujos abarcan toda una serie de relaciones operativas y funcionales, que se derivan del compromiso que haya asumido cada parte dentro del acuerdo de asociación.

Como variantes del modelo socio agente, atendiendo al tipo de alianzas, tendríamos dos divisiones básicas:

- Canal convencional: Los casos en que la alianza se produce entre el asegurador formal y un banco o una Institución Microfinanciera, en sus distintas variantes.
- Canal no convencional: Cuando los comercializadores son canales singulares; el micro agente, tiendas minoristas, distribuidores de servicios generales, grandes superficies, comunidades, asociaciones profesionales, etc.

Como visualización de las distintas posibilidades de asociación, dentro del esquema socio agente, tendríamos:

**Figura 43:** Canales de comercialización



Fuente: Desarrollo propio

En el centro tenemos al asegurador, quien asume el riesgo y cierra un convenio con los comercializadores; canales convencionales y no convencionales.

La aplicación de este modelo da respuesta y solución a muchas de las barreras que afectan al desarrollo del mercado de los microseguros, destacando la aportación de los canales no convencionales en América Latina.

Relacionamos aspectos que aporta el modelo:

- Acceso a las zonas distantes y de difícil comunicación.
- Es la alternativa a la creación de una red de distribución propia, evitando los costes correspondientes.
- Aporta una mayor confianza al colectivo con el que se relaciona. Su cercanía es un aspecto diferenciador positivo.
- Permite el acceso a un mayor conocimiento de las necesidades del colectivo, facilitando la configuración de la demanda y la respuesta del producto.
- Supone un mayor conocimiento del colectivo para el asegurador, quién tiene un aliado que le puede trasladar información relevante de la vulnerabilidad de ese colectivo, necesario para la configuración de aspectos clave como la prima de riesgo.
- Se simplifica todo el proceso de venta, contratación, recaudo de las primas y proceso de indemnizaciones.

## **4.2 EL MODELO SOCIO AGENTE EN LOS MERCADOS DE COLOMBIA, PERÚ Y BRASIL**

Tras una visión general de los microseguros en América Latina y en los tres mercados del estudio, vamos a centrar este capítulo en las modalidades de comercialización y la problemática de acceso que presenta el mercado de los microseguros en Colombia, Perú y Brasil.

Como punto de partida, señalar algunos aspectos comunes de la comercialización de los microseguros en los países del estudio:

- Modelo socio agente como referente. Supone la implantación del modelo socio agente, en sus distintas manifestaciones, con alianzas que se desarrollan entre diversos intervinientes, ajustándose a las particularidades de cada programa.

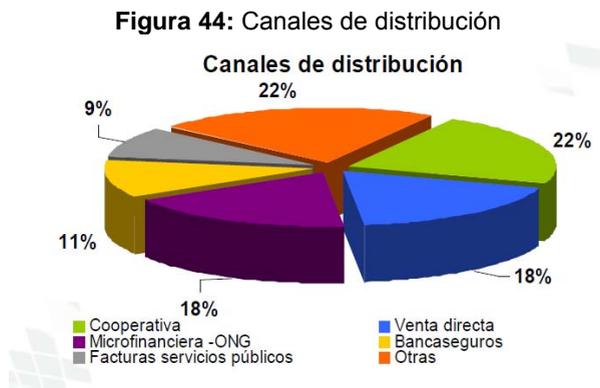
- No siempre tenemos solo al asegurador y al comercializador, sino que puede haber otros intervinientes, como las empresas de tecnología, bróker, líder local, otros
- Ajuste singular de la actividad microaseguradora por programas. La actividad microaseguradora ha de ajustarse por programas, de forma que contemplen las singularidades del colectivo y sus requerimientos.
- Es muy difícil, y no tendría sentido aplicar formulas generales ante requerimiento singulares.
- La sostenibilidad como motor de crecimiento. Se tienen asumidos los criterios de sostenibilidad, como base de continuidad de la actividad microaseguradora, siendo este un objetivo claro y principal, dado que la accesibilidad no se podría mantener si el programa no es sostenible.
- La clave está en alcanzar el equilibrio, sin caer en márgenes elevados o pérdidas insostenibles.
- La Innovación y la tecnología como soluciones. Experimentación de diferentes actuaciones singulares de innovación operativa y técnica que están siendo un referente mundial de buenas prácticas.

#### 4.2.1. Colombia

##### A) Canales de comercialización

Destaca el papel que han desempeñado los múltiples canales de distribución en el desarrollo de los microseguros en Colombia, permitiendo reducir los costes de comercialización, clave para hacer las primas más accesibles.

Vamos a ver en el siguiente gráfico el peso que tienen los distintos canales.



Fuente: FASECOLDA, 2007

Si excluimos la parte de venta directa, tenemos que el 82% restante sigue el modelo socio agente, mayoritario en la comercialización de los microseguros en Colombia.

Como primer canal de comercialización, a destacar en este mercado, tenemos a las cooperativas, con un peso singular del 22%, y una alta representatividad en productos como el microseguro de exequias.

Igualmente, dado su potencial de crecimiento, subrayamos el papel del canal banca seguros, que representa un 11%, con una tendencia al alza.

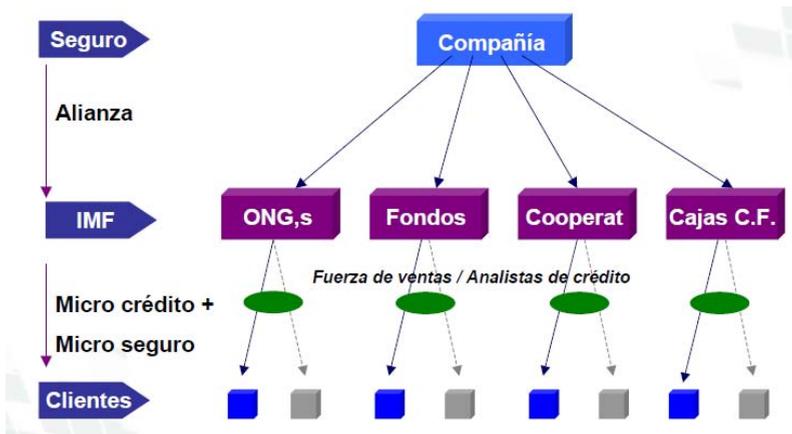
El papel de las ONG y las Instituciones Microfinancieras mantiene un nivel destacado, con un 18% de cuota de mercado, y con una línea de crecimiento constante.

Como canal de comercialización atípico, destacar el desarrollo en los últimos años del papel de las distribuidoras de servicios públicos, que representan el 9% del mercado, y que realmente acercan los productos de microseguros a toda la población de bajos recursos, en base a alianzas con las aseguradoras<sup>19</sup>.

Como ejemplo de éxito en la comercialización mediante distribuidoras de servicios públicos tenemos el caso Codensa, reconocido a nivel internacional, y sobre el que tendremos ocasión de profundizar en el apartado 5.

Seguidamente, incorporamos las distintas manifestaciones del modelo socio agente con un gráfico de relaciones.

**Figura 45:** Operativa por redes de comercialización en Colombia



Fuente: (Fasecolda 2007)

<sup>19</sup> En los datos del 2010, que aportamos más adelante, veremos como el canal de distribuidores de servicios tiene un crecimiento exponencial.

Aquí podemos distinguir, a la izquierda, el desarrollo de la alianza típica entre la compañía aseguradora y la Institución Microfinanciera, basada en los microseguros ligados a los microcréditos, que en muchos casos son obligatorios para la concesión de la facilidad crediticia.

Por otro lado, tenemos la alianza que se establece entre otros operadores de la actividad de comercialización, los canales no convencionales, donde entran en juego las fuerzas de ventas correspondientes a cada comercializador singular.

## B) Aspectos regulatorios

En Colombia no hay ninguna regulación específica sobre los microseguros, por lo que todo el proceso de comercialización sigue la pauta del tratamiento general de los seguros.

El asegurador es el responsable, frente al titular de la póliza, de la cobertura de los riesgos derivados de ella, así como de las relaciones derivadas de los procesos de comercialización, que solo afectan a la transacción comercial entre el canal y el asegurador, manteniéndose la relación contractual directa entre el asegurador y el cliente.

En cuanto a la posición del Regulador respecto a los canales de comercialización, la Superintendencia reitera, en diversas respuestas, su posición de no involucrarse ni en las líneas de negocio de las compañías ni en sus modelos de comercialización, afectando esto último a los canales de distribución, que no dan un tratamiento distintivo a los microseguros (CGAP, 2005).

Como reseña destacada, mencionar la normativa de Cooperativas, *La Ley 79 de 1988*, que excluye a las compañías de seguros que tienen la forma de Asociación Cooperativa de la aplicación de la regulación en materia de intermediación de seguros.

La ley de Cooperativas es relevante, en la medida en que son las Asociaciones Cooperativas las más activas en el desarrollo e implantación de los microseguros, 22%, como hemos visto.

En la última reforma, del 2009, ya se incluyen algunas Cooperativas dentro del ámbito de la regulación general de intermediarios de seguros.

### 4.2.2. Perú

#### A) Proyectos innovadores en la comercialización

El desarrollo de los microseguros en Perú es un referente internacional, resultado de los programas exitosos que se han puesto en marcha, en los que se han incorporado iniciativas innovadoras con contenidos tecnológicos y

modelos de distribución mediante canales de comercialización no convencionales.

Estos programas que hemos mencionado han logrado alcanzar niveles de eficiencia suficientes, que han hecho compatibles los criterios de sostenibilidad con cuotas accesibles para el segmento de bajos recursos.

A continuación, vamos a reflejar el contenido de tres programas especiales, publicados en distintos estudios, que nos pueden servir de reflejo del proceso de innovación que se lleva a cabo en el sector de los Microseguros en Perú.

- *Proyecto singular aprobado por el Fondo para la Innovación en Microseguros de la Organización Internacional del Trabajo, OIT, en Perú.*<sup>20</sup>

#### *Características del proyecto:*

Se denomina este proyecto como “*Concepto y comercialización de productos de microseguros para los agricultores y sus familias a través de Asociaciones de Recursos Hídricos en zonas rurales*”. El inicio del proyecto está fechado en Septiembre del 2008 y con una duración prevista de tres años.

#### *Miembros Asociados:*

*Compañía de Seguros la Positiva:* Compañía General de Seguros, fundada hace 70 años, con 2 millones de clientes y cobertura mediante agentes en la mayor parte del país. La Positiva se inició en el segmento de los microseguros en 1988, siendo un referente de prácticas innovadoras a nivel nacional e internacional.

*Junta Nacional de los Distritos de riego de Perú:* Creada en 1969, se trata de una organización nacional, agrupada en 112 Asociaciones locales repartidos por todas las provincias, manejando, sin ánimo de lucro y bajo la supervisión del Ministerio de Agricultura, la distribución del agua para labores de riego en todo el país. La Junta representa a las Comunidades Agrícolas, siendo un actor clave en el desarrollo rural del Perú (tiene 1,6 millones de miembros).

*Brightstar Perú:* Empresa de tecnología informática, creada en 1997 y especializada en redes de tecnología de comunicaciones.

#### *Proyecto*

Se trata de poner a disposición de 1,6 millones de familias productos de seguros, ofrecidos por la aseguradora La Positiva a través de las asociaciones que gestionan los recursos hídricos (a todos los miembros de estas asociaciones).

---

<sup>20</sup> Web

[http://www.oit.org.pe/portal/index.php?option=com\\_content&task=view&id=2220&Itemid=1305](http://www.oit.org.pe/portal/index.php?option=com_content&task=view&id=2220&Itemid=1305)

Este colectivo, al cual se le va dar accesibilidad a productos de seguros, no opera ni con bancos ni con I.M.F por lo tanto es únicamente mediante la colaboración con estas organizaciones de base, muy relacionadas y de confianza de las comunidades locales, a través de las que la aseguradora puede llegar a ellos.

La aseguradora tiene previsto, en colaboración con las Asociaciones de Recursos Hídricos, analizar la demanda y necesidades específicas de los asociados a fin de diseñar productos que respondan a sus necesidades reales, incorporando un plan de concienciación, informativo, de lo que supone contar con un seguro.

La parte de recaudación de primas se simplifica, dado que se incorporan a las facturas por los servicios de aguas, buscando crear un modelo operativo básico.

El papel de Brightstar Perú es fundamental, dado que desarrolla todo el programa de comunicaciones para el intercambio y manejo de datos entre las asociaciones locales y el asegurador.

Básicamente, la parte tecnológica proveerá de un sistema que extienda la oferta a todo el colectivo, facilitando la comunicación y rebajando al máximo los costos, con un alto nivel de eficiencia.

#### *Conclusión:*

Este proyecto supone un paso importante en la innovación respecto a los canales de distribución y la contratación masiva, incorporando altos niveles de tecnología de comunicaciones que mejoran la eficacia de los servicios, con un ahorro de costos repercutido en las primas.

Gracias a este proyecto, se logra la accesibilidad de un colectivo muy importante, que es desconocedor de las bondades del seguro y sin cultura ni experiencia financiera alguna.

Estamos ante un buen ejemplo de innovación del canal de comercialización, totalmente distinto al habitual del microseguro ligado a otros productos financieros comercializados por las Instituciones Microfinancieras.

➤ *Programa Piloto en Perú para los algodóneros de Pisco. (Munich Re Foundation 2008 –Steve Boucher-Microinsurance conference, 2008))*

#### *Características del proyecto: (Munich Re 2008)*

Parte del análisis de la demanda y el diseño de un producto específico para el colectivo de algodóneros de Pisco, simple en cuanto a la operativa, con unos costes de distribución mínimos y canalizado a través de un comercializador de fuerte implantación y confianza en el colectivo, la Caja Rural Señor de Luren.

Dentro del programa se promueve la formación a los miembros del colectivo, al efecto de que puedan valorar los beneficios que supone la oferta del producto.  
*Miembros asociados.*

El asegurador es la compañía de seguros la Positiva, a la que ya hemos hecho referencia en el proyecto anterior.

El canal de distribución es la Caja Rural Señor de Luren, una Institución Microfinanciera ubicada en Pisco.

Los asegurados son los algodonereros de Pisco, que tienen una relación directa con la Caja Rural Señor de Luren.

*Proyecto:*

Se trata de diseñar un producto idóneo, contando con la colaboración complementaria de los departamentos de investigación de la compañía de seguros y las comunidades de algodonereros.

El producto inicial fue diseñado por la Universidad de Wisconsin y el Instituto de Estudios Peruanos, incorporando posteriormente las modificaciones correspondientes.

Se establecen talleres formativos para los algodonereros, trasladándoles el conocimiento e información suficiente, para que puedan valorar la relación entre el coste y el beneficio que supone contar con el seguro que se ha diseñado específicamente para ellos.

*Conclusión.*

En esta prueba piloto se mezcla la parte de instrucción en aspectos de seguros, con el diseño específico de un producto que responda a sus necesidades.

Esto solo es posible gracias a una comunicación directa con el colectivo y la utilización de un canal de distribución, en este caso la Caja rural, con un alto nivel de cercanía, conocimiento y confianza respecto a este grupo de asegurados.

➤ *Programa “Mi Taxi”, modelo de seguros compuestos, promovido por la Corporación Financiera de Desarrollo S.A. –COFIDE- (Jiménez, 2007).*

El objetivo de este programa es la facilitación de financiación para renovar la flota de taxis, pasando a los modelos de combustibles de gas.

Será la Corporación Financiera de Desarrollo la que impulse los microcréditos para los microempresarios del taxi, incorporando otros servicios añadidos, donde tienen cabida, de forma especialmente relevante, los microseguros.

Se trata de un innovador esquema tecnológico donde el prestatario del microcrédito, cada vez que recarga y paga la factura de combustible, estará, gracias a la tecnología de un chip, pagando la cuota mensual del crédito.

A mayores de la cuota del crédito, en dicho pago se incluyen las aportaciones mensuales para el plan de pensiones de jubilación, microseguro de accidentes, y microseguro médico familiar, consiguiendo así una contratación masiva que supone dar cobertura a 250.000 taxistas y sus familias.

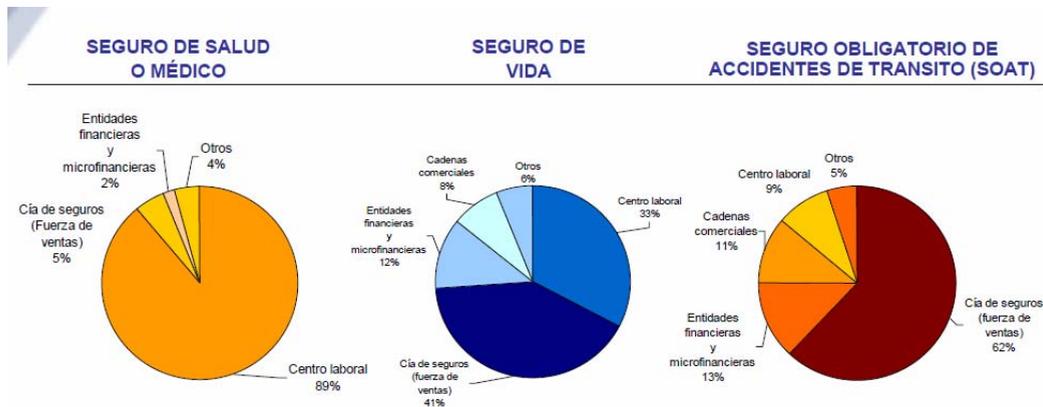
Mediante esta operativa se da acceso a este colectivo que antes trabajaba sin ninguna cobertura, de manera informal, al margen totalmente de cualquier modelo de previsión y asistencia.

Este esquema de contratación y de pago de cuotas es totalmente innovador, favoreciendo el desarrollo del microseguro y de la cultura del aseguramiento en un país que carece de referentes en esta industria.

### B) Canales de comercialización

La distribución de los microseguros en el Perú se configura según se aprecia en la figura 46, con los pesos correspondientes en cada ramo.

**Figura 46:** Canales de comercialización de los microseguros



**Fuente:** IPSOS Apoyo, Opinión y Mercado. (Manuel Peña 2007)

Si seguimos el análisis de pesos del canal de comercialización, por tipología de microseguro, llegaremos a las siguientes valoraciones:

- *Seguro de salud o médico.* El modelo socio agente representa el 95% del total de la comercialización ya que tan solo el 5% se comercializa mediante las propias fuerzas del asegurador.

El comercializador básico, que representa el 89% del total, es el que se ubica en el mismo centro laboral, lo cual significa que la comercialización va relacionada directamente con las relaciones laborales o su entorno.

- *Seguro de vida*: El modelo socio agente representa el 59% del total de los microseguros comercializados en esta modalidad, siendo el restante 41% comercializado mediante las propias fuerzas de venta del asegurador.

Las entidades financieras y micro financieras representan un peso del 12% y, sobre todo, están centrados en los microseguros de vida de amortización de microcréditos, siendo en muchos casos obligatoria su suscripción.

La comercialización vía cadenas comerciales y distribuidores de servicios representa un 9%, con un alto potencial de crecimiento.

Destaca, nuevamente, el peso significativo de la contratación en los centros laborales, siendo esta una singularidad reseñable.

- *SOAT*: En el caso del SOAT, que ya no sería propiamente un microseguro, las propias fuerzas del asegurador representan el 62%, siguiéndoles en peso las entidades financieras y micro financieras, con un 13%, y las cadenas comerciales con el 12%.

Hemos de mencionar que este tipo de seguro no debería incluirse como microseguro, al no estar centrado en el segmento de la base de la pirámide, siendo un producto que se sale de las referencias que manejamos.

Si nos centramos en los microseguros de vida, que son los más típicos del mercado de los microseguros, podemos confirmar que las dos líneas de mayor potencial de desarrollo las tenemos en el canal de las instituciones financieras o micro financieras, representando el 12%, y las Cadenas comerciales y distribuidores de servicios, con el 9%.

Estos dos canales de comercialización son los que más ahorros de costes pueden representar, en la medida en que sus redes de distribución pueden optimizar sus recursos, comercializando los microseguros.

### C) Aspectos regulatorios

En Perú el regulador ha establecido una normativa específica respecto a la actividad y el mercado de los microseguros, incluyendo la comercialización.

Tenemos como normativa concreta la que relacionamos a continuación:

- *La normativa de Comercialización y distribución*: Aprobada en resolución del SBS N° 510 2005. Se contempla la venta directa, a través de corredores de seguros o por medio de un contrato de comercialización.

*Creación de agentes especializados, corresponsales no aseguradores, que deberán contar con establecimientos de comercio especiales.*

- *Resolución SBS 14283- 2009 que aprueba el nuevo Reglamento de los Microseguros.*

*Según el nuevo texto, se define lo que son los microseguros, como un seguro que brinda protección a la población de bajos ingresos frente a los siniestros de los que se deriven pérdidas por riesgos humanos o patrimoniales.*

*Los operadores que presten productos de microseguros han de estar regulados y autorizados por la SBS, contemplándose la doble contratación, en la modalidad individual y en la de grupo (anexo 1).*

#### 4.2.3 .Brasil

##### A) Singularidades

- Las Instituciones Microfinancieras como precedente:

En el mercado brasileño tiene especial relevancia el desarrollo del canal micro financiero y el micro crédito como producto clave.

Como consecuencia de la actividad microfinanciera, se deriva el desarrollo de los microseguros relacionados con los microcréditos, siendo en muchos casos obligatorios para su concesión.

Dada la singularidad del desarrollo de las microfinanzas en Brasil y su influencia en los microseguros, avanzamos algunos apuntes relevantes:

- Programa UNO: Unión del Norte para la asistencia a pequeñas Organizaciones. Este es un proyecto público para el sector informal de la economía brasileña, facilitando financiación para las personas con actividades por cuenta propia.
- El programa UNO está basado en una asociación civil, sin fines lucrativos, que cuenta con la colaboración de la organización Acción Internacional, AITEC.
- Década de los 80: Experiencias en los Centros Especiales de Apoyo a Pequeños Emprendedores, CEAPE, dirigidas exclusivamente a la financiación de los microemprendedores.
- Segunda mitad de la década de los 90: Periodo de expansión en el que se desarrollan las políticas locales, siendo algunos municipios los que crean

Instituciones Comunitarias de Crédito, ICCs, con el objetivo de fortalecer la expansión de los microcréditos.

El Gobierno Federal implanta el programa Crediamigo, a través del Banco del Noroeste de Brasil, y las organizaciones sin fines lucrativos pasan a actuar bajo la cobertura de la ley 9.790, de 1999, obteniendo la calificación de OSCIP's, Organizaciones de Sociedades Civiles de Interes Público.

El Banco del Noroeste de Brasil, BNB, desarrolla productos destinados a consumidores de baja renta.

Un estudio del 2006 apunta a que este producto representa el 60% de los microcréditos del país y era, en ese momento, el segundo mayor de América Latina, con el 61% de los clientes por debajo del umbral de pobreza.

- Ley 10.194 de 2001: Permite la constitución de los SCM, Sociedades de Crédito a los Microemprendedores, para atender las necesidades financieras de los emprendedores de bajas rentas.

En 2001 un grupo de 50 organizaciones de Sociedades Civiles fundan ABCRED, que pasa a componer la organización de un Sistema Nacional de Financiación de la Economía Popular. Se multiplican las redes de corresponsales bancarios.

- En el 2003, mediante la Medida Provisoria 226/2004, se instituye el PNMPO.<sup>21</sup>

Actualmente sigue en vigor el Programa Nacional de Microcrédito productivo orientado, PNMPO, que fue instituido por la ley 11.110, de 25 de Abril de 2005, y canalizado via bancos oficiales, como la Caixa Económica Federal y el Banco de Brasil.

➤ Situación actual:

Como potencialidad del microseguro, tenemos un estudio reciente del Banco Central, referido al microcrédito productivo, que indica que las clases entre la E y H son los clientes potenciales de los productos microfinancieros, personas que reciben hasta tres salarios mínimos per cápita, de más de 10 años de edad.

Los microseguros de vida irían ligados al microcrédito productivo, aprovechando el coincidente potencial de crecimiento.

---

<sup>21</sup> Programa Nacional de Microcrédito Productivo Orientado, aprobado por el Congreso Nacional algunos meses después, coincidiendo con el año internacional del microcrédito del 2005.

Este colectivo, al que hace referencia el estudio del Banco Central, representa el 80,6% del país con 87 millones de personas, de las que el 40,3% podría demandar créditos y microseguros, lo cual cifra el mercado potencial del microseguro, ligado al microcrédito, en 35 millones de habitantes.

Las IMF, bancos para el segmento de menores ingresos, que ya conceden microcréditos y otros servicios a dicho segmento, así como las empresas de servicios públicos, con su eficiente red que permite la inmediata comercialización de los microseguros, constituyen los pilares clave para el desarrollo del sector de los microseguros.

Si les añadimos la figura de los agentes bancarios y de seguros, y los establecimientos minoristas, configuramos básicamente los diferentes participantes del modelo “Socio agente” en Brasil.

No cabe duda del interés y esfuerzo de las IMF por desarrollar la actividad microaseguradora, especialmente en los seguros de vida de amortización del crédito, donde el producto incorpora un valor adicional de rebaja del riesgo para dichas entidades.

Reforzando esta línea de actuación de las IMF, el Gobierno influye directamente por medio de la normativa legal, que obliga a los bancos a redireccionar recursos para los microcréditos, como es el caso de Credi Amigo, del Banco del Nordeste (especialmente activo, el Real Santander).

Visto lo anterior, no sería descabellado un plan general de potenciación de los microseguros, a semejanza del que está operativo en materia de microcréditos, quedando abierto la opción del modelo de negocio que se quiera seguir.

## B) Canales de comercialización

Visto el papel de las Instituciones micro financieras y el desarrollo de los microcréditos, pasamos a hacer una revisión de los distintos operadores que comercializan los microseguros, en su mayoría dentro del modelo socio agente.

### ➤ Fuerzas de venta propias del asegurador

Normalmente esta alternativa es desechada, salvo en casos excepcionales, dado su alto coste, siendo poco operativa para el sector de los microseguros (modelo de gestión integral).

### ➤ Agentes independientes

Esta opción permite una comercialización más eficiente, dado que es viable alcanzar una red de ventas con suficiente capilaridad y bajo coste.

Brasil cuenta con una densa red de corresponsales donde se pueden realizar pagos bancarios o en metálico (variante de modelo Socio agente).

➤ Líderes comunitarios

Estaríamos ante una figura de comercializador de microseguros “*singular*”, dado que estos líderes grupales tienen el apoyo de una asociación de residentes, donde mantienen un alto grado de credibilidad, pero sin olvidar que han de estar bajo la dependencia de un Corredor.

➤ Las grandes redes bancarias

Aquí incluimos tanto al sector público como al privado, con relaciones de clientela basadas en la confianza y la experiencia, aportando unos costes bajos y una amplia implantación.

Dado que estas entidades cuentan con grandes carteras de clientes de bajas rentas, vinculados en la mayoría de casos mediante créditos, conocen las necesidades del segmento, las capacidades y la generación de los flujos de ingresos.

Dentro de este capítulo, incluimos a los corresponsales bancarios, como canal de gran capilaridad, superando en número al de las agencias bancarias.

➤ Empresas concesionarias o proveedores de distribución de servicios públicos

La SUSEP admite la comercialización a través de estos canales alternativos, siendo distribuidores de casi la totalidad de los domicilios de bajas rentas, como es el caso de las suministradoras de energía eléctrica.

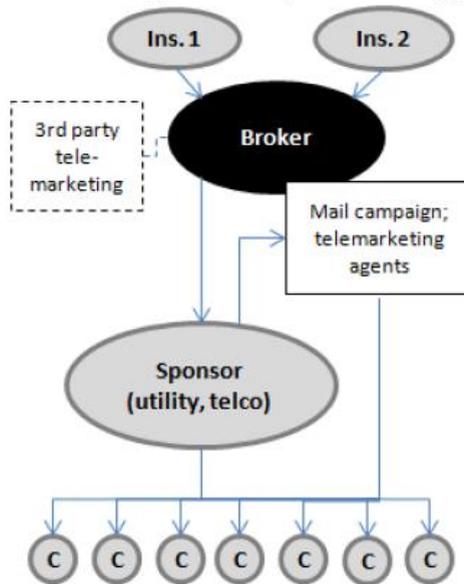
Este canal permite realizar, con un bajo coste, los procesos de venta y contratación, así como el recaudo de las primas.

Hay que tener en cuenta que el 85% de la población vive en zonas urbana y la mayoría cuenta con acceso a servicios públicos. Esto supone contar con una amplia base de datos y un volumen grande de titulares a los que se puede acceder de forma masiva.

Representamos, seguidamente, un esquema operativo de este modelo, dadas las particulares características del mismo.

**Figura 47:** Esquema del canal de distribuidores de servicios públicos

**Database sales model non-retailer (e.g. utilities, telcos:through direct mail, telemarketing)**



**Fuente:** CENFRI 2010

En este modelo, el bróker llevaría el peso en cuanto a la parte de marketing, y el sponsor pondría a disposición del asegurador la base de clientela y el sistema de recaudo, que iría ligado a las emisiones de recibos de los servicios que presta.

El asegurador se encarga de asumir el riesgo, diseñar el producto y establecer la parte administrativa y de control, así como el pago de las reclamaciones, con la máxima celeridad.

La comercialización por este canal rebaja de forma importante los costes de recaudo de las primas y la parte de contratación, que sería masiva.

*Norma legislativa a tener en cuenta:* A partir del 2011 no se va a poder comercializar, como hasta ahora, los seguros mediante los distribuidores de servicios, en cuanto que el recaudo no podrá materializarse incluyéndolo en los recibos de los servicios.

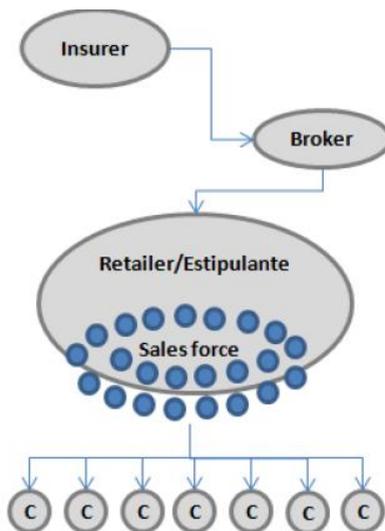
#### ➤ Canal Internet

Este es el desarrollo de futuro, que pasa por la inclusión digital del segmento de bajas rentas. El acceso al teléfono móvil, ya generalizado, va a suponer un avance importante para activar este canal.

➤ Canal minorista

Dado el especial desarrollo del canal “minorista”, vamos a incorporar un gráfico de cómo se manifiesta, basado en el último estudio del Centro de Regulación Financiera e Integración (CENFRI 2010).

**Figura 48:** Estructura operativa del canal minorista



Fuente: Estudio CENFRI 2010

En este modelo de distribución, tenemos la figura del bróker, el asegurador y la cadena de distribución, con diferentes cometidos.

El asegurador diseña el producto, atendiendo a la información que recibe del minorista, asume el riesgo y paga las comisiones a la cadena minorista.

La cadena minorista se encarga de la parte de contratación, marketing y venta, a su propia base de clientela, así como del recaudo de las primas y la parte administrativa relacionada con la misma.

La labor de la cadena minorista, apenas le genera costes adicionales ya que el proceso se apoya en su propio sistema de pagos a plazo, donde se incrementa la cuota con la parte del microseguro.

Las comisiones que cobran en concepto de venta de microseguros representan una parte muy significativa de los beneficios de la cadena minorista.

Dada la singularidad y el fuerte desarrollo de este canal en Brasil, vamos a analizar sus orígenes y evolución, por etapas, hasta nuestros días.

Primera etapa: En el contexto de la activación económica de 1998, con la emisión del nuevo real, empieza a elevarse el peso de los seguros en relación con el PIB, que del 1,6% de ese momento llegará hasta el 3,6% actual, y se inician los acercamientos entre los corredores de seguros y las cadenas minoristas a fin de diseñar un modelo de contratación de seguros que les pueda ser de utilidad y que pueda ser comercializado por ellos.

Segunda etapa: Se inicia el primer programa de comercialización por el canal minorista, con 40 centros y 2,5 millones de consumidores potenciales.

La operativa de este primer programa es el siguiente: El minorista financia las compras y entrega una tarjeta propia, tarjeta-cartón, de forma que tienen que pasar a realizar los pagos aplazados pendientes, y lo que se hace es incluir un seguro relacionado, que no libera del riesgo a la tienda.

Esta contratación genera ingresos adicionales al minorista, vía comisiones que paga el asegurador<sup>22</sup>.

Un aspecto a considerar de este canal especial de comercialización es que no existe un control ni del Banco Central ni de la SUSEP, siendo algo que surge naturalmente en el mercado, fruta de la oferta y la demanda.

El mercado de los minoristas lo calculan, inicialmente, en más de 6 millones de personas, que puede llegar hasta la cifra de los 40 millones de consumidores.

Para hacernos una idea de la importancia de este canal, indicar que en Brasil hay aproximadamente 27.000 tiendas minoristas, de las que el 80% son supermercados.

En cuanto a las cadenas minoristas más representativas, que facilitan pago a crédito y son más activas en los acuerdos con las aseguradoras, las 10 más grandes sumaban 2503 tiendas en el 2006, destacando Casas Bahía, con 500 tiendas, Ponto Frio, con 369 tiendas, Lojas Colombo, con 360 tiendas, Lojas Pernambucanas, con 238 tiendas y Magazine Luiza, con 350 tiendas, según datos del estudio de PWC del 2007 (CENFRI 2010).

#### ➤ La combinación de distintos canales

Lo habitual es la compatibilización de diferentes canales y lo excepcional la utilización de un único canal. Habrá que estar a la particularidad de cada programa.

#### ➤ SUSEP y los canales de distribución

En los trabajos preparatorios de la SUSEP se enumeran más de siete canales de distribución: los bróker, las iglesias, las cooperativas, las ONG, los bancos,

---

<sup>22</sup> En este momento suponen unos ingresos adicionales de primer orden para el minorista

los corresponsales bancarios, las tiendas minoristas, los proveedores de servicios públicos, servicios funerarios, las compañías de capitalización y otros varios.

### C) Aspectos regulatorios

Destacamos las siguientes circulares emitidas por la SUSEP que buscan promover la comercialización de los microseguros:

- Circular SUSEP 267/2004 sobre el seguro de vida de grupo, de carácter popular. En esta circular se establecen las condiciones generales y los parámetros específicos de este producto.
- Circular SUSEP 306/2005 sobre el seguro popular del automóvil, en el que se incluyen las condiciones generales estandarizadas para el ramo.
- Otras medidas de incentivo: Decreto 5.172/2004, que reduce el impuesto sobre operaciones financieras, IOF, para el ramo de vida, que pasa del 7% al 2% quedándose en el 0% a partir del 2006 (se revoca en el 2007).

En general se aplica la normativa de los seguros, con algunas variantes que afectan al pequeño importe, como la simplificación de las pólizas, las mínimas exclusiones, los pagos de indemnizaciones en plazos máximos, etc.

Destacamos, como aspectos regulatorios que afectaran a la comercialización, la normativa sobre los bróker de microseguros, al contemplarse la creación de esta figura, especificando las características requeridas, así como las técnicas que se exigen para operar en el mercado de microseguros.

En Brasil se estaba concluyendo el proceso de regulación de los microseguros, a la fecha de la visita, aplicándose la normativa genérica de los seguros.

Tan solo, de forma colateral, podemos detectar un mínimo tratamiento singular de los seguros de bajo importe basado en las políticas explícitas que el Gobierno Brasileño estableció para la promoción de las micro finanzas, en las cuales se incluye el aprovisionamiento de los seguros para la población de bajo ingreso.

En vista de esto, podemos concluir que el canal de comercialización a través de las IMF está reconocido, aunque no formalmente regulado como tal.

La SUSEP, a la fecha de la visita, estaba trabajando en la futura reglamentación de la actividad microaseguradora. La nueva normativa se ha aprobado con fecha de 29 de Noviembre del 2011, Resolucao del Conselho Nacional de Seguros Privados nº 244, pendiente del desarrollo reglamentario a cumplimentar por la SUSEP en el primer semestre del 2012. Incorporamos el borrador de trabajo de la SUSEP en el momento de la visita, Diciembre del 2010. (anexo 2).

Dentro del desarrollo normativo, se contempla la relación entre los distintos operadores en el mercado de los microseguros, así: los aseguradores, los consumidores y los intermediarios intervinientes en la comercialización.

## 5

### TRABAJO DE CAMPO EN COLOMBIA, PERÚ Y BRASIL

Al efecto de poder trasladar la información recabada en las visitas del trabajo de campo, manteniendo la confidencialidad, hemos seguido un sistema identificativo del país, así; C sería Colombia, P Perú y B Brasil.

La identificación de los operadores la hacemos asignando una letra del alfabeto griego, inicial, clasificando los programas de microseguros de cada operador, por orden numérico, ejemplo CA1 sería el primer programa, 1, del operador Alfa, A, de Colombia, C.

En la representación gráfica y análisis de los indicadores económicos y sociales (Wipf y Garand, 2008), hemos identificado los programas con unas claves nominales, que figuraran igualmente en el apartado de la visita de campo, al efecto de poder relacionarlo con la misma y aportar una visión de conjunto del programa, siguiendo con el ejemplo anterior; CA1. (Co), el (Co) se refiere al identificador en el gráfico de indicadores del punto 5.5.

Respecto a la información sobre los indicadores del punto 5.5, señalar que incorporamos los datos de los 16 programas que nos han facilitado información, sobre el total de los 38 analizados.

Valoramos positivamente el nivel de información y datos, recabados de las fuentes primarias, a pesar de las diferencias en la cantidad y calidad de las mismas y los sesgos parciales de algunos operadores, dada la especial reserva de los mismos a facilitar datos cuantitativos, claves para su actividad de negocio en un entorno altamente competitivo.

#### 5.1 Planificación

La planificación del trabajo de campo se inicia con la preparación de la agenda de visitas en cada país, seleccionadas en razón de la representatividad de cada operador en el mercado de los microseguros.

El interlocutor habitual en las entrevistas suele ser el directivo responsable de la actividad microaseguradora, que en muchos casos está englobada en la parte de canales alternativos o contratación masiva, dependiendo de la estructura y organización interna del operador a visitar.

En cuanto a la metodología, tenemos tres fases;

- La entrevista personal, con los operadores e instituciones seleccionados y con las personas clave en los mismos.

- Cumplimentación de un formulario general de actividad.
- Remisión de la tabla de indicadores, para trasladar los datos de los programas vigentes en cada asegurador.

El inicio de la entrevista se centra en aspectos generales del operador, en la mayoría de casos una compañía aseguradora tradicional de relevancia en el mercado local, pasando posteriormente a tratar el negocio de lo microseguros, las dificultades que entraña este mercado y las soluciones que ha implantado el operador para lograr superarlas.

Seguidamente se pasa a hacer un contraste de los programas de microseguros que tienen operativos, recibiendo información de los mismos y los aspectos que el operador considera críticos para alcanza una grado significativo de accesibilidad al segmento, cumpliendo los requerimiento de sostenibilidad y margen de beneficio.

Se hace mención expresa de las innovaciones que van incorporando a sus programas, así como la estructura de costes que manejan, los canales de comercialización y las inversiones necesarias para la puesta en marcha de los programas de microseguros.

Se finaliza la entrevista, solicitándoles la cumplimentación de los documentos de indicadores económicos y sociales, por programas, así como una ficha de datos básicos (anexos 4 y 5).

En unos casos, la respuesta es positiva, y en otros se reservan la información, por motivos de confidencialidad interna.

Las fechas del estudio de campo fueron del 2 de Junio al 10 de Junio, en el caso de Bogotá y Lima, y del 29 de Noviembre al 4 de Diciembre, en la visita a Sao Paulo y Rio de Janeiro.

**Tabla 17:** Visitas realizadas

<b>País</b>	<b>Fecha</b>
Colombia	Del 2 al 5 de junio
Perú	Del 6 al 10 de junio
Brasil	Del 29 de noviembre al 4 de diciembre

Dentro de cada país, las compañías e instituciones visitadas han sido.

**Tabla 18:** Operadores e instituciones visitadas

<b>Colombia +50%</b>	<b>Perú 86,5%</b>	<b>Brasil +50%</b>
MAPFRE FASECOLDA Seguros Liberty Aseguradora Solidaria Seguros Colpatria Aseg. Colseguros	MAPFRE Superint. Bca y Seguros. Pacífico La Positiva Invita Caja Nuestra Gente	MAPFRE SINAF CNSeg SUSEP Chubb Classic. Marítima Seguros Sul América Bradesco Cardiff ACE

Los programas que sirven de referencia, a efectos enumerativos, son:<sup>23</sup>

**Tabla 19:** Programas de referencia, por operadores

<b>Colombia</b>	<b>Perú</b>	<b>Brasil</b>
MAPFRE Codensa Casa Luker Bancoldex. Cajas C. CAFAM Almacenes SI Telesentinel Triple A Aguas de Manizares Distribuidora Rayco Fanalca Crezcamos A.Solidaria S.Exequial A.Colseguros Comfamiliar S. Liberty Distribuidora de gas. S.Colpatria P.Carrefour P. Falabella P. Homsentry P. Surtigas P. Cooperativa Educ.	MAPFRE Caja R. Nuestra Gente C.M.A.C.Sepelio Paita Seguro Magisterial Pacífico Mención programas La positiva Mención programas Invita Mujer Segura Micro financiera Prisma Pro Mujer	MAPFRE Casas Bahía Credi Amigo Banco Fibra Telefónica PASI CNSeg Estou Seguro SINAF S.Funeral Bradesco Tranquilidade Familiar Primeira Protecao Vida Segura Bilhete Residencial

<sup>23</sup> En el análisis de los programas, no se sigue el orden de la enumeración anterior, manteniendo la confidencialidad de datos, sin referencias a elementos identificativos de las mismas

## 5.2. DATOS DE LA VISITA A BOGOTÁ

### 5.2.1. Datos generales

#### A) Apuntes del mercado de los microseguros en Colombia

- Solo el 8,4% de la población de la base de la pirámide tiene cobertura de microseguros.
- Los hogares más pobres y más vulnerables subestiman el riesgo a causa de su escasa cultura financiera.
- La solución a las situaciones de siniestro, en la base de la pirámide, pasa, en primer lugar, por los esquemas informales o los recursos propios (lento cambio de tendencia).
- El gasto familiar en los juegos de azar es el mismo que en los seguros, 2,1%, considerándose a los seguros como un producto de lujo (mínima cultura de aseguramiento).
- El 41% de las compañías de seguros formales ofrecen microseguros, con diferentes modalidades de cobertura.
- La actividad microaseguradora está concentrada en los núcleos urbanos, siendo más problemático el acceso a las zonas rurales (mayores costes de distribución).
- Dado que se busca que las primas sean accesibles, pequeñas, se promueven los modelos de contratación masiva que racionalicen los costes.
- Para rebajar los costes, se desarrollan procesos innovadores, tanto en el diseño de productos como en los canales de distribución.
- El camino que se ha seguido para optimizar el coste de los canales de distribución pasa por mezclar la comercialización de productos financieros con los no financieros, como ejemplo los acuerdos con los distribuidores de servicios públicos.
- La inversión en formación de los colectivos que conforman la base de la pirámide propicia un desarrollo natural de la demanda, razón por la que se incluye este apartado en los programas concretos de microseguros.
- La respuesta a la demanda se enfoca diseñando productos de alta calidad, que respondan a la sensibilidad real del colectivo que se atiende, con la flexibilidad suficiente, tanto en la vigencia como en el recaudo, ajustado a los flujos de ingresos de los asegurados
- Las alternativas de pago contemplan distintas variantes; dinerarias, de bienes, como el bono canasta, o servicios, como los funerarios.
- Se pretende que las pólizas sean amigables, simples y entendibles, con un proceso de reclamo rápido y ágil.
- Como fondo del desarrollo de los microseguros, en relación con los aseguradores formales, se suman las valoraciones de negocio, estratégicas, con las relacionadas con los compromisos de Responsabilidad Social Empresarial.

## B) Datos últimos sobre los microseguros (FASECOLDA)

Se estima en 2,8 millones el número de micro asegurados, con un incremento del 16,4%, comparando abril 2009 con abril 2010, siendo la base de este incremento el crecimiento en los seguros de "Vida Grupo".

El microseguro de Vida Grupo pasó de tener 840.000 asegurados a unas previsiones de 1.500.000 para 2010.

En cuanto a primas emitidas, aumentaron un 48,8%, sin incluir los seguros de exequias, y un 4,4% incluyendo dichos seguros.

El volumen total de primas, en las modalidades que se explotan en microseguros, representa un 4,1% del total de primas del sistema (el 0,66%, si se tiene en cuenta el total de primas emitidas por la industria aseguradora).

Se produce una caída importante en el seguro de exequias, pasando de representar el 48,7% del total, en abril del 2009, al 22,2% en Abril del 2010. La causa de esta caída la encontramos en la entrada en vigor de la Ley de Reforma Financiera, que no admite la indemnización en especie (impacto directo en el seguro de exequias).

Se reduce el costo medio de las primas en un 18% y aumenta el valor promedio asegurado en un 4%, por lo que se ofrece una mayor cobertura por una prima menor.

Aumentan los siniestros en un 20,4%, pero la cuantía promedio baja en un 47%, por lo que el total de los siniestros pagados se reduce en un 36%, lo cual supone que más personas se han beneficiado de las indemnizaciones.

En cuanto a los canales de distribución, destacan las Empresas de Servicios Públicos, las Cooperativas y las Instituciones Microfinancieras

Los SOAT, seguros obligatorios de asistencia en tránsito, no están considerados como microseguros (a diferencia de Perú).

El papel de la Superintendencia financiera es el de dar estabilidad al sistema, mantener la integridad de los mercados y la protección de los consumidores, generando un entorno general de confianza (Augusto Acosta, 2007).

Se libera de la obligatoriedad de formalizar el formato de conocimiento, SARLAFT, que es el certificado de idoneidad de los intermediarios financieros, igualándose el tratamiento con los microcréditos de las Microfinancieras.

Las reservas teóricas son las establecidas con carácter general y se potencia la figura de los Corresponsales no bancarios.

La parte más pobre de la base de la pirámide representa un 56,4% de los ingresos anuales, siendo el importe de 41.980 millones de USD, representando este segmento el 23,3% del gasto total.

La penetración o cuota de los seguros sobre las rentas es de tan solo el 8,4%.

### 5.2.2. *Visitas del trabajo de campo*

#### Operador: C- ALFA

Aseguradora independiente, con una cuota de mercado del 4% en el 2009, con un 3% de su facturación en primas derivada de programas de microseguros/masivos.

#### • **Programa CA- 1. (Co.)**

1. Dirigido a los consumidores de servicios públicos, en gran parte del segmento de particulares de bajas rentas.
2. Programa con una antigüedad de 11 años.
3. Producto: Microseguro de vida, daños, exequias, accidentes personales, protección al negocio.
4. Comercializador: Suministrador de servicios públicos.
5. Imputación de costes, estimado, sobre la prima: Prima de riesgo, 45%, gastos generales, 15%, gastos de comercialización, 20%, margen bruto, 20%.
6. La atención al cliente es parte de la filosofía del programa, con respuesta directa de las consultas que se generan, que se elevan a un 30% de los titulares, frente al 10% en los productos normales de seguros.
7. Creación de la web específica, que canaliza la contratación, la recaudación y el proceso de reclamaciones.
8. Mensualmente el proceso de recaudación de primas afecta a 500.000- operaciones, que representan 1.500 millones de pesos.
9. Se implanta un soporte tecnológico de creación propia, adecuado al programa, lo cual supuso una inversión inicial fuerte, tanto en procesos como en recursos humanos. Responde al proceso singular de administración, rebajando los costes.
10. Programa sostenible, con márgenes de mercado, aportando un alto grado de asegurados por debajo del límite de pobreza.

#### • **Programa CA-2**

1. Dirigido al segmento de las Pymes y Autónomos.
2. La antigüedad del programa es de tres años.
3. Producto: Micro seguro de vida, exequial.

4. Comercializador: Cadena minorista. La cadena minorista se hace cargo del seguro, dependiendo de la cuota mensual de compra de productos en dicho establecimiento.
5. Sin inversiones relevantes en desarrollos tecnológicos.
6. Programa sostenible y con márgenes de mercado.

- **Programa CA-3. (C.Com. )**

1. Dirigido al segmento de bajas rentas, afiliados de las Cajas de Compensación.
2. Antigüedad: Dos años.
3. Producto: Vida, exequias.
4. Comercialización: Mediante las Cajas de Compensación, de carácter público, que incorporan la base de afiliados, canalizando sus aportaciones sociales y constituyendo agrupaciones similares a pequeños clubs.
5. La operativa se realiza mediante tarjetas de crédito con promotor, que es la forma de recaudación de las primas.
6. Plan piloto con coste de comercialización de 8 dólares por póliza y una permanencia mínima de 18 meses.
7. Imputación de costes, estimados, sobre la prima: Comisión para el Sponsor por aportar la base de clientela, 20%, recaudación y gestión de reclamaciones, 10%, comercialización, 15%, prima de riesgo, 45%, gastos del asegurador, 8%, margen del 2%.
8. Se plantea el problema de la permanencia y el de la volatilidad en el saldo de las primas, que se renuevan y revisan mensualmente.
9. Como aspectos positivos, tenemos la baja siniestralidad y el fácil proceso de indemnizaciones.
10. La atención al cliente es parte de la filosofía del programa, atendiendo directamente las consultas que se generan.
11. Programa sostenible y con márgenes de mercado.

- **Programa CA- 4. (B. Col.)**

1. Segmento al que se dirige: Las pymes.
2. Vigencia de un año.
3. Producto: Cobertura de impagos de microcréditos, seguro de daños y cobertura de canasta.
4. Comercialización: Mediante un banco público.
5. Programa participado con otros aseguradores, que cubren determinados riesgos. Este operador oferta, principalmente, el seguro de daños, que es solo voluntario.
6. Imputación de costes, estimado, sobre la prima: Para la micro financiera el 15%, encargándose de la contratación, recaudación, canalización de las reclamaciones, indemnizaciones y atención personal. Prima de

riesgo del 45%. gastos generales del asegurador, 20%, y margen del 20%.

7. Programa sostenible y con márgenes de mercado.

- **Programa CA- 5. (AL. SI )**

1. Segmento al que se dirige: Clientes de supermercado de telas, básicamente mujeres del segmento medio bajo y bajo.
2. Vigencia: 3 años.
3. Comercializador: Supermercado de telas, tiendas minoristas.
4. Producto: Seguro de vida, Educación Segura, seguro de vida con desempleo, seguro de vida con incapacidad temporal y asistencia médica inmediata.
5. El diseño del producto se realiza junto con el comercializador, quién detecta la demanda de sus clientes, respondiendo con una oferta a la medida de la misma (productos para la familia).
6. Programa con bajo nivel de costes, comisión para el canal, y sostenible desde su inicio, con márgenes de rentabilidad de mercado.

- **Programa CA- 6. (Tel.)**

1. Segmento al que se dirige: Clientes de alarmas monitoreadas, propietarios de hogares y de comercios. Se saldría del segmento de los microseguros, siendo más un producto de masivos.
2. Vigencia: 3 años.
3. Comercializador: Comercios de ventas de alarmas monitoreadas, canal minorista.
4. Producto: Seguro Hogar Plus Colectivo y Seguro Pyme Colectivo de vida, Educación Segura, seguro de vida con desempleo, seguro de vida con incapacidad temporal, asistencia médica inmediata.
5. El diseño del producto se realiza junto con el comercializador, identificando la demanda con el producto principal que comercializan, las alarmas, respondiendo con una oferta de seguros a la medida de la misma. Productos para hogares y comercios.
6. Programa con bajo nivel de costes, comisión para el canal, sostenible, aportando rentabilidad de mercado.

- **Programa CA- 7. (Tri.)**

1. Segmento al que se dirige: Clientes de Servicios públicos.
2. Vigencia: 4 años.
3. Canal: Empresa de servicios públicos, acueductos y alcantarillado.
4. Producto: Exequias.

5. Se complementa la comercialización mediante tele marketing y promotores en calle.
6. Programa de bajo coste, debido al modelo de distribución, a la tipología del producto y a la contratación masiva. Sostenible y con rentabilidad de mercado. Se incorporan datos en los gráficos de índices.

- **Programa CA- 8. (D. R.)**

1. Segmento al que se dirige: Clientes de comercializadora de productos y servicios, estratos 1,2 y 3 (se sale del segmento de los microseguros, siendo más un producto de masivos).
2. Vigencia: 2 años.
3. Canal de distribución: Comercializadora de productos y servicios.
4. Producto: Vida, exequias, accidentes personales y hogar.
5. Se complementa la comercialización mediante tele marketing y promotores en calle.
6. Programa con bajo nivel de costes, sostenible desde su inicio, aportando márgenes de rentabilidad acordes con el mercado. Se incorporan datos en los gráficos de índices.

- **Programa CA- 9. (A. M.)**

1. Segmento al que se dirige: Clientes de empresa distribuidora de agua.
2. Vigencia: 2 años.
3. Canal de Distribución: Empresa de servicios públicos.
4. Producto: Vida.
5. Se complementa la comercialización mediante tele marketing y promotores en calle.
6. Programa con bajo nivel de costes, sostenible y con márgenes de negocio. Se incorporan datos en los gráficos de índices.

- **Programa CA- 10. (Fan.)**

1. Segmento al que se dirige: Clientes que solicitan financiación para compra de vehículos, microseguro ligado al microcrédito. Estaríamos ante un seguro masivo, no microseguro.
2. Vigencia: 2 años.
3. Canal de Distribución: Institución financiera relacionada con distribuidor de vehículos.
4. Producto: Vida.
5. Programa con bajo nivel de costes y sostenible desde su inicio. Se incorporan datos en los gráficos de índices.

- **Programa CA- 11. (Cre.)**

1. Segmento al que se dirige: Microempresas del sector rural que acceden a servicios micro financieros del canal de distribución. Relacionado directamente con la concesión del crédito.
2. Vigencia: 2 años.
3. Canal de Distribución: Institución Microfinanciera que genera oportunidades de desarrollo para microemprendedores del sector rural, con elevado nivel tecnológico y con soluciones innovadoras.
4. Producto: Vida, asistencia de exequias, accidentes personales, Hogar y los relacionados con la microempresa.
5. La comercialización la llevan a cabo las fuerzas de ventas de la Institución Micro Financiera, así como el recaudo y la canalización de las indemnizaciones.
6. Programa que destaca por un alto nivel de accesibilidad al segmento de bajos ingresos, como podemos comprobar en los gráficos de indicadores.
7. Se trata de un programa con bajo nivel de costes, aprovechando el canal de la Institución Microfinanciera, que logra niveles de sostenibilidad y márgenes de mercado. Se incorporan datos en los gráficos de índices.

### **Fasecolda:**

Se realizan dos visitas a FASECOLDA, de las que en la primera nos centramos en el análisis de la campaña de cultura de seguros, de la cual pasamos a incorporar la siguiente información.

*Campaña para el desarrollo de la cultura de los seguros a las clases llanas de Colombia*

Está apoyado por todos los aseguradores de Colombia, aportando sus cuotas económicas.

Esta campaña está coordinada por Fasecolda, que incorpora su prestigio como asociación y como interlocutor ante la Superintendencia y el Gobierno.

La duración de la campaña es de tres años, del 2008 al 2010. Fases de la campaña:

- Recalca el riesgo: “la lotería que nadie quiere que le toque”.
- Subraya la accesibilidad: Para todos y todas las circunstancias.
- Materialización de los resultados: Dificultades para hacer un seguimiento final.

Hitos alcanzados:

1. Cambio del lenguaje aplicado por los periodistas para los temas de seguros (populares en lugar de técnicos).
2. Disponibilidad de recursos para una fuerte inversión en publicidad.
3. Fuerte desarrollo a través de la web.
4. Eslogan: “La lotería de la vida”, con impacto popular.
5. web [www.laloteriadela vida.com](http://www.laloteriadela vida.com). Tiene como base la Cartilla de Educación Financiera.
6. Costes: Entre 1.500 y 2000 millones de pesos anuales, totalizando en todo el periodo una cifra aproximada de 5000.- millones de pesos.
7. Las campañas se preparan y se lanzan desde Fasecolda, sin hacer mención ni al tipo de seguro ni a las compañías aseguradoras.
8. Se acopla al Programa de Formación Financiera, subvencionado por el Estado.
9. Experiencias similares: En México hay una acción similar, pero basada sobre todo en el cumplimiento de los compromisos desde las aseguradoras, buscando afianzar la confianza en los operadores, con el eslogan “hemos indemnizado x siniestros por x millones”.
10. Operativa: Los pasos para entrar desde la web son; [www.fasecolda.com](http://www.fasecolda.com), sala de prensa, comité de comunicación, [fasecolda@fasecolda.com](mailto:fasecolda@fasecolda.com), mercadeo, estudios consumidores, resultados de las mediciones.

### **Operador C-BETA**

Aseguradora independiente, con una relevante cuota de mercado, de carácter multinacional.

Su actividad en el segmento de los microseguros está basada fundamentalmente en la contratación masiva, con distribuidores de servicios públicos y la presencia en los grandes centros comerciales.

- **Programa CB- 1 (Gas)**

1. Dirigido al segmento de consumidores de servicios públicos, mayoritariamente de bajas rentas.
2. La antigüedad del programa es de 6 años.
3. Producto: Seguro de vida y daños.

4. Canal de comercialización: Distribuidora de gas domiciliario. El canal se encarga del recaudo y hace llegar la publicidad del asegurador en los propios recibos.
5. Imputación de costes, estimada, sobre la prima. Comisión para el sponsor del 15% al 30%. Prima de riesgo, entre el 30% al 45%. Gastos Generales del asegurador y publicidad entre el 10% y el 15%. Margen, el resultante entre el 15% y el 20%.

*Problemática singular que plantea:* Entrada de los bróker en el segmento de los microseguros, con planteamientos de comisiones del 50% anticipado, por 2/3 años de las utilidades del negocio, del 40% del retorno al sponsor, de un año por anticipado, y cifras cerradas, mensuales, para el bróker. Estos planteamientos hacen que la cuota sea inaccesible para el segmento con menores ingresos.

### **Operador C-GAMMA**

Asegurador: Constituido como una cooperativa financiera.

Segmento objetivo: Dirigido a los asociados, los cooperativistas, que aportan una cantidad de entrada a la cooperativa y las correspondientes cuotas.

Orígenes: Antigüedad superior a 35 años y origen en una cooperativa funeraria.

Características: Sus programas destacan por lograr compatibilizar la sostenibilidad, y el acceso a los servicios para el segmento de bajas rentas.

Este operador es altamente representativo de la actividad microaseguradora promovida en Colombia con los microseguros de exequias.

Para entender su funcionamiento interno, incorporamos la normativa específica de cooperativas:

Regulación específica de las cooperativas:

1. Dependen de la Superintendencia de Asistencia Solidaria.
2. Excepción de 5 cooperativas, ampliadas a 7 en el 2009, que están dentro del campo de actuación de la Superintendencia de Seguros.
3. Distribución de beneficios según normativa: Máximo legal, de retorno a los cooperativistas, del IPC. Fondo Solidario interno, el 20%. Fondo Educativo, el 20%. Reserva Legal, 10%. Reservas patrimoniales a discreción de la Asamblea, 50%.

El producto básico es el seguro de exequias donde se cubre todo el proceso de los servicios, que se complementan con los facilitados por la cooperativa funeraria.

Otros datos: El 2009, se produce una nueva reforma normativa por la que los aseguradores, en este caso la cooperativa financiera, no pueden contratar directamente los servicios de exequias. Esto propicia un proceso de contratación desde la cooperativa funeraria, aunque se buscan alternativas viables con nuevos clausulados en los contratos.

### **Operador: C-DELTA**

Estamos ante una aseguradora que pertenece a un grupo bancario.

Estrategia: Plan a 5 años, según el cual el peso del segmento de ingresos elevados y pymes bajará del 50% al 30%, compensado por el incremento en un 37% de las ventas al segmento de rentas medias y bajas.

Aspectos generales:

1. Productos: Vida grupo, desde 3.900 pesos colombianos mensuales, 2USD al mes, con una valor asegurado de 10 millones de pesos, 5000 USD, hasta 50.000 pesos, 25USD, con valor asegurado de 50.000.- USD.
2. La comercialización se desarrolla mediante grupos de ventas, fuerzas de venta propias, siendo el recaudo mediante el descuento de la nómina.
3. La estructura tipo de costes, estimada, en los programas, es: Promotor, 40%, prima de riesgos, 20%, comercialización y mercadeo, 25%, costos de la operación y administrativos, 10%, margen mínimo de utilidad del 5%.
4. Canales Masivos: Programas con cadenas minoristas y grandes superficies (Carrefour, Falabella y Homsentry).

#### **• Programa CD- 1**

1. Dirigido a los clientes de consumo, mayoritario de bajas rentas.
2. Antigüedad del programa de un año.
3. Productos; Seguro de decesos, seguro de vida grupo y seguro de desempleo asociado a su tarjeta de crédito.
4. Canal de comercialización: Grandes superficies.
5. Sostenible y con rentabilidades de mercado.

## • Programa CD- 2

1. Dirigido a clientes de consumo. Seguro de desempleo asociado a su tarjeta de crédito.
2. Antigüedad del programa de 5 meses.
3. Producto: Seguro de desempleo asociado a la tarjeta de crédito de la gran superficie.
4. Comercialización: Fuerzas de ventas de la gran superficie, telemarketing y asesores comerciales.
5. Prima mensual: 4000 pesos, 2 USD, y cobertura por 1 millón de pesos, que supone 6 cuotas de pago de su tarjeta, y una renta de valor asegurado equivalente, para su mantenimiento (canasta).
6. La previsión de primas para el primer año se sitúa en 375.000.- USD.
7. El Sponsor es el comercializador, la gran superficie.
8. Diseñado para ser sostenible y generar margen de mercado desde su puesta en marcha.

## • Programa CD- 3

1. Dirigido a clientes de consumo, con una alta representación del segmento de bajas rentas.
2. Antigüedad del programa. Un año.
3. Producto: Seguro de vida de grupo.
4. Canal de distribución. Cadena de tiendas, que se encargan solo del recaudo (4 tiendas).
5. El asegurador se encarga de la comercialización.
6. Programa sostenible y con márgenes de mercado.

## • Programa CD- 4

1. Dirigido a consumidores de servicios públicos de la zona Atlántica, Gas, en su mayoría del segmento de bajos ingresos.
2. Antigüedad del programa: 1 año.
3. El producto básico es el seguro de desempleo, con primas de menos de 3 USD anuales.
4. Canal de distribución. Suministrador de servicios de gas.
5. La comercialización se realiza mediante correo directo, en la factura de gas, dando opción a aplicar la prima en la misma factura, y la gestión puerta a puerta.
6. Promotor: El canal de distribución, empresa suministradora de gas.
7. El promotor pone la base de clientela y se encarga del recaudo, junto con sus propios recibos.
8. Particularidad del programa: Participan diferentes aseguradores, que cubren una tipología distinta de seguro; vida grupo, exequias y desempleo.

Es clave la figura del bróker, que se encarga de la comercialización y de la negociación de las condiciones para el promotor y para él.

9. Pesos costes: Entre el promotor y el bróker aproximadamente el 40% de la prima (5% el promotor y el 35% el intermediario/bróker).
10. Programa sostenible y con márgenes de mercado.

#### • Programa CD- 5

1. Dirigido a los miembros de una cooperativa de educadores.
2. Antigüedad del programa: Seis meses.
3. Productos: Vida básico, incorporando incapacidad, contemplando rentas complementarias, canasta y salud, por un número de días.
4. Importe de las primas: de 2 a 25 USD, dependiendo de lo que se contrate.
5. Comercialización: Directa, dentro de los miembros de la Cooperativa, siendo el promotor la misma.

#### Operador C- EPSILON

Aseguradora independiente que pertenece a grupo multinacional que centra su actividad en la contratación masiva.

Criterios operativos:

1. Modelo affinity, relacionado con un promotor, constituyendo programas de actuación concretos.
2. Como criterio de accesibilidad, fijan un tope en las primas, a añadir a los recibos de servicios públicos a los que van ligados, sin superar nunca el 10% de los mismos.
3. Las amortizaciones derivadas de las inversiones, en programas de microseguros, se establecen para un plazo de 3 años.
4. La distribución genérica de los pesos sobre las primas, en sus programas es el que sigue: Promotor, el 30%, el comercializador/bróker, el 15%, la prima de riesgos del 25%, los gastos generales del programa un 18% y el margen operacional se sitúa entre el 12% y el 20%.  
Es fundamental, para ajustar realmente las estimaciones, el impacto de la prima de riesgo.
5. Otro aspecto a tener en cuenta es el de la cobertura y mantenimiento de la masa crítica de primas, necesaria para cumplir el plan de amortizaciones y el cuadro de las estimaciones globales.

#### • Programa CE- 1 (Comf.)

Se trata de una alianza Publico Privadas, APP, promovida por el Departamento Nacional de Planeación de Colombia.

Las Cajas de Compensación son obligatorias para las empresas y llegan a acuerdos con aseguradores, en este caso C-Épsilon, para distribuir productos de microseguros entre sus afiliados.

Se trata Cajas de Compensación, que en este caso incluyen a 25 empresas.

Como características de este programa tenemos las siguientes:

1. Dirigido a los partícipes de las Cajas de Compensación.
2. Antigüedad del programa de dos años.
3. Productos: Vida con rentas hospitalarias, vida grupo y exequias.
4. Canal de comercialización: Caja de Compensación.
5. Promotor: Caja de Compensación.
6. Operativa:
  - a) Se otorga un subsidio público.
  - b) El producto es un seguro de vida con rentas hospitalarias a cargo del subsidio de la Caja de Compensación.
  - c) No hay situaciones de morosidad y la masa crítica es grande, con una siniestralidad pequeña.
  - d) Las Cajas negocian con las compañías aseguradoras respecto al aseguramiento voluntario.
  - e) La Caja de Compensación se encarga del recaudo y se le aplica como comisión el 30% de la prima recaudada. No hay costes de captación.
  - f) El agente promotor, AP, intermediario/bróker, que se encarga de la comercialización, percibe el 20% de la prima por su labor. El intermediario tiene un papel clave en las negociaciones, siendo normalmente un socio de la Caja.
  - g) El asegurador, que se encarga de la operativa de reclamo y del diseño técnico del producto, percibe el 50% de la prima, de la que el 20% va a gastos generales y a herramientas de venta, como publicidad, solicitudes, diseño del producto y varios, el 15% a la prima de riesgo y el 15% restante como margen de negocio.
7. Resultados: La facturación podría alcanzar los 35.000 USD, y el volumen de asegurados superar los 6000 titulares.
8. Este programa es sostenible y aporta rentabilidades de mercado.

## **Fasecolda (2ª Visita)**

### ■ *Datos Básicos, propios de Fasecolda:*

#### 1. Forma de la organización interna:

Mediante comisiones técnicas y comités, tocando estos últimos los temas transversales.

En el comité de microseguros están, entre otros, La Equidad, Solidaria y Mapfre (se constituyó en el 2007, con 30 compañías de seguros).

Los pilares de funcionamiento de los Comités están establecidos sobre:

- La regulación y las políticas de actuación (Gobierno, Congreso y Superintendencia).
- La información: Oferta y demanda (encuesta de microseguros).
- La educación hacia las compañías de seguros y los propios asegurados.

## 2. Protagonismo en la actuación pública con diferentes cometidos.

Uno de los cometidos es poner en la agenda del gobierno la actividad microaseguradora, de forma que la base de la pirámide de pobreza tenga acceso al aseguramiento formal, evitando las opciones basadas en la usura o el fraude.

Otro de sus objetivos es el de incorporar los microseguros dentro de la Banca de Oportunidades, en línea con la política de socialización promovida desde los organismos oficiales. Actualmente hay 5 millones de familias que reciben subsidios, con estándares de protección establecidos (base de datos disponible por parte del gobierno).

La tercera línea de trabajo busca el apoyo de la acción social, dependiente del gobierno con iniciativas públicas, como las que señalamos:

- *Red Juntos*: 800.000 familias en pobreza extrema, que representan un población de 5.000.000.- de personas, con rentas inferiores a los 60 dólares mensuales. Va a ser una realidad este primer año. (Alto riesgo en la reputación empresarial.)
- *Familias en Acción*: Se trata de subsidios públicos para familias que, al igual que en Red Juntos, tienen hijos menores de 18 años, representando un colectivo aproximado de 800.000 familias.
- *Banca de Oportunidades*: Proyecto pendiente de desarrollo.

Respecto a Red Juntos y Familias en Acción, se establecieron 43 metas y 9 Dimensiones, no habiéndose concretado nada a esta fecha.

## 3. Aportaciones en las reformas regulatorias: Asesoramiento

En esta línea, destacamos tres aspectos relacionados con la normativa aplicable.

- La superintendencia cuida de no diferenciar entre seguros y microseguros, como se aprecia en el caso de la norma de lavado de activos, Sarlaft, que obliga a recoger un formulario y exime del mismo a los “seguros pequeños”, sin denominarlos microseguros.

- La falta de regulación específica puede propiciar que se den situaciones de abuso en las contrataciones masivas, cuando hay una muy baja siniestralidad, en base a la desinformación y las quejas de los clientes, por desconocimiento del producto (protección del asegurado).
- Norma 13/28 del 2009 referido a la prohibición a las aseguradoras de poder realizar contratos de seguros de exequias, pudiendo tan solo ser contratadas desde las compañías de exequias. Confirmado por pronunciamiento de la Corte Judicial, no recurrible (operativa alternativa, vía clausulado contractual).

#### 4. Pilar de información:

Se promueven las iniciativas de encuestas sobre la demanda de microseguros, de las que destacamos tres particularidades:

- La preocupación por los problemas de desempleo, que generan una alta demanda de cobertura de este riesgo, seguido de los productos de vida, los funerarios y los de daños por accidentes.
  - Los datos aportados por la encuesta realizada dentro del sistema de selección de los beneficiarios de las ayudas sociales, Sisben, con singularidades como que el 40% de encuestados afirman que tienen seguros de exequias no formales, y que tan solo el 5% tienen seguros formales.
  - Particularidades de los productos de salud. El modelo social público da cobertura a 20 millones de personal, donde no cabe una cobertura complementaria en el caso de los subsidiados. Solo se puede ofertar productos de salud en el segmento no subsidiado, que ya no estaría en los límites de pobreza. En las encuestas se confunde el modelo social público con los microseguros de salud.
- *Datos diferenciales del mercado de los microseguros de Colombia (FASECOLDA).*  
Mencionamos seguidamente algunos datos singulares de este mercado:

- Posicionamiento internacional de Colombia: En la encuesta de microseguros realizada por el Banco Mundial, Colombia ha sido mencionada como un referente de crecimiento y desarrollo.
- Benchmarking Internacional: No se ha podido comparar el desarrollo de los microseguros por países, en base a un benchmarking adecuado, debido al retraso en los datos trimestrales del sector en Colombia (se realizan reportes trimestrales, con tres meses de retraso).
- Diferencias de criterios: En Colombia no se consideran microseguros a los seguros de amortización ligados a los microcréditos (altera las comparaciones).

- Datos de siniestralidad: La siniestralidad estimada en el segmento de los microseguros es del 35%, cifra que se considera baja, siendo el referente a alcanzar del 65%-70%.
- Atención geográfica: Las zonas atendidas son sobre todo urbanas, con un 85% del total (zonas rurales poco atendidas).

■ *Ultimos datos sobre los canales de Comercialización (FASECOLDA).*

Como resultado de los informes periódicos de Fasescolda, se actualizan los datos sobre la comercialización de los microseguros, siendo actualmente el principal canal el ligado a las empresas de servicios públicos, seguido de las Instituciones Microfinancieras.

Estos datos son los aportados por FASECOLDA en la entrevista mantenida, que incorporan variaciones sobre la estructura de pesos con la que partíamos.

Se contemplan, como otros canales, los agentes no financieros, corresponsales no bancarios, las tiendas y, en el caso de la SOAT, las propias gasolineras.

■ *Modelo educativo en microseguros (promovido por FASECOLDA).*

Fasescolda ha desarrollado para los operadores de microseguros un curso de tres días, ligado al programa público de educación financiera, llegando a un acuerdo público-privado por el que la preparación del soporte del curso lo realiza Fasescolda y la formación la implanta el SENA, Servicio de Educación Público.

Se trata de un curso de capacitación por el que, en año y medio, han pasado 4000 personas, especialmente mujeres.

El modelo se aplica cuando un operador de microseguros va a desarrollar un programa en una zona concreta y previamente solicita un proceso de capacitación, iniciándose las distintas fases del mismo. Se presentó, en el Congreso de Manila del 2010, un caso de un programa con La Positiva

### **5.3. Datos de la visita a Lima**

#### **5.3.1. Datos generales**

##### *A) Revisión de los aspectos que definen el mercado de los microseguros*

De la base de pobreza, estratos D y E, que representan el 58% del total de habitantes con rentas medias que se sitúan en los 158 USD mensuales, solo el 9% tiene contratado algún microseguro.

Los estratos de menor nivel de renta muestran una falta de conocimiento y cultura relacionada con los servicios financieros, subestimando el riesgo y buscando alternativas informales. Subrayar la desconfianza en los aseguradores formales.

El segmento al que se enfocan los microseguros se mueve en la economía informal y con rentas irregulares, por lo que el producto ha de adaptarse a esas características, contemplando de forma distinta el entorno urbano del rural.

Las áreas urbanas concentran la mayor parte del segmento atendido, 75%, siendo de difícil acceso el segmento ubicado en las áreas rurales, que representa el otro 25%.

Especial papel de la mujer como centro de control y ordenación de la economía familiar (programas de microseguros centrados en la mujer).

Regulación detallada de la actividad microaseguradora, como medida de promoción del acceso a los estratos más pobres de la base de la pirámide.

Fuerte desarrollo de la contratación de los seguros masivos, pero sin entrar dentro del epígrafe de microseguros.

Hasta la última reforma, Resolución SBS 14283 del 2009, se aplicaban, en la definición de los microseguros, los criterios de importes, eliminados en la misma (anexo 1).

El mercado natural de Perú obliga a los operadores a hacer una apuesta importante por el desarrollo de los microseguros, teniendo en cuenta, que el 78% de población sitúa sus ingresos mensuales medios por debajo de los 400USD.

Hay un camino recorrido, basado en los precedentes de los programas de contratación masiva y experiencias singulares de comercialización, que han de reenfocarse para potenciar la accesibilidad del segmento con menos recursos.

El mercado de Perú está siendo un escenario de pruebas de los programas de microseguros más innovadores a nivel internacional, como son los promovidos por la Positiva, con proyectos seleccionados por el Fondo para la Innovación en Microseguros de la OIT y la Fundación Melinda y Bill Gates (Junta Nacional de los Distritos de Riego).

Se echa en falta una asociación especialmente implicada en el desarrollo de los microseguros, siguiendo el modelo de FASECOLDA en Colombia.

Como elemento incentivador para los operadores, sería positivo un tratamiento fiscal favorable u otra opción de subsidios públicos para los programas que se enfoquen al segmento con menor capacidad económica, lo cual permitiría

canalizar en gran parte el seguro masivo actual, con márgenes elevados para el asegurador, hacia el microseguro.

Los subsidios tendrían carácter excepcional, y solo en su inicio, primando la accesibilidad sobre los márgenes, siempre y cuando el programa presente un enfoque de sostenibilidad.

Se manifiestan reticencias, por parte de los operadores, a un intervencionismo que altere las propias reglas de mercado, ante un posible efecto negativo en los márgenes de beneficio actuales de los “Seguros Masivos”.

El órgano regulador, la Superintendencia, entiende que el enfoque regulatorio de los microseguros impulsará el desarrollo de la actividad, pero requiere la implicación de los grandes operadores formales, respondiendo a sus estrategias de negocio y a los propios compromisos de Responsabilidad Social Corporativa.

La Superintendencia de Banca Seguros tiene potestad sobre las compañías de Seguros, Bancos, Cajas Municipales, Cajas Rurales, Edipymes. Igualmente, hay un número de Cooperativas que ya entran dentro del ámbito de la Superintendencia de Banca y Seguros, según las últimas reformas legales.

También vale, para el mercado de Perú, lo señalado respecto a mezclar la comercialización de los productos no financieros con los financieros, incluyendo en estos últimos a los microseguros. Destacamos las experiencias de comercialización con distribuidores de servicios públicos.

Como singularidad en Perú, las iniciativas de comercialización mediante proveedores de servicios públicos se inician desde los operadores microfinancieros, especialmente activos en los distribuidores de servicios de la Red eléctrica. En Colombia, en cambio, el proceso se inicia desde los canales de distribución, los propios proveedores de servicios públicos.

La inversión en formación, siendo un elemento fundamental para el desarrollo de los microseguros, tiene un recorrido de mejora en cuanto a promoción y estructuración pública. Este aspecto es crítico para el desarrollo de una demanda real.

En cuanto a los soportes documentales y el proceso que va desde la contratación a la indemnización, pasando por el parte de siniestro o reclamo, está totalmente regulado y ajustado a los criterios internacionales.

■ *Aspectos que favorecen la consolidación del mercado de los microseguros.*

1. *Fuerte crecimiento del PIB:* Con un 9,9% en el 2008 y un 0,9% en el 2009, y previsiones de un 6,3% para el 2010 y del 6% para el 2011, dos puntos por encima de la media de América latina, según las estimaciones del Fondo Monetario Internacional.

2. *Población y demografía*: En el 2007, el censo es de 28,2 millones de habitantes con una tasa de crecimiento del 1,6% (estabilizado).
3. *Crecimiento del mercado de los seguros*: Se apreció un crecimiento del 13% en el 2008, destacando el ramo de vida con el 37,9%, por lo que la tendencia general es altamente positiva.
4. *Impacto de la reforma legislativa del 2009*: Se amplía la definición de lo que se entiende por microseguros, superando las limitaciones de importe de la normativa previa, del 2007.

En esta última reforma se regulan los aspectos de comercialización, la póliza simplificada, el sistema de recaudación, el seguro de grupo, el seguro individual, la solicitud de certificado, la solicitud de cobertura y el papel de la Superintendencia.

■ Reforma legislativa del 2009\_(anexo1)

La reforma del 2009 define los microseguros como: “El Seguro que brinda protección a la población de bajos ingresos frente a la ocurrencia de pérdidas derivadas de los riesgos humanos o patrimoniales que les afecten”.

Desaparece la definición por importes, vigentes en la normativa del 2007.

1. Se incorporan características singulares de los microseguros, como: Las exclusiones mínimas, la falta de copagos o deducciones, el plazo máximo de diez días para la tramitación de los reclamos, imposibilidad de anular, flexibilidad de los plazos de recaudo y vigencias, etc.
2. Flexibilización de los modelos de comercialización. No es obligatorio el Registro de Comercialización de los microseguros.

*Normativa alternativa*: Existe una normativa que regula la contratación masiva de seguros, donde encajarían muchos de los microseguros, en razón del importe.

### 5.3.2. *Visitas del trabajo de campo*

#### **Operador P- Alfa**

Grupo asegurador multinacional, representativo en Perú.

El asegurador tiene una línea de negocio enfocada especialmente para los seguros masivos, no los microseguros, según el modelo legal, por lo que en los datos de la Superintendencia no figura con peso en el sector de los microseguros.

La estrategia de este asegurador, P-Alfa, es la aplicación del modelo socio agente, principalmente mediante alianzas con Instituciones Microfinancieras, que se encargan tanto de la comercialización como de la cobranza.

En el caso de P-Alfa, las alianzas se producen, entre otros, con las Cajas Rurales, las Cajas Municipales, 12 en Perú, de las que 10 tienen acuerdos con el operador (liderados por una Corporación alemana).

También existe un acuerdo con una Institución Microfinanciera relacionada con un grupo bancario relevante.

Destaca el papel del bróker en los acuerdos, de manera que interrelaciona a la IMF y al asegurador.

El asegurador se encarga del diseño del producto, encajando el seguro con el crédito, y la parte de contenido técnico y administrativo del sistema. El peso de la prima del microseguro sobre la cuota del microcrédito suele ser habitualmente inferior al 5%.

La distribución genérica, del peso de costes sobre la prima sigue unas pautas de referencia que señalamos: Prima de Riesgo, 35%, coste del canal, recaudo y comercialización, 35%, bróker, 5%, operador técnico, 2%, fondo de marketing, capacitación y formación, 8%, margen bruto, siendo transparente para las partes, 15%.

Seguidamente, vamos a analizar algunos de los programas más significativos de esta aseguradora.<sup>24</sup>

- **Programa PA-1 (S.P.)**

- a. Dirigido a los clientes de la Caja Municipal.
- b. Antigüedad del programa: Tres años.
- c. Productos: Seguro de vida, que incluye costes de sepelio, y el seguro individual de exequias. Microseguro de vida temporal, ligado al microcrédito.
- d. Canal de comercialización: Caja de Municipal, que actúa sobre su propia base de clientela.

El programa se inicia en Septiembre del 2007, siendo este el tercer año de actividad, 2010, sin percibir ningún subsidio.

El producto que se comercializa es el seguro de vida con indemnización de gastos por sepelio y el seguro de sepelio individual.

---

<sup>24</sup> Datos facilitados de la encuesta realizada con los responsables de los programas.

La comercialización se realiza a través de una Caja municipal con alta penetración local, que actúa como Institución Microfinanciera, contando con una base de clientela de 36.800 personas.

El soporte de la relación entre el asegurador y el canal de comercialización está contemplado en un contrato, donde el comercializador, Caja Municipal, se encarga de la comercialización sobre su base de clientela, relacionando el contrato de microseguro con el del crédito al que acompaña. La cobertura es voluntaria, sin condicionar la concesión del microcrédito.

Dentro de las obligaciones del asegurador está la parte de capacitación y soporte tecnológico, así como el diseño del producto.

El coste de la prima media para el micro asegurado es de 1 dólar mensual.

Como otros participantes, tenemos la figura del corredor que asesora al canal de comercialización, la Caja Municipal.

El coste del canal de distribución es de un 59% del importe repercutido al asegurado, dato que pone de relieve la importancia del proceso de distribución a efectos de viabilidad por costes.

El total de asegurados es superior a los 20.000.-, habiéndolo alcanzado la masa crítica suficiente para cubrir los costes de amortización y lanzamiento, así como para cubrir el margen estimado de beneficio para el asegurador.

En cuanto a la operativa, como singularidad, no incluye la prima en la cuota del microcrédito y se carga por separado en la cuenta, con el peligro de que no se mantenga un saldo mínimo suficiente para el pago de la misma.

Como consecuencia de esta particularidad operativa, un elevado porcentaje de las pólizas no se renuevan en los cinco primeros meses, siendo la rotación muy alta. Se aprecia esta problemática singular cuando hacemos el análisis de indicadores.

Como aspecto innovador del programa, señalar que el asegurador da atención directa de los siniestros, sin que participen terceros, evitando así todo el proceso de demora en los reembolsos.

Se agilizan los trámites de indemnizaciones, ganando en calidad de respuesta y atención a los asegurados. Tiene especial importancia cuando estamos con el segmento de bajos ingresos, donde urge la compensación de los daños.

En cuanto a la indemnización, se presta la atención completa, con todos los servicios funerarios, al disponer el asegurador de dos cementerios propios.

Estamos ante un programa sostenible que aporta márgenes de rentabilidad en línea con el mercado.

- **Programa PA-2. (S.A.P.)**

- a. Dirigido a los clientes de la Institución microfinanciera. 140.000 clientes.
- b. Antigüedad del programa: Dos años (la fecha de inicio del programa es de Octubre de 2008).
- c. Productos: Seguro de accidentes personales.
- d. Canal de comercialización: Caja Rural, que actúa sobre su propia base de clientela.

No se aplica ningún subsidio y el producto es el seguro de accidentes personales.

El modelo que se sigue es el de socio agente y el comercializador es la Caja Rural, siendo el mercado al que se dirige de más de 140.000 clientes de la Institución Microfinanciera.

El coste del canal de distribución absorbe el 40% de la prima aplicada a los asegurados, incluyendo los diferentes servicios realizados (acceso a la base de clientela y la comercialización general).

La singularidad de este programa está en que se dirige concretamente a clientes que tienen cuentas de ahorro en las modalidades de ahorro común, y cuentas remuneradas.

La operativa básica se centra en que la solicitud del microseguro se realiza en el momento de la apertura de la cuenta, y la contratación está relacionada con el saldo existente, sobre el que se descuenta la prima.

Siempre que el cliente tenga un saldo mínimo mensual de 100 soles, la Caja le regala el seguro de accidentes personales, ramo vida, por un monto de 1.000 soles (seguro de vida limitado). Como particularidad, señalar que el seguro de vida general no paga impuestos, pero el de vida limitada no está exento.

La reclamación se puede realizar indistintamente en las agencias de la Caja o en el asegurador, por escrito, y las indemnizaciones se canalizan a través de la central telefónica del asegurador, a nivel nacional, con el envío de los documentos a cualquier oficina descentralizada.

Actualmente el número de asegurados es superior a los 38.000, con un volumen de primas anuales superiores a los 250.000 USD, siendo la prima media de 1,20 USD mensuales.

El acuerdo entre el asegurador y la institución microfinanciera, Caja Rural, se materializa mediante un contrato de colaboración, siendo el asegurador quien cubre los costes de la capacitación de los equipos de ventas y la publicidad.

Programa sostenible y con rentabilidades de mercado.

- **Programa. PA-3 (S.M.)**

- a. Dirigido al colectivo de educadores del sector público.
- b. Antigüedad del programa: cuatro años.
- c. Producto: seguro de vida individual y familiar.
- d. Canal de comercialización: a través de convenios con las Unidades de Gestión Educativa.

Se inicia el programa en Abril del 2006, sin aplicar ningún subsidio, y el producto comercializado es el seguro de vida individual o familiar.

El segmento al que se dirige este producto es el del sector público de la educación, en el que están integradas 650.000 personas.

En cuanto a la comercialización, siguiendo el modelo socio agente, se realiza a través de convenios con las diferentes unidades de gestión educativa, aplicando el sistema de descuento por planilla, con participación del Corredor de Seguros.

La obligación básica que adquiere el asegurador con el distribuidor es la de dar el soporte de las ventas, corriendo el resto de gestiones por cuenta de las Unidades de Gestión Educativa.

El peso del canal de distribución, imputado en la prima al cliente, es de un 47% y el importe de las primas anuales se acerca a los 2 millones de dólares, siendo la media mensual de 15 soles, 5 USD mes, que se descuentan del importe de los ingresos cobrados.

En Lima, el segundo año, se había alcanzado una cuota del 20% del colectivo censado.

En cuanto a aspectos de innovación, tenemos la cobertura de indemnización oncológica.

Respecto a la operativa básica, señalar que la comercialización se hace mediante fuerzas de venta, 100 vendedores, que visitan los colegios afectos al convenio, aplicando el descuento por planilla en la recaudación de las primas.

La tramitación de las reclamaciones se realiza en las oficinas del corredor o directamente en el asegurador, por escrito, y las indemnizaciones se tramitan vía central telefónica del asegurador, a nivel nacional.

Programa sostenible y con rentabilidades de mercado.

## **Superintendencia de Banca Seguros**

Reunión con el Vice-Superintendente de Banca Seguros, área seguros, quién junto con su equipo técnico nos indica el sentido y los aspectos más relevantes

de la reforma normativa de los microseguros realizada en el 2009, y el enfoque de potenciación del mercado de los microseguros como objetivo que se pretende alcanzar (anexo 1).

### **Operador: P-Beta**

Asegurador perteneciente a un grupo bancario muy implantado en el país y de gran antigüedad, con una línea de negocio especializada en seguros para el segmento de bajos recursos.

#### A) Enfoque estratégico:

En cuanto al enfoque estratégico de los microseguros, se centra en el desarrollo de los canales de comercialización, con alianzas en tres líneas específicas:

- Las IMF: Bancos, Financieras, Cajas Rurales, otros operadores
- Las ONG: Banco de las Mujeres, Bancos Comunales
- Los proveedores de Servicios Públicos

#### B) Metodología en relación con el canal de comercialización.

##### 1. Los requerimientos al canal de comercialización son:

- La confianza interna y externa con el asegurador y el asegurado.
- Canal masivo, con accesibilidad a colectivos.
- Mecanismos de cobranza eficientes.
- Relación con el cliente por parte del canal: La IMF, el suministrador de servicios públicos, las ONG.

##### 2. Los criterios de selección son:

- Que no se relacione con la competencia.
- Consideración por pertenencia a grupos.
- Selección por mayor capacidad de acceso.

##### 3. Ventajas del canal:

- Se rebajan los niveles de mora, dado el conocimiento de los ingresos del asegurado.
- Se conocen los datos de vulnerabilidad del segmento. Percepción del riesgo.
- Bajo coste del canal micro financiero: 30% de la prima neta. Experiencia negativa en la incentivación para la comercialización.

C) Diseño del producto de microseguro

Cobertura de muerte o invalidez, más productos materiales como los vales descuento para la compra de medicamentos en seguros de salud.

Fases del diseño del producto: 1-Detección de la demanda mediante el estudio de mercado, in situ, y el pase de un cuestionario. 2-Desarrollo del producto más perceptible del servicio.

D) Elemento educativo

Caravanas de comunicación y charlas informativas sobre riesgos y vulnerabilidad.

E) Estructura de costes:

- Prima de Riesgo, entre el 30% y el 35%.
- Coste del Canal, en el caso de la IMF, del 30%.
- Elementos perceptibles+ aspectos educativos+ Costes Generales del programa+ Comisión del bróker = 40%.

F) Singularidades:

Amortizaciones: Las inversiones del programa de microseguros se amortizan en un plazo que va de tres a cinco años, de forma progresiva. Es importante alcanzar y mantener la masa crítica del saldo de primas del programa.

Flexibilidad: Se permite actualizar las cuotas pendientes, hasta tres meses, con la cuota conjunta.

No se vende el microseguro junto con el microcrédito.

A través de las Instituciones Microfinancieras solo se comercializan seguros de desgravamen, relacionados con los microcréditos, pero con pocas variantes de nuevos microseguros. El de desgravamen se aplica con carácter obligatorio, por lo que prácticamente no se satisface ninguna demanda del cliente.

Los programas de microseguros son sostenibles y aportan rentabilidades medias en línea con el resto de productos de la compañía.

## **Operador P-Gamma**

Asegurador independiente, pionero y referente en el desarrollo de los microseguros en Perú, con experiencias innovadoras y exitosas reconocidas internacionalmente. Este asegurador está especializado en seguros generales y del ramo de vida.

Su mercado abarca varios países del entorno de América Latina. Los indicadores que manejan en sus programas son: “la utilidad esperada”, “la prima de riesgo” y el “control de costes”.

Los programas de microseguros de este asegurador destacan por la aplicación de nuevas tecnologías y modelos operativos innovadores.

Se tienen en cuenta los índices de producción en el canal, a efecto de comisiones, y las indemnizaciones se aplican con inmediatez.

En los programas de microseguros se da un ajuste previo del software del comercializador con el asegurador.

Los programas son sostenibles, aportando rentabilidades de mercado.

Tienen acuerdos con la OIT para facilitar el acceso a la educación sobre los seguros.

Enfoque de los microseguros:

- a) Criterios de responsabilidad social.
- b) Búsqueda de la ruptura del círculo vicioso de la pobreza.
- c) Contribución a la mejora en la calidad de vida.
- d) Conceptuados los microseguros como seguros económicos y simples.
- e) Los microseguros son entendidos como nuevas oportunidades de ingresos para los canales de comercialización o para los patrocinadores.

*Casos de éxito.*<sup>25</sup>

1. Programa de microseguros cuyo producto es un seguro de vida al que se añade un seguro de accidentes personales. Se alcanza la cifra de 500.000 asegurados.
2. Seguro de riesgo múltiple para microcréditos: Se trata de un microseguro de bienes con 300.000 clientes.
3. Programas con apoyo internacional:
  - a) Acuerdo para financiar el programa de desarrollo de los microseguros en Perú.
  - b) Acuerdo con el Banco Interamericano de Desarrollo, dentro de la línea de consolidación de las microfinanzas privadas en Perú.
  - c) Premio del Fondo de Innovación en Microseguros: Referido al acuerdo con la Junta Nacional de Usuarios de los Distritos de Riego de Perú, con un colectivo de 1,6 millones de agricultores.
  - d) El caso de los algodonereros de Pisco.

---

<sup>25</sup> Mencionados y desarrollados anteriormente, con base en publicaciones de carácter público

e) Programa Mi taxi, de COFIDE.

### **Operador P-Delta**

Aseguradora independiente, representativa en el mercado de Perú, que inicia su actividad microaseguradora en el 2008, abordando con sus programas de microseguros un mercado potencial de once millones de personas.

El peso de la actividad microaseguradora sobre el total de la actividad de la compañía es inferior al 1%, que representa un total de asegurados activos superior a los cincuenta mil .

En el enfoque de los microseguros se tiene en cuenta tanto el valor económico como el social.

Particularidades de sus programas:

1. Priorización de los seguros de grupo.
2. Especial problema en las especificaciones técnicas del producto, dada la falta de datos iniciales.
3. Mínimas exclusiones: En vida tan solo el suicidio, los daños auto infringidos, los actos delictivos, y los derivados de la actuación fraudulenta del asegurado.
4. Los microseguros no se reaseguran.
5. No se contempla la figura del bróker, lo cual evita este coste.

En cuanto al estudio de la siniestralidad, no se utilizan tablas actuariales sino que se aplican promedios móviles.

Los programas son sostenibles y con rentabilidades de mercado.

#### **• Programa PD-1 (M.S.)**

- a. Dirigido al colectivo de mujeres emprendedoras de las zonas rurales de Perú.
- b. Antigüedad del programa de 2 años.
- c. Productos: Seguro colectivos de vida, individuales y rentas vitalicias.
- d. Canal de comercialización: Acuerdo de colaboración del asegurador con una ONG, que tiene fondos propios y una actividad especialmente significativa en las zonas rurales del Perú.
- e. Imputación de costes sobre la prima: El 75% de la prima supone el coste del canal y las labores de comercialización, quedando el resto, 25%, para cubrir la prima de riesgo y los gastos generales del asegurador más el margen operacional.

Se inicia el programa el 1 de marzo del 2008, sin ningún tipo de subsidio y centrado en el microseguro de vida.

El mercado al que se dirige es el de las mujeres emprendedoras, clientes del canal de distribución, que no disponen de cobertura por parte de los servicios sociales de salud. Con los excedentes se montan campañas de salud, medicación y vacunación.

El modelo de negocio es el socio agente, siendo el canal de distribución la O.N.G., que aporta su propia cartera de clientes, centrando su atención en el colectivo de mujeres emprendedoras.<sup>26</sup>

La operativa del canal de la ONG, en los distintos programas de microseguros, se inicia con la recepción de fondos específicos, y continua con la solicitud de cooperación de distintas compañías.

Funciona a través de un modelo de bancos rurales, de forma que los colectivos se van agrupando por pertenencia a una misma comunidad. Se regulan dentro del grupo las garantías, a nivel solidario, atendiendo los pagos pendientes de los microseguros.

Según el acuerdo entre el asegurador y el comercializador, el riesgo lo asume en su totalidad la compañía de seguros, y la contratación del seguro se hace de forma directa.

El comercializador, la ONG, se encarga del recaudo y la venta, anticipando las indemnizaciones gracias a un fondo que se constituye para ello, que se regulariza con el asegurador, con lo que se consigue que las indemnizaciones sean inmediatas, con un plazo máximo de 2/3 días.

Como requerimientos para el comercializador, se le pide que conozca la siniestralidad del colectivo, la capacidad del pago de la prima de los clientes, accesibilidad al colectivo y determinación de la dimensión del mismo.

Es un seguro voluntario, no obligatorio, con cobertura de muerte, que multiplica por dos la indemnización en caso de muerte accidental y de invalidez absoluta. No se maneja el criterio de preexistencia.

Se utilizan criterios de riesgo estadístico, sin tarificaciones individuales.

- **Programa PD-2**

- a. Dirigido a los clientes de la Institución microfinanciera.
- b. Antigüedad del programa: Un año.
- c. Producto: Microseguro de vida.
- d. Canal de comercialización: Institución microfinanciera, que está tramitando pasar a la modalidad de Caja Rural de Ahorro y Crédito.

---

<sup>26</sup> En la sierra del Perú la mujer es la cabeza de familia y lleva la parte económica de la misma.(zona rural)

- e. No hay desarrollos tecnológicos.

### **Operador P- Epsilon**

Institución Microfinanciera que comercializa microseguros relacionados con la concesión de microcréditos.

- a. Dirigido a los clientes de la Institución Microfinanciera con cuentas de ahorro y microcréditos.
- b. Antigüedad del programa: Un año.
- c. Producto: Microseguro de vida temporal de amortización y de accidentes personales.
- d. Canal de comercialización: Institución microfinanciera relacionada con grupo bancario.
- e. No hay desarrollos tecnológicos.

## **5.4. Datos de la visita a Sao Paulo y Río de Janeiro**

### **5.4.1. Datos generales**

Enumeramos algunas de las particularidades del mercado de los microseguros en Brasil, como introducción al trabajo de campo:

1. En cuanto al mercado potencial de los microseguros, subrayar que cada año se da un trasvase de 4 millones de habitantes que pasan de la clase baja, D, a la clase media baja, C, con lo que el segmento potencial está creciendo de forma significativa.
2. Existe una alta sensibilidad respecto al segmento de los microseguros, definido por la SUSEP, en su último Relatório, por el límite de tres salarios mínimos. Este segmento representa un mercado potencial que se cuantifica entre 80 y 100 millones de habitantes.
3. Los microseguros están considerados como una herramienta de inclusión social clave, como lo indica Armando Vergilio Dos Santos, a la sazón Superintendente de Brasil.
4. Existe un precedente de microseguro ya implantado y funcionando en Brasil desde hace 20 años, el Plan de Amparo Social Inmediato, PASI, al que nos hemos referido anteriormente, para los trabajadores de la construcción, que cubre a más de 2 millones de personas y con primas entre 1 y 2 dólares mensuales.
5. Necesidad de las Alianzas Publico Privadas. En el mercado de los microseguros de Brasil, se tiene asumido que es necesaria la búsqueda de actuaciones públicas y privadas, que vayan coordinadas, al efecto de ganar en eficacia en la promoción y masificación de los microseguros.

Un ejemplo de actuación conjunta, en la que está implicado un grupo representativo de operadores de seguros, es el programa piloto de la Favela de Santa Marta, siendo seleccionada como iniciativa innovadora por la OIT, con el objetivo de mostrar la posibilidad de dar acceso a los microseguros a los habitantes de las favelas.

En este programa participa también la Federación Nacional de corredores, Fenacor, la Superintendencia de Seguros, la SUSEP, y la Confederación Nacional de Empresas de Seguros Generales.

6. Tienen especial relevancia, como canal de distribución, las cadenas “*minoristas*”, donde se opera con ventas a plazo, basadas en las relaciones de confianza entre tienda y cliente. Tiendas de alimentación, comercios textiles, tiendas de electrodomésticos, etc.

Este canal “*minorista*” cobra una comisión especialmente significativa por facilitar el “*mostrador*”, como llaman a la comercialización y recaudo de primas, dentro de su base de clientela.

7. Otro canal de comercialización de especial relevancia es el de los corresponsales bancarios, dado su elevado número y su ubicación a lo largo de todo el país.
8. El texto normativo sobre los microseguros, que se ha remitido para su aprobación al Congreso, tendrá un posterior desarrollo desde la SUSEP, con idea de entrar al detalle, contemplando los condicionantes para ser operador de microseguros, las reservas económicas exigidas para esta actividad, los canales de comercialización y el papel de los corredores especializados.
9. Se contempla simplificar el modelo de pólizas, el sistema de reclamo, y la misma contratación, estando pendiente de si se aplicaran condiciones especiales de fiscalidad para favorecer el arranque de los microseguros, como elemento de inclusión social, como hemos señalado.
10. Otro elemento a destacar son las políticas públicas de integración, que consiste en subsidios públicos para la base de clientela que no tiene rentas, que cubre a una población de aproximadamente 20 millones de habitantes.
11. Para entender el fuerte desarrollo de los corresponsales bancarios, tenemos que remontarnos a la normativa de los años 60, cuando se requiere legalmente que los pagos aplazados estén domiciliados bancariamente, lo que lleva a una bancarización forzada de una importante masa de población.
12. Existe una tupida red de comercialización, compuesta por los establecimientos minoristas, sucursales bancarias y corresponsales, que abarcan grandes extensiones del país.

13. Es fundamental el papel del Corredor de Seguros, quién actúa dentro de las funciones reguladas por ley.
14. Hay que tener en cuenta que está en vigor el plan de desarrollo de los microcréditos, lo cual facilita el consiguiente desarrollo de la actividad microaseguradora.
15. Actualmente el plan de los microseguros de SUSEP pretende desarrollar un proceso de integración social, con condicionantes de operatividad, seguridad para los asegurados y accesibilidad.

Todo esto pondría en marcha el Plan Público de Desarrollo Financiero Global. Queda pendiente de ver si se aplica el tratamiento fiscal favorable en los microseguros.

#### *5.4.2. Visitas del trabajo de campo*

##### **Operador. B- Alfa**

Asegurador independiente, multinacional, con un elevado nivel de penetración en el mercado de los seguros en Brasil.

Este asegurador es pionero y referente en programas de microseguros, administrando el programa más antiguo del país, resultado de las reivindicaciones sindicales respecto a las coberturas de aseguramiento de los trabajadores.

Participa en la prueba piloto de la Favela de Santa Marta, siendo uno de los impulsores del proyecto.

Según los análisis generales, desarrollados por la operadora, la estructura del peso de los costes en el seguro tradicional y en el microseguro es inversa, siendo en los microseguros los gastos comerciales los más elevados.

En la línea con lo señalado anteriormente, los gastos de gestión, en los microseguros serían algo más elevados que en el seguro convencional, 15% sobre 10%. En cuanto a la prima de riesgos, en los seguros convencionales estaría en el 60% y en los microseguros en el 20%. Esto casa mal con el concepto de la mayor vulnerabilidad del segmento de más pobreza.

Los programas de análisis son los que siguen:

- **Programa BA-1**

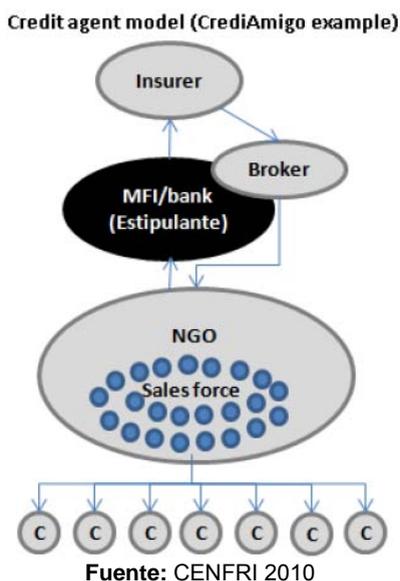
- a. Dirigido a los clientes de un Banco Público.

- b. Antigüedad del programa: cuatro años.
- c. Producto: Microseguro de vida.
- d. Canal de comercialización: Organizaciones Sociales de Interes Publico, OSIPs, muy similares a las ONGs (cercanía con el segmento).
- e. Existen desarrollos tecnológicos para la eficientación del programa.

Estamos ante un programa con una masa crítica suficiente y con un nivel de sostenibilidad desde el primer momento, generando márgenes de rentabilidad de mercado.

En este programa participa el operador en exclusiva, siendo un referente de éxito como modelo de canal de comercialización en los últimos estudios de CENFRI. Incorporamos, el esquema operativo (CENFRI 2010).

**Figura 49:** Modelo operativo del programa



El valor añadido que aportan las fuerzas de venta de la OSIP/ONG es el conocimiento del segmento, la cercanía y la confianza.

Este programa es un ejemplo exitoso de sostenibilidad y rentabilidad, compatible con la accesibilidad al segmento, habiéndose contratado 130.000 pólizas a lo largo de la vigencia del mismo.

• **Programa BA-2:**

- a. Dirigido a los clientes de una entidad financiera.
- b. Antigüedad del programa: 1 año.

- c. Producto: Microseguro de vida temporal de amortización, ligado al microcrédito.
- d. Canal de comercialización: Las fuerzas de venta de la entidad financiera, sobre su propia base de clientela.

Este programa es sostenible desde un inicio generando márgenes de rentabilidad de mercado.

- **Programa BA-3:**

- a. Dirigido a los clientes de la cadena minorista, centrado en las clases C y D, dando soporte a operaciones de ventas a plazo.
- b. Antigüedad del programa: diez años.
- c. Productos: Seguro de vida, seguro de accidentes y seguro de desempleo.
- d. Canal de comercialización: Cadena de electrodomesticos minorista con una red de aproximadamente 500 tiendas. Facilitan financiación de las ventas a sus clientes y aprovechan el sistema de recaudo para incluir la parte de las primas de los microseguros.
- e. Es especialmente singular el diseño y desarrollo del sistema de conexión entre las tiendas y el asegurador, para el reporting (la tienda solo vende y cobra).

Este programa es un modelo de éxito desde el punto de vista de la sostenibilidad y rentabilidad, compatibilizando la accesibilidad al segmento de bajos recursos, habiéndose multiplicado por siete el número de asegurados en los diez años de vigencia.

- **Programa BA-4**

- a. Dirigido a los clientes de servicios publicos.
- b. Antigüedad del programa: 1 año.
- c. Producto: Seguro de desempleo, invalidez, exequias y el “sorteo”.
- d. Canal de comercialización: Empresa de servicios publicos que canaliza la recaudación de la prima, separando el recibo de la prima del seguro.
- e. Existen desarrollos tecnológicos para la eficientación del programa.  
Este programa es sostenible desde su inicio con vocación de aportar rentabilidades de mercado.

## **Operador B- Beta**

Asegurador independiente que tiene su centro de actividad en Sao Paulo, de accionariado familiar, especializada en el seguro funerario. Nace como operador informal, con un producto sencillo, el funerario, donde tiene una experiencia de más de 20 años, pasando posteriormente a constituirse como aseguradora formal, siendo un referente en el desarrollo de los seguros funerarios para los segmentos de menores rentas.

No realiza la contratación masiva, sino que comercializa por unidades familiares, partiendo del seguro funeral, que luego se ampliará a otros productos, como los seguros de vida, por una cuota adicional (la prima va de 1,5 a 8 reales mes).

La comercialización se hace de manera individual, por las fuerzas de venta propias, puerta a puerta, adaptando la oferta a la particularidad de cada familia.

Actúan directamente, con corredores propios, siendo sus costes de comercialización inferiores en 5 puntos al de la media en Brasil. Este menor coste, sin contratación masiva, se entiende si tenemos en cuenta el aprovechamiento de la amplia base de clientela, desde su origen informal.

El marketing está basado en el conocimiento directo y se comercializan productos propios y de terceros. El éxito de su comercialización es el acceso por unidades familias,

No desarrollan programas concretos de microseguros, sino que acceden de forma general al segmento de bajos recursos con sus productos tradicionales, generando márgenes de negocio en línea con la actividad aseguradora tradicional.

## **Visita a la SUSEP**

Explican el proceso seguido en el de desarrollo de los Relatorios sobre el proyecto de los microseguros y el proceso de debate abierto a nivel político.

Se esperaba que a lo largo del primer semestre del 2011 fuera aprobada la propuesta de ley sobre los microseguros (Anexo 2). La realidad es que hasta noviembre del 2011 no se han regulado los aspectos básicos y su desarrollo, por parte de la SUSEP, se completará en el primer semestre del 2012.

Una vez aprobada la Ley, en noviembre del 2011, la SUSEP tiene capacidad para desarrollar reglamentariamente, dentro del marco de la ley, los aspectos de detalle que afectan a la operativa concreta.

Para una mayor información sobre la actividad microaseguradora, nos remiten al estudio desarrollado el 2010 por CENFRI, [www.cenfri](http://www.cenfri), en el que se hace una

revisión de la situación del mercado asegurador para el segmento de bajas rentas en Brasil, así como todo el proceso de regulación abierto.

### **Visita a CNSeg**

La Confederación Nacional de Empresas de Seguros Generales presenta la prueba piloto en la Favela de Santa Marta.

Se hace una presentación del programa y la problemática que representa, con aportaciones desde las distintas partes; CNSeg, operadores individuales, corredores, SUSEP.

La CNSeg firmó un convenio de colaboración con la OIT para el desarrollo de este proyecto, que fue seleccionado entre otros 150 a nivel mundial, como propuesta pionera en la gestión del riesgo para las poblaciones de bajas rentas.

En el momento de la visita se estaba replanteando el diseño del programa desde el enfoque del producto. Se aportaban propuestas de creación de un producto de microseguros único para este colectivo, evitando la práctica por la que cada uno de los operadores actuaba con su propio producto, generando confusión entre los destinatarios de esta acción, los habitantes de la favela.

Se estaban revisando los criterios del planteamiento inicial, en vista de las primeras experiencias, con lo que el proceso de aprendizaje estaba aportando sus resultados positivos

Tiene una extraordinaria importancia este programa, en la medida en que es la primera actuación conjunta del sector público y el sector privado, con una implicación muy representativa de los operadores tradicionales de seguros.

### **Operador. B- Gamma**

Compañía aseguradora independiente con implantación en varios países de América Latina, que inicia su operación en el mercado brasileño en 1973 con la adquisición de una de la compañía aseguradora más antiguas del país (en 1992 adquiere la denominación actual).

Su estructura de actividad, por primas anuales, está basada sobre todo en el ramo de salud, que representa el 62% del total, seguido del de auto, con un 20%.

En cuanto a la comercialización, su canal tradicional es el de los corredores, que representa el 90% del total, y el resto se comercializa a través de otros canales y banca-seguros.

Su estrategia es la de no posicionarse en el segmento de los microseguros, siendo su especialización la atención al segmento de rentas más altas. No excluyen la entrada en el segmento de bajos ingresos, pero desarrollaran su estrategia una vez que se definan los aspectos de regulación y los posibles incentivos fiscales.

Consideran de especial relevancia el tratamiento de la figura del Corredor en la nueva normativa, ya que, según la normativa general, tiene difícil encaje en un modelo de bajo coste, necesario para abordar el negocio de los microseguros.

Este es el caso de una aseguradora relevante en el mercado de Brasil, que está a la espera de ver cómo se va configurando el mercado de los microseguros para replantearse su propia estrategia de negocio.

### **Operador. B- Delta**

Compañía de seguros Independiente, con implantación en diferentes países de América latina y con cuota de negocio representativa en el mercado tradicional de seguros de Brasil.

No contemplan la posibilidad de entrar en el negocio de los microseguros, en tanto en cuanto no se cierre el proceso de regulación, y no ven la posibilidad de poderlo comercializar a través de las tiendas minoristas, donde el coste de venta puede suponer más del 50% de la prima.

No tienen ningún programa en marcha y carecen de experiencia en microseguros, aunque el enfoque que ellos hacen de este negocio está vinculado con el área de los canales alternativos, que consideran el único enfoque que puede dar viabilidad de costes a esta actividad.

Este es otro operador que está esperando la respuesta del mercado a la nueva normativa de los microseguros, con idea de enfocar su estrategia hacia ese segmento, siempre que aporte márgenes de rentabilidad suficientes.

### **Operador. B- Epsilon**

Es una empresa 100% brasileña, y fue la primera correduría en ofrecer productos para fidelizar en el mercado minorista, seguros masivos para el mercado nacional.

Se trata de una correduría especializada en seguros masivos, centrada en el canal de establecimientos minoristas, de los que fueron iniciadores. El tratamiento de la gestión masiva mediante el canal minorista les ha permitido entrar en el segmento de bajas rentas, aportando un modelo de bajo coste, dando servicio a la mayoría de aseguradores de Brasil (Zurich, Allianz, Mapfre, Chubbs, Bradesco y Liberty, entre otros).

Trabajan todo tipo de seguros; automóviles, vida, asistencia privada, incapacidad, otros (le dan el enfoque de un seguro corporativo).

Este operador inicia su propia estrategia a partir de 1998, enfocada al canal minorista como comercializador (en Brasil hay aproximadamente 40.000.- Corredores).

Operatoria:

- La correduría diseña el producto con el asegurador y se encarga de todo el desarrollo del marketing con la tienda, analizando las ventas, el desarrollo de la postventa, el entrenamiento a las fuerzas de venta, etc.
- Como productos singulares, que se canalizan a través de esta correduría, destacamos el plan odontológico, con 17 reales de pago mensual.
- A través de este corredor se diseñan programas concretos, con periodos de vigencia que van de los 3 a los 5 años, que luego son subastados ante las aseguradoras. Una vez adjudicado el asegurador, se encargan de completar el plan de negocios.
- Se calcula el coste más el margen para el comercio, tienda, el corredor y el asegurador.

Sugerencias:

Este operador plantea dudas sobre la viabilidad de comercialización de los microseguros mediante las cadenas minorista, dado que realmente no es un modelo de bajo coste, en sentido estricto.

Ante esta reflexión del papel de las cadenas minoristas, las soluciones que propone para la comercialización de los microseguros en Brasil pasan por los canales no convencionales, con accesibilidad al segmento y costes añadidos mínimos, enumerando, tres de ellos:

1. Los corresponsales bancarios: Una tupida red y un coste mínimo de comercialización.
2. Oficinas de Correos.
3. Casas de loterías.

La visión de este operador es que el microseguro individualizado es difícilmente sostenible (la alternativa viable es el microseguro masivo).

Propuesta:

La creación de un pool de aseguradores y apoyo público, siendo su comercialización a través de los bancos populares.

## **Operador. B- Zeta**

Pequeña compañía de seguros que no tiene previsto entrar en el mercado de los microseguros y que considera clave la nueva normativa, sobre todo en cuanto a los incentivos fiscales.

Este operador insiste en que tan solo sería viable el desarrollo de un mercado de microseguros, si se logra un modelo de bajo coste, con contratación masiva, acompañado por menores requisitos en la comercialización y documentación, que supongan unos ahorros a repercutir en la prima a los clientes, manteniendo unos márgenes de negocio aceptables.

Los corresponsales bancarios serían una de las claves, como canal de comercialización, cuestionando el sentido, como microseguros, de las contrataciones realizadas a través de las cadenas minoristas<sup>27</sup>.

## **Operador. B- Iota**

Compañía aseguradora de ámbito nacional perteneciente a grupo Bancario, líder en el mercado de Brasil.

Es una de las aseguradoras que destacan por su mayor implicación en el proceso de activación del mercado de los microseguros en Brasil, participando en la prueba piloto para la Favela de Santa Marta.

Este asegurador ha creado una división específica para el desarrollo de la actividad microaseguradora, atendiendo a los segmentos C y D de la base de la pirámide en Brasil.

Como operador de referencia, promueve los estudios sobre el mercado de los microseguros y los posibles acercamientos que permitan compatibilizar la accesibilidad al segmento con la sostenibilidad y rentabilidad de sus productos.

Las fortalezas de este asegurador son la amplia base de clientela del banco y la red de oficinas y agentes bancarios, que cubre, con una gran capilaridad, todo Brasil.

Se parte de la premisa de que la contratación de microseguros pasa por la inclusión bancaria de lo que denominan la “*clase ascendente*”, que es la que pasa del estrato D al C, el que se define como nueva clase media, ligándolo con la apertura de la cuenta bancaria y la tarjeta.

Como actuaciones innovadoras de este operador tenemos sus desarrollos de canales relacionados con soluciones tecnológicas, como Internet, ATMs.

---

<sup>27</sup> Hay un posicionamiento coincidente, entre varios operadores, respecto a la inviabilidad de comercialización de los microseguros a través de las cadenas minoristas.

El abordaje de la actividad microaseguradora, que es una apuesta decidida de este asegurador, parte de un estudio de costes de los programas, aplicando los siguientes criterios: Simplificación del contrato, solo con los mínimos legales, simplificación de los procesos y operativa y centralización de las reclamaciones.

En los productos diseñados para el segmento de bajos recursos se simplifican todos los procesos al máximo.

Como aspectos comunes, no hay restricciones en la contratación, se hace de modo automático, y no se considera la preexistencia. Se sigue el modelo mexicano, de verificación posterior de las situaciones de fraude.

En los estudios generales del mercado, que son desarrollados por analistas especializados, se incorporan referencias teóricas sobre las estructuras de costes, diferenciados por la tipología de seguro, los cuales incorporamos para enriquecer el enfoque de producto de este operador.

Referencias genéricas en seguros convencionales: Prima de riesgo: 46%. Costes de Administración: 40%. Impuestos: 4%. Comisiones 5%. Margen 5%.

Referencias genéricas, en microseguros: Prima de riesgo: 46% .Costes Administrativos: 11%, por simplificación de todos los procesos e incorporación de novedades tecnológicas. Impuestos: 4%.Comisiones 5%. Margen Inicial: 5%. Margen adicional por aplicación de modelo de bajo coste: 29%. Primas de 3 a 5 reales mes, en referencia a los Seguros Populares, considerados como microseguros básicos.

Referencias genéricas en microseguro optimizado: Prima de riesgo: 46%. Gastos de Administración: 5%, con nueva normativa, tecnología, firma electrónica, etc. Impuestos: 2%, nueva normativa fiscal. Comisiones: 5%. Margen inicial: 5%. Margen adicional: 37%, para aumentar cobertura, aumentar comisiones, invertir en marketing, etc.

Seguidamente incorporamos algunos productos de microseguros de este asegurador, que no sigue el enfoque de programas.

- **Producto BI-1**

- a. Dirigido a los clientes del grupo Bancario.
- b. Antigüedad del producto: 6 años.
- c. Producto: Seguro de vida, que cubre la muerte natural o por accidente, se añadiría el seguro de exequias y el derecho a participar en sorteos.
- d. Canal de comercialización: Red bancaria y corresponsales.

- e. Prima básica inferior a los 5 USD mensuales. Recaudación mensual o anual.

Producto que genera margen de rentabilidad acorde con las previsiones de su diseño inicial y permite la accesibilidad del segmento de bajos recursos.

Este fue el primero seguro calificado por la SUSEP como popular, en Brasil.

- **Producto BI-2**

- a. Dirigido a los clientes del grupo Bancario.
- b. Antigüedad del producto: 2 años.
- c. Producto: Seguro de vida que cubre la muerte, asistencia funeral y sorteo.
- d. Canal de comercialización: Red bancaria y corresponsales.
- e. Prima básica de inferior a los 3 USD mensuales Recaudación mensual o anual

Producto que genera margen de rentabilidad acorde con su diseño inicial y permite la accesibilidad del segmento de bajos recursos.

- **Producto BI-3**

- a. Dirigido a los clientes del grupo bancario.
- b. Antigüedad del producto: 5 años.
- c. Producto: Desempleo involuntario, invalidez total temporal, muerte o invalidez definitiva por accidente.
- d. Canal de comercialización: Red bancaria y corresponsales.

Producto que genera margen de rentabilidad acorde con las previsiones de su diseño inicial y permite la accesibilidad del segmento de bajos recursos.

- **Producto BI-4**

- a. Dirigido a los clientes del grupo Bancario, como protección sobre su vivienda permanente o de verano.
- b. Antigüedad del producto: Más de 10 años.
- c. Producto: Daños en la vivienda por incendio, rayos o explosiones. Adicionalmente se puede incluir coberturas de daños por viento, granizo u otros fenómenos atmosféricos. Se incluyen los sorteos mensuales.
- d. Canal de comercialización: Red bancaria y corresponsales.

Es un producto exitoso que lleva más de 10 años operativo, siendo un referente en el mercado de Brasil. Se trata de una cobertura básica para la vivienda, muy

simple, con un coste que ronda los 5 reales mensuales y cubre una gran variedad de causas de siniestro, como robo, incendio, explosión.

### **Operador. B- Kappa**

Compañía asegurador que pertenece a un Grupo Bancario multinacional, especializada en la distribución de productos masivos, con 10 años de implantación en Brasil, que opera de forma independiente, sin apoyo en red bancaria.

Es uno de los líderes en la distribución de seguros masivos en Brasil, siendo innovador en procesos de comercialización y productos ligados a la venta minorista, como puede ser el seguro de extensión de garantía.

Su producto estrella es el seguro de garantía extendida, comercializado a través de redes minoristas. El enfoque del seguro es de un producto adicional, ligado a una venta principal.

Como seguros ligados a otros productos, tendríamos los de amortización, ligada a un préstamo o a una venta a plazos y el de extensión de garantía en electrodomésticos, o en la venta de muebles u otros productos para el hogar.

Como reflexiones que aporta este operador, subrayar la mención a que la demanda natural en los microseguros solo se plantea en productos como salud o el obligatorio de coche.

La experiencia de este operador en productos de salud se ha materializado en programas de seguro dental, con primas bajas, comercializados masivamente en los canales minoristas.

Otra de las valoraciones que nos traslada es la necesidad de venta masiva de los microseguros, para que las cuotas sean accesibles a los estratos de renta C y D, ya que, de lo contrario, ve imposible llegar a un nivel de sostenibilidad suficiente, siendo inviable llegar a los mínimos de rentabilidad que manejan.

En esta misma línea, de ajuste de coste, el reto está en la forma de rebajar los derivados de la comercialización, venta del producto y la recaudación de las primas.

En cuanto al proceso normativo, lo vé como la ordenación de una actividad ya existente en Brasil, los seguros masivos, no los populares que no serían rentables. Los populares serían para el estrato E, y habría que subvencionarlos públicamente.

La aportación innovadora de este asegurador son los ajustes en los procesos, que le han permitido la contratación con primas bajas, favoreciendo la accesibilidad.

Nos señalan que un elemento a redefinir en la nueva regulación de los microseguros es la del Corredor, que, según el enfoque actual, genera un coste añadido difícil de soportar.

En cuanto a los desarrollos económicos de viabilidad, este operador no sigue indicadores formales, sino que aplica el análisis económico tradicional de la actividad aseguradora.

Se toman unas referencias de costes, que relacionamos: Por siniestralidad, 40% de la prima, y al resto de costes, el 60%, lo aplican al margen de negocio, los comerciales y los de administración (no facilita desglose).

### **Operador. B- Lambda**

Compañía aseguradora independiente, de ámbito multinacional, con presencia en 53 países.

El segmento que tocan es el corporativo y el individual, utilizando distintos canales de comercialización. No están implantados en los seguros masivos ni son proactivos en la creación del mercado de los microseguros.

Diferencian entre seguros populares y masivos, siendo los primeros no viables económicamente, entendiéndolo que el mercado de los microseguros ha de centrarse en la referencia de los masivos, sostenibles y rentables.

Hacen mención, como una barrera que va a influir en la creación de un mercado de microseguros en Brasil, a la disgregación geográfica de la población y la necesidad de llegar a todas las zonas (impacto en costes).

Como canales alternativos, manejan las opciones de bases de datos de suministradores de servicios, el derivado de los canales minoristas y el de las tarjetas de crédito.

Subrayan, como un aspecto negativo, la normativa de la Agencia Regulatoria de la Energía por la que no se van a poder comercializar los microseguros a través de empresas de energía a partir del 2011 (mencionado al referirnos al canal).

Manifiestan su interés por el contenido del proyecto de ley de microseguros y su posterior desarrollo, desde la SUSEP, al efecto de plantear su propia estrategia de negocio.

Son conscientes de la necesidad de abordar el mercado potencial de los microseguros, que en Brasil ronda los 100 millones de habitantes, y tienen previsto el desarrollo de esa línea de actividad.

Su plan estratégico contempla el incremento de la presencia de red, pasando de las 8 oficinas actuales a 28 en el 2012, desarrollando procesos tecnológicos, técnicas innovadoras y procesos de capacitación del personal, buscando eficientar la operación, rebajando costes.

Su objetivo es crecer en cuota de penetración en los segmentos B, C y D, en la medida en que la capacidad de consumo se va incrementando.

## 5.5. Valoración de indicadores

Incorporamos, a continuación, una valoración de los programas siguiendo el gráfico de resultados por indicadores, de forma que podamos sacar algunas conclusiones de los mismos (Wipf y Garand, 2008).

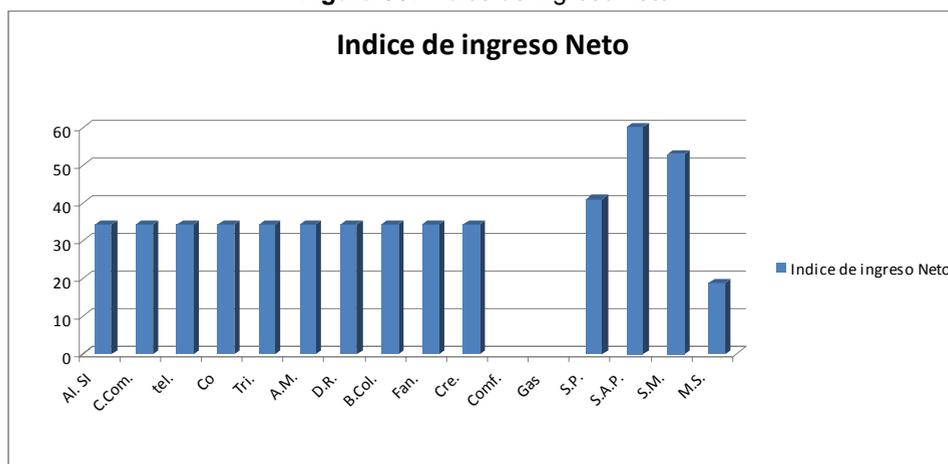
### 5.5.1. Índice de ingreso neto

Incorporamos los datos del índice de ingreso neto de los programas analizados, siguiendo la fórmula que correspondiente.

$$\text{Índice de Ingreso Neto} = \text{Ingreso Neto} / \text{Prima ganada.}$$

Seguidamente, añadimos el gráfico de dicho índice, por programas.

**Figura 50:** Índice de ingreso neto



**Fuente:** Desarrollo propio. Base de datos anexo 5

En este gráfico tenemos el sesgo de una compañía aseguradora con una alta representatividad en el total de programas, que solo singulariza algunos, aportando para el resto los datos globales.<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Se irá repitiendo este mismo sesgo en algún otro indicador, como tendremos ocasión de analizar seguidamente.

Al analizar los datos concluimos que:

1. En todos los casos estamos ante programas de microseguros sostenibles.
2. Las diferencias son importantes, con un pico de casi el 60% en uno de los programas e inferior al 20% en el de menor margen, reflejo de las distintas políticas de negocio.
3. La media se sitúa por encima del 30%, por lo que ha primado la rentabilidad añadida sobre la pura sostenibilidad en todos los casos.

Como regla general, la referencia que se toma en modelos sostenibles es la que sitúa el índice de ingreso neto entre el cero y el diez por ciento (Wipf y Garand, 2008).

En este análisis, todos, salvo M.S., están por encima del 30%, lo cual supone un alto valor para la compañía asegurador pero pobre para los clientes, poniendo en un segundo plano el criterio de accesibilidad y, desde la visión de negocio, propicia la pérdida de cuota de mercado a medio plazo, posibilitando la entrada de operadores más agresivos en tarifas.

Ciertamente, en los programas analizados, el margen operacional es tan elevado que absorbe sin mayor problema el mayor volumen de siniestros que suelen experimentar en los años iniciales, así como el impacto de las inversiones, como consecuencia de haber alcanzado la masa crítica necesaria de forma casi inmediata.

La totalidad de los programas analizados realiza una investigación profunda a fin de contrastar con la realidad las previsiones de ingresos, asegurándose de cumplir con los planes de amortización de las inversiones, cubrir los gastos operativos, la siniestralidad y los costes imputados por los canales de distribución.

Desde la posición “social”, hay que considerar que ninguno de los programas analizado prioriza claramente sobre dicho enfoque, quedando en un segundo plano el criterio de accesibilidad.

Es importante distinguir entre lo que supone el riesgo de que un ingreso neto bajo afecte a la viabilidad del programa, estando por debajo del 10%, y el abuso en márgenes a costa de una menor accesibilidad del segmento al que se quiere atender (Wipf y Garand, 2008).

El programa con mayor índice de ingreso neto es el del S.A.P., caracterizado por un menor índice de siniestralidad que la media, un 17%, y un coste de comercialización aplicado sobre la prima del 40%. Desconocemos una variable importante, que es la repercusión que hacen de la prima de riesgo sobre la cuota. Si lo sobrecargan, entonces la diferencia irá al margen de negocio, acrecentando el índice de ingreso neto.

El programa con menor índice de ingreso neto es el de M.S., donde el canal de comercialización es una ONG, y su zona de influencia es la del Sur de Perú, operando a través de un modelo de Bancos Rurales, siendo muy elevado, 75%, el coste imputado por la comercialización, con el efecto consiguiente en el índice de ingresos, que se sitúa por debajo de la media. La eficiencia y los costes del programa inciden claramente en este índice.

En el caso de M.S., destacar el impacto negativo que tiene el modelo de distribución, y la necesidad de valorar alternativas de menor coste para rebajar el alto peso sobre la prima.

Como conclusión, según los resultados de este índice, se cumplen las previsiones económicas del diseño inicial de los programas, alcanzando la masa crítica necesaria para lograr la amortización de las inversiones iniciales, así como el equilibrio entre los ingresos por primas recaudadas y los costes del programa, con elevados márgenes operacionales.

Estaríamos ante casos, salvando las excepciones, en que los ahorros de costes han sido aplicados a incrementar el margen en lugar de rebajar la prima.

#### 5.5.2. Índice de gastos incurridos

La formulación de este índice es la siguiente:

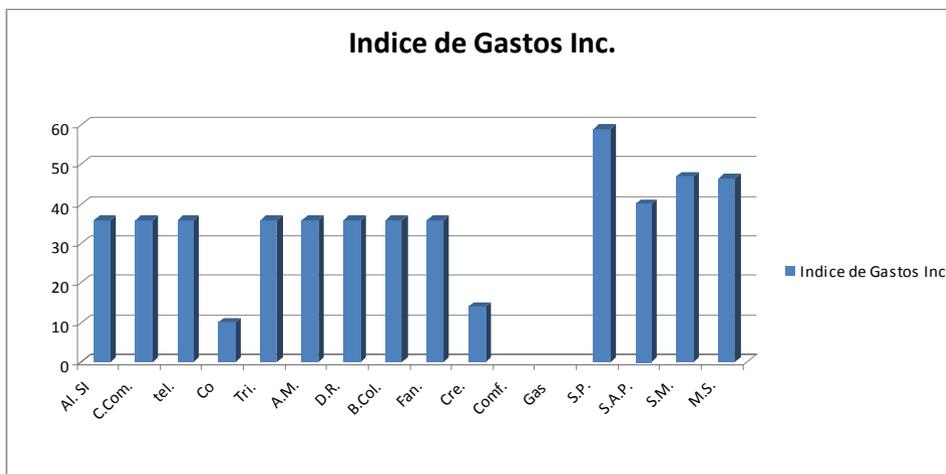
$$\text{Índice de gastos incurridos} = \text{Gastos incurridos} / \text{Prima ganada}$$

Hemos de considerar, dentro de los gastos, las inversiones necesarias para la operatividad de los programas, que en muchos casos son de especial relevancia, afectando al desarrollo de los sistemas y a las herramientas tecnológicas, así como los gastos de capacitación.

Estos gastos iniciales de la puesta en marcha del programa se diluirán en el tiempo en razón del cumplimiento de las previsiones iniciales, siendo necesario alcanzar y mantener la masa crítica prevista. Alcanzado el volumen mínimo, se generaran los ingresos suficientes para cumplir el plan de amortizaciones y atender el mayor índice de siniestralidad de los primeros momentos.

Seguidamente, pasamos al análisis del gráfico de Índice de gastos.

**Figura 51:** Índice de gastos incurridos



**Fuente:** Desarrollo propio. Base de datos del trabajo de campo.

El programa será beneficioso solo si logra un bajo índice de gastos, que no es más que la porción de la prima ganada en un periodo determinado, que es consumida por los gastos incurridos durante ese mismo periodo (Wipf y Garand 2008).

Analizando estos datos, contrastamos la eficiencia operativa del programa, teniendo en cuenta los costes operativos de inicio, las inversiones y los costes de los canales de comercialización, donde se incluyen a los intermediarios que operan en dichos programas.

En este caso, se da el mismo sesgo de coincidencia que en el gráfico anterior, pero vemos que tan solo en el caso de “Co” y de “Cre” se sitúan el índice por debajo del 30%. Se trata de los dos programas más eficientes de la muestra.

El programa “Co” destaca por un índice de gasto incurrido inferior al 10%, lo cual supone un ejemplo de eficiencia y ajuste de costes. Este programa está muy desarrollado, con una larga experiencia, sin amortizaciones pendientes y con dos puntos fuertes; un canal de comercialización de bajo coste y muy operativo, la compañía distribuidora de servicios, y un soporte tecnológico que eficiente fuertemente los procesos. Este programa tiene reconocimiento internacional como ejemplo de buenas prácticas.

En cuanto al segundo programa con menor índice de gasto, “Cre”, es un acuerdo entre el asegurador y una Institución Microfinanciera, que aprovecha la base de clientela propia, así como su infraestructura, para hacer llegar el producto al segmento, con un bajo coste de comercialización.

Como caso opuesto tenemos el de “S.P.”, donde el coste es muy elevado, llegando casi al 60% , fruto de las dificultades para lograr alcanzar y mantener

una masa crítica suficiente, dado que el 50% de las primas no se renuevan en el plazo de los 5 primeros meses por la falta de saldo en la cuenta. Esta situación, salvo que se compense con otros ingresos añadidos, podría llegar a poner el peligro la sostenibilidad del programa a medio plazo.

En este programa, "S.P.", estamos ante un seguro de decesos, ligado al crédito, pero con la problemática de que la prima no está incluida en la cuota del microcrédito, aplicándose de forma aislada, origen del problema de la falta de saldos cuando llega el cargo adicional de la prima del seguro, con las consiguientes cancelaciones.

### 5.5.3. Índice de siniestralidad

La formulación de este índice es el siguiente:

$$\text{Índice de siniestralidad} = \text{siniestralidad} / \text{primas ganadas.}$$

Básicamente, este índice señala el valor que tiene el programa para el asegurado, midiendo la porción promedio de prima devuelta al asegurado participe en concepto de beneficios/indemnizaciones.

Es fundamenta el cálculo correcto del índice de siniestralidad para poder hacer una estimación real de la prima, que permita la sostenibilidad del programa.

La problemática que se plantea es la del desconocimiento de dichos índices y la complejidad de aplicar las tablas actuariales.

Como alternativa, se suelen utilizar las tablas de mortandad habituales, con un incremento sobre las mismas en razón de la mayor vulnerabilidad del colectivo, hecho que hemos contrastado en el análisis de los programas.

Para que el ajuste sea adecuado, habrá que corregir posteriormente los cálculos, adaptándolos a la realidad, pero para ello es necesario que transcurra un plazo mínimo que haga realmente significativo el resultado del análisis.

Según los programas estudiados, las diferencias son muy importantes, con una tendencia a sobre ponderar en el cálculo de este índice.

Respecto a los siniestros que se materializan en un periodo de tiempo, hay que atender a la frecuencia o porcentaje de los mismos y el monto medio.

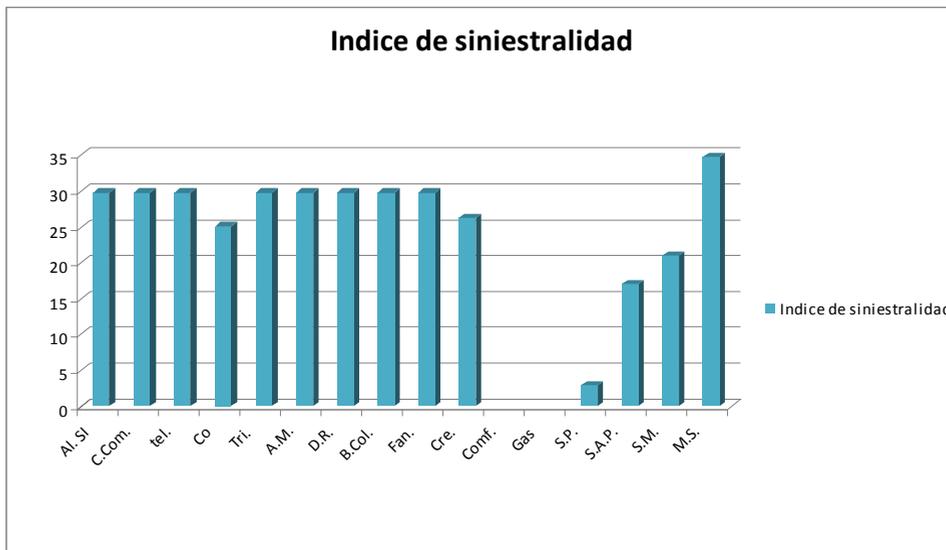
Es importante analizar las tendencias del indicador a lo largo del tiempo, ya que la evolución de los datos es constante y se trata de anticipar actuaciones para controlar posibles desviaciones.

El problema se plantea cuando es indispensable frenar el índice de siniestralidad para que el programa se mantenga viable, con actuaciones

especiales, como la modificación de la estructura de beneficio, incluyendo copagos<sup>29</sup> (Wipf y Garand 2008).

Pasamos al análisis del gráfico según la muestra de estudio.

**Figura 52: Índice de siniestralidad**



**Fuente:** Desarrollo propio. Base de datos del trabajo de campo.

En el estudio que hemos realizado, destaca con el menor índice de siniestralidad, el programa de “S.P.”, y con el mayor índice de siniestralidad el programa “M.S.”.

El menor índice de siniestralidad del programa de “S.P.” puede deberse al alto nivel de rotación de los titulares y la antigüedad del programa, de 2,5 años.

Ante el dato de que el índice de siniestralidad, en el programa S.P., no llega siquiera al 5%, el valor de este programa para el asegurado es francamente cuestionable.

En los casos en que el índice es cercano al 0% se pueden estar encubriendo situaciones de abuso, donde el cliente desconozca tener contratado un seguro, no generándose reclamaciones.

Puede darse el caso de que, siendo obligatorio el aseguramiento, quizás los propios asociados desconozcan las coberturas que tienen.

<sup>29</sup> El copado significa que el asegurado deberá pagar una porción de los procedimientos amparados.

En el caso de los microseguros de vida de amortización, la tramitación la realiza la entidad Microfinanciera y reporta el cobro de la deuda pendiente. Se puede dar el caso de un error en la estimación de la siniestralidad.

Según el gráfico, el mayor índice de siniestralidad se da en el programa “M.S.”, con coberturas de fallecimiento genérico, por accidente e invalidez, siendo voluntaria y con un volumen de primas estable.

La siniestralidad, en el programa “M.S.”, está directamente relacionada con el porcentaje de mortandad en dicho colectivo, siendo este programa el que aporta mayor valor para el asegurado.

Desde el enfoque social, un índice de siniestralidad más bien elevado, siempre que no afecte a la viabilidad del programa, refleja que los clientes están obteniendo un buen valor por el pago de las primas.

Los programas de microseguros con un elevado índice de ingresos y un bajo índice de siniestros han de ser analizados al detalle, para detectar problemáticas de abuso social.

En esta línea, se considera que aquellos programas con siniestralidad inferior al 60% han de revisar los aspectos de beneficios ofrecidos por la prima que se cobre, a efectos de los ajustes en su estructura de imputaciones. (Wipf y Garand 2008)

Según la referencia anterior, todos los programas analizados están por debajo del 60% de siniestralidad, lo cual supone un valor poco significativo para los asegurados. Estos datos contradicen el principio de la mayor vulnerabilidad del segmento de menores ingresos frente a los riesgos.

#### 5.5.4. *Índice de renovaciones*

La formulación de este índice es el siguiente:

$$\text{Índice de renovaciones} = \frac{\text{Cantidad de renovaciones}}{\text{Cantidad renovaciones potenciales}}$$

En este índice se compara las renovaciones reales con las potenciales, excluyendo a aquellas derivadas de la elevada edad, fallecimiento, o por razones de incumplimiento de las condiciones del contrato.

El siguiente paso es conocer las causas de la no renovación, haciendo el seguimiento correspondiente. El caso típico es el de los microseguros ligados a operaciones crediticias, que se cancelan con aquellas.

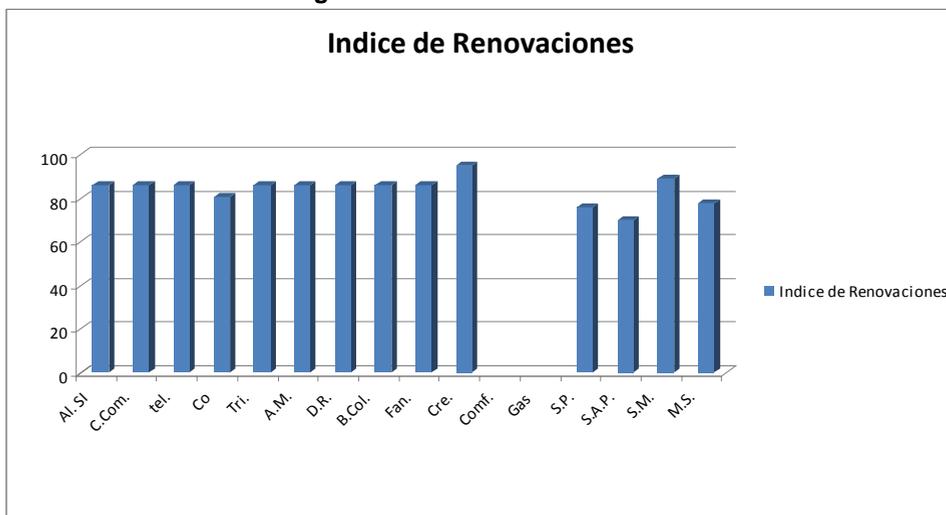
Con los datos de este índice se trata de buscar las razones que están afectando al desarrollo de unas carteras en crecimiento. Este índice está muy ligado al índice de persistencia.

En definitiva, el análisis de este índice nos informa del nivel de satisfacción de los asegurados dentro del programa, y tiene un especial significado cuando se trata de contrataciones obligatorias y llega el momento de la renovación voluntaria.

A nivel social parece claro que un elevado índice de renovaciones indica que se está dando respuesta, de forma adecuada, a una demanda real. Cuando tenemos un nivel bajo de renovaciones puede ser que estemos ante una demanda inicial forzada que no se ha consolidado y no genera una demanda natural.

Seguidamente pasamos al análisis del gráfico de la muestra de estudio.

**Figura 53:** Índice de renovaciones



**Fuente:** Desarrollo propio. Base de datos del trabajo de campo.

En los programas estudiados vemos como, salvo el de “S.P.”, el de “S.A.P.” y el de “M.S.”, en el resto de casos el nivel de renovaciones estaría en el 80%.

En los tres programas con menor índice de renovaciones estamos ante productos de cobertura de vida ligados a operaciones de microseguros. En el programa de “M.S.” es voluntario, pero también incide el vencimiento de la operación de financiación a la que va ligada.

Los niveles medios de renovaciones de los programas analizados estarían dentro de una valoración adecuada. El modelo señala que la referencia del 90% se considera “demasiado elevada” y podría encubrir situaciones de abuso por parte del asegurador (Wipf y Garand, 2008).

Este índice tiene un seguimiento periódico, para detectar situaciones en las que no se están cumpliendo los requerimientos de los clientes, analizando

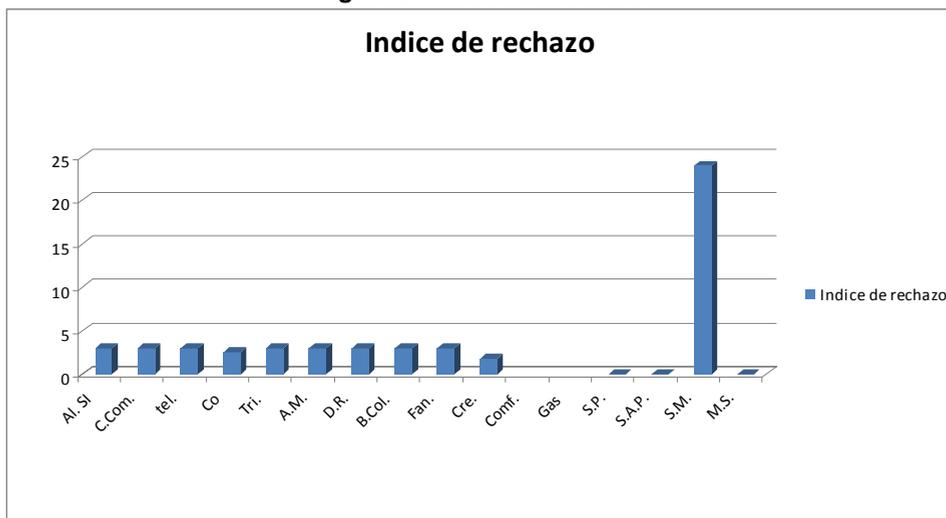
posteriormente las razones que llevan a desviaciones en los porcentajes de renovaciones.

### 5.5.5. Índice de rechazo de reclamos

La formulación de este índice es el siguiente:

$$\text{Índice de rechazo de reclamos} = \frac{\text{Cantidad de reclamos rechazados}}{\text{Todos los reclamos informados}}$$

**Figura 54:** Índice de rechazos



**Fuente:** Desarrollo propio. Base de datos del trabajo de campo.

Este índice nos da una información sobre la comprensión del producto por parte de los clientes, siendo fundamental transmitir con claridad las características de las coberturas y las exclusiones, de forma que el consumidor pueda hacer uso ajustado de sus derechos y sus obligaciones con respecto a la relación que le une con el promotor, asegurador, del programa.

También se pueden detectar razones de fraude, pero eso será objeto de los propios sistemas de inspección y control del asegurador.

Desde el enfoque social, hay que evitar que detrás de unos altos niveles de reclamos rechazados se oculten situaciones de abuso de ciertos aseguradores sin escrúpulos, que nieguen demasiados reclamos por razones técnicas o porque el asegurado no puede cumplir con requisitos que son poco realistas.

En los programas estudiados destaca el programa “S.M.”, donde el nivel de rechazo supera el 20%, que puede ser motivado por un mayor

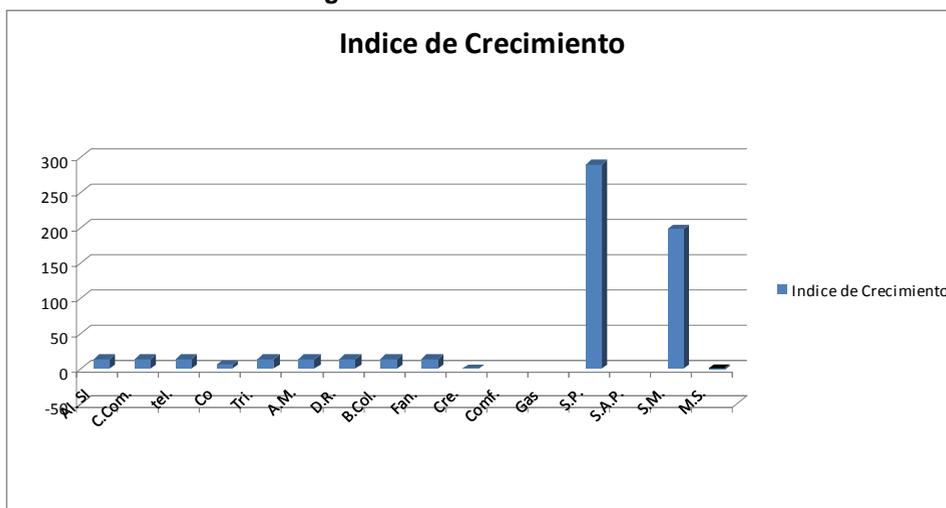
desconocimiento de las características del producto, derivadas de la singular comercialización que se realiza a través de las fuerzas de venta del canal.

### 5.5.6. Índice de crecimiento

La formulación de este índice es el siguiente:

$$\text{Índice de crecimiento} = \frac{\text{Cantidad de asegurados } n - \text{cantidad de asegurados } n-1}{\text{cantidad de asegurados } n-1}$$

**Figura 55:** Índice de crecimiento



**Fuente:** Desarrollo propio. Base de datos del trabajo de campo.

Este es un indicador clave, dado que nos traslada la información sobre el crecimiento, que es una variable que se estima al calcular la masa crítica necesaria para que un programa de microseguros sea sostenible.

Se suele definir este indicador como un aumento de la cantidad de asegurados en el periodo, dividido por la cantidad de asegurados al inicio de dicho periodo (wipf y Garand, 2008).

En cuanto a la interpretación de este indicador, el crecimiento suele ser mayor para esquemas nuevos y pequeños, en cuanto que sus bases son menores. El problema se plantea cuando hay que mantener crecimientos elevados, cercanos al 100%.

Hay que descartar los sistemas cautivos, que suponen una obligatoriedad de contratación, como puede ser la que se derive de microseguros ligados a microcréditos, comercializados por una Institución Microfinanciera. La tasa de crecimiento queda determinada por la operación financiera a la que va ligado.

La interpretación social es la que relaciona el rápido crecimiento con la aportación de valor para los asegurados (programas exitosos).

Destacamos de este gráfico los dos programas con mayor crecimiento, que se caracterizan por:

En el caso de “S.P.”, el programa está basado en un acuerdo entre el asegurador y una Caja Municipal, ligado a productos de microcréditos, coincidiendo el periodo de maduración del programa, tercer año, con el crecimiento de la propia Caja Municipal.

En el caso de “S.M.”, estamos ante un convenio del asegurador con un organismo público, para facilitar el producto a un colectivo amplio de funcionarios. La maduración del programa se inicia en el tercer año y se consolida en el cuarto.

Como vemos, es muy importante el momento de vida del programa, junto con el colectivo que pretende atender.

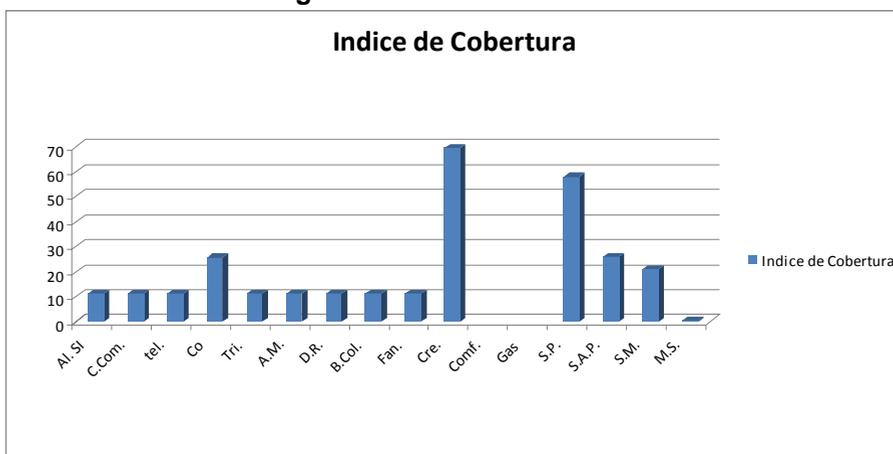
Los problemas de crecimiento se presentan en las primeras fases, en el primer año de arranque, y cuando el programa está consolidado y ya existe una alta penetración. Ambas situaciones afectan a parte de los programas analizados.

### 5.5.7. Índice de cobertura

La formulación de este índice es el siguiente:

$$\text{Índice de cobertura} = \text{Cantidad de asegurados } n / \text{Población abordada } n$$

**Figura 56:** Índice de cobertura



**Fuente:** Desarrollo propio. Base de datos del trabajo de campo.

El índice de cobertura es la tasa de participación o penetración dentro del mercado potencial.

Hay que delimitar cual es el mercado al que va atender el programa de microseguros, y calcular los objetivos de penetración del mismo, que han de prever el ritmo de crecimiento y el momento en el que se ha de alcanzar la masa crítica para que el programa sea sostenible.

Este índice está relacionado directamente con la efectividad en las ventas y distribución de los productos, requisito importante para la viabilidad del programa a medio y largo plazo.

Hay que distinguir entre la participación voluntaria u obligatoria en el programa, siendo, en el primer caso, un dato significativo del éxito o fracaso del mismo. De ser obligatoria no sería relevante.

Desde el punto de vista social, la alta cobertura significa que el programa ha sido ampliamente aceptado, generando valor para los asegurados.

De los programas analizados, el que mayor penetración muestra es el “Cre”, en razón del desarrollo del programa en los primeros años, que incorpora a un alto número de clientes de la Institución Microfinanciera, seguido del programa “S.P.”, coincidiendo con el dato que tenemos del fuerte crecimiento que está experimentado en este momento, según el índice de la figura anterior.

En este indicador hay que atender siempre a la previsión inicial del volumen del mercado potencial que se pretende atender, y contrastarlo con la realidad en el momento del análisis. Si las diferencias son importantes habrá que profundizar en las causas de las mismas (pueden darse errores en las previsiones iniciales del mercado potencial).

#### *5.5.8. Asegurados por debajo de la línea de pobreza*

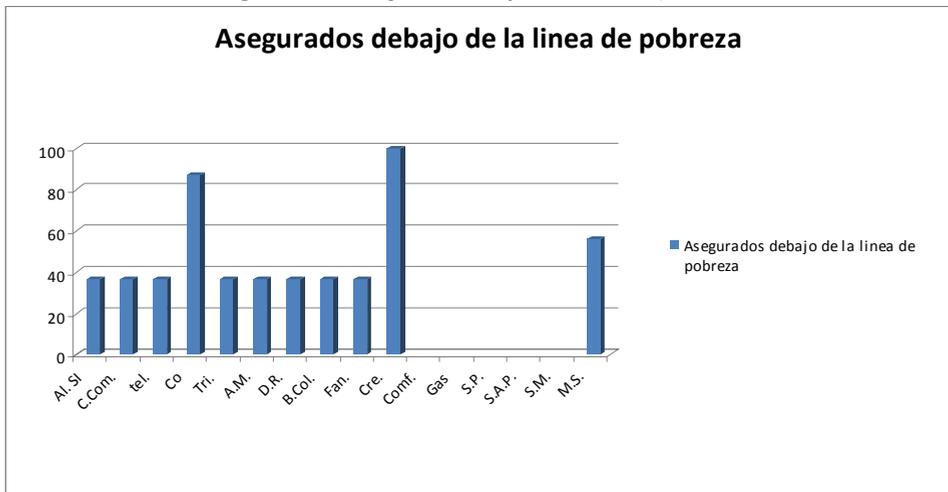
La formulación de este índice es el siguiente:

$$\text{Índice de asegurados por debajo de la línea de pobreza} = \frac{\text{Cantidad de asegurados por debajo de la línea de pobreza}}{\text{Cantidad de asegurados en el programa}}$$

El problema de cálculo de este índice es la definición de la línea de pobreza, y la herramienta para evaluar estos índices.

Este es el indicador social más significativo y aporta información sobre la capacidad que tiene el programa de generar un alto grado de accesibilidad e inclusión social al segmento de bajos recursos.

**Figura 57: Asegurados bajo la línea de pobreza**



**Fuente:** Desarrollo propio. Base de datos del trabajo de campo.

De los datos del gráfico destacamos el Programa “Cre”, con el mayor porcentaje de asegurados debajo de la línea de pobreza, dado que este programa está enfocado a microemprendedores del sector rural que tienen relación con una microfinanciera, que es el canal de comercialización.

Otro de los programas destacados por su enfoque social es el “Co”, que permite el acceso al microseguro de grandes colectivos, relacionados con distribuidores de servicios públicos, que hacen de canal de comercialización. Ambos programas, “Cre” y “Co” destacan por su alto nivel de eficiencia, con el más bajo índice de gasto incurrido, Figura 51, que les permite repercutirlo en una rebaja de la prima y la consiguiente mejora en el nivel de accesibilidad.

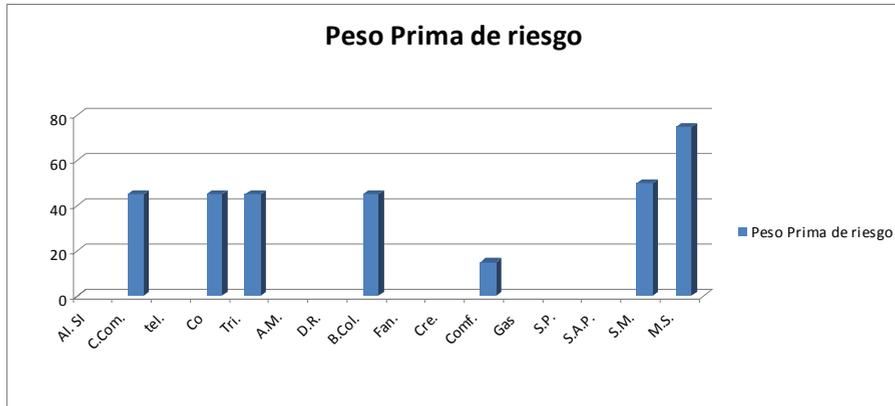
El tercer programa que destaca es el “M.S.” que aporta un nivel superior al 50% de asegurados por debajo de la línea de pobreza. Este programa, “MS”, está comercializado desde una ONG, con un alto nivel de sensibilidad sobre el colectivo de mujeres, en zonas rurales.

El índice de línea de pobreza utilizado por el Programa “M.S.” es el del ingreso mensual inferior a 550 soles (193 USD).

#### 5.5.9. *Peso de la prima de riesgo*

Con los datos que nos trasladan en la visita de campo, sobre el diseño de cada programa de microseguros y la incidencia de la prima de riesgo en la cuota a repercutir al cliente, desarrollamos el siguiente gráfico, que no está contemplado en el modelo de wipf y Garand pero que nos aporta información significativa de la realidad de los programas estudiados.

**Figura 58:** Peso de la prima de riesgo



**Fuente:** Desarrollo propio. Base de datos del trabajo de campo.

En este gráfico vemos las estimaciones de la prima de riesgo y la repercusión consiguiente en la cuota del microseguro, en el momento en que se realiza el diseño inicial del programa. Este cálculo se relaciona con el índice de riesgo del modelo de wipf y Garand, con una repercusión directa una vez ajustado a la siniestralidad real.

Una valoración errónea de la prima de riesgo, derivada de una previsión de siniestralidad inferior al real puede hacer peligrar directamente todo el programa. Por el contrario, un cálculo sobreestimado llevará a unos mayores márgenes para el asegurador, privando al asegurado de un retorno de valor relacionado con dicha variable.

Este indicador es el más complejo, ya que en el segmento de los microseguros no existen referencia de siniestralidad que se apliquen a todos los colectivos, por lo que el análisis ha de ser programa por programa.

Las muestras de este estudio, en su generalidad, toman en cuenta las incertidumbres señaladas y aplican márgenes más elevados que los de los seguros convencionales, en razón de la mayor vulnerabilidad del colectivo al que se dirigen estos productos. La realidad del índice de siniestralidad de la figura 52 desmiente esa mayor vulnerabilidad

Destacamos la falta de homogeneidad en el tratamiento del riesgo, de forma que cada programa aplica un criterio distinto sobre unas coberturas similares.

#### 5.5.10. *Peso del coste del canal de comercialización*

Al igual que en el punto anterior, estamos analizando el peso de la repercusión en la cuota del coste del canal, según el diseño inicial de los programas de microseguros que hemos estudiado. Posteriormente habrá que ajustarlo al coste real del canal de comercialización, que es lo que representa la figura 59.

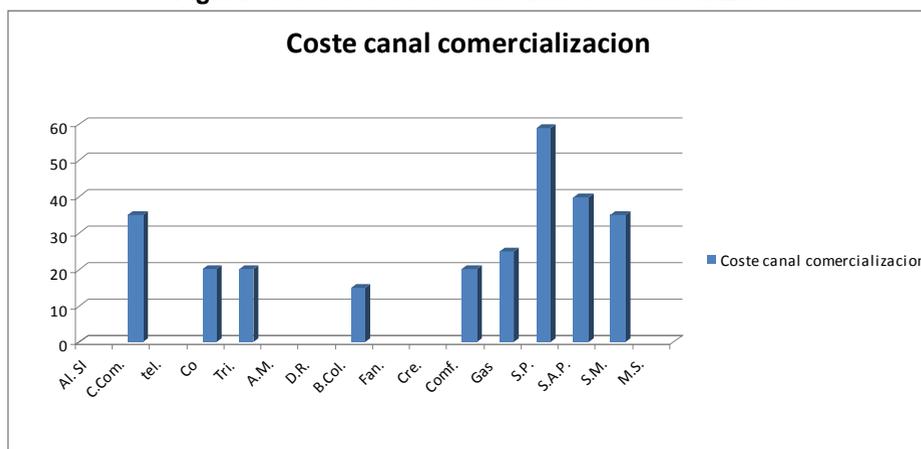
No se contempla este análisis en los modelos de Wipf y Garand, pero lo hemos incluido dado que entendemos que aporta información relevante.

El coste del canal de comercialización varía según el programa, las partes que intervienen en el mismo y la imputación directa o indirecta que cada tipo de comercializador puede aplicar. Lo habitual en los programas es utilizar diferentes canales de comercialización que se van complementando.

Tenemos casos en los que el comercializador es una Institución Microfinanciera o un banco, que se encarga de todo el proceso, con unos costes generales de distribución mínimos. Este es el caso de “B. Col”, que destaca con el menor peso de repercusión de este coste en la prima de los microasegurados.

Caso diferente será aquel en el que nos encontramos con diferentes partes, como el promotor, el bróker, las fuerzas de ventas del bróker y del mismo promotor. En estos casos los costes son más elevados y, por consiguiente, también el peso sobre la prima.

**Figura 59:** Peso del coste del canal de comercialización



**Fuente:** Desarrollo propio. Base de datos del trabajo de campo.

En los programas analizados vemos como destaca el coste del programa “S.P.” y el del “S.M.”

En el caso del programa “S.P.”, con una repercusión del 59%, es la entidad microfinanciera la que directamente se encarga de la comercialización y los tramites operativos, con una estructura de costes significativo, dado que no puede aprovechar su propia estructura de ventas, coincidiendo con el fuerte crecimiento de su actividad general.

En el caso del programa “S.M.”, la comercialización se realiza mediante las fuerzas de venta presenciales, puerta a puerta en los centros de trabajo,

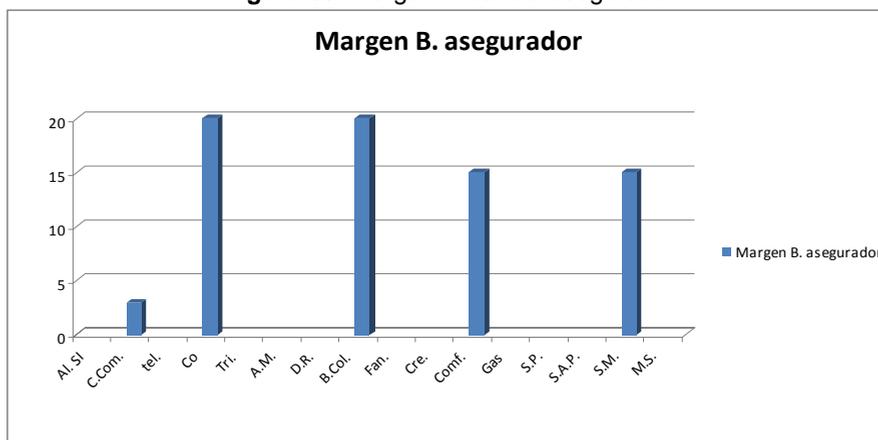
colegios estatales, siendo el bróker el que canaliza la comercialización, lo cual genera un elevado nivel de costes.

### 5.5.11. Margen Bruto del asegurador

Esta es la referencia final que nos da los datos sobre la rentabilidad del programa, y que irá relacionado con el índice de ingresos neto de Wipf y Garand, aunque no se corresponda con el mismo.

Hemos incluido este análisis, que no está dentro de los índices de Wipf y Garand, dado que lo consideramos significativo y complementario.

**Figura 60:** Margen Bruto del asegurador



**Fuente:** Desarrollo propio. Base de datos del trabajo de campo.

De estos datos podemos concluir el verdadero enfoque del programa de microseguros y el valor que tiene el criterio de rentabilidad comercial frente al de accesibilidad.

Los dos programas con mayor margen tienen una vigencia que les ha permitido amortizar las inversiones iniciales y mejorar la eficiencia de la operativa, con lo que están funcionando dentro de un modelo de bajo coste y alta eficiencia, generando unos márgenes que representan un peso superior al 15% del total de la prima.

Parece claro que la sostenibilidad es el primer objetivo para perpetuar el programa y que, lograda esta, el siguiente paso es optimizarlo desde un enfoque de eficiencia y costes, lo cual generará un margen de beneficio que puede ser aplicado a generar una prima más accesible o simplemente considerarlo como margen operacional adicional. La clave está en lograr el punto de equilibrio entre los planteamientos sociales y los de negocio. No se trata de sacrificar beneficios sino de maximizar los mismos, a medio plazo, por la vía del acceso a mayores volúmenes de clientes y primas.

## 6 CONTRASTE ENTRE EL MARCO TEÓRICO Y EL TRABAJO DE CAMPO

### 6.1. Aspectos coincidentes

Enumeramos a continuación los aspectos coincidentes:

- Identificación del microseguro por su relación con el segmento de bajos ingresos. Se distingue el microseguro comercial, sostenible, del microseguro social, que requiere ser subsidiado y que atiende al segmento sin recursos suficientes. La visión de mercado es exclusiva del microseguro comercial.
- Diferenciación entre la actividad microaseguradora formal y la informal, valorando el peso relevante de esta última. Se busca canalizar la actividad microaseguradora informal hacia la formal.
- Importancia de los canales de comercialización y primacía del modelo socio agente. Se manifiesta especialmente mediante canales no tradicionales, complementándose entre ellos.
- Falta de cultura y conocimiento de los seguros por parte del segmento de la Base de la Pirámide. Es indispensable promover los procesos de educación financiera.
- Papel decisivo del Regulador para promover la actividad microaseguradora. La normativa específica favorece el desarrollo de los microseguros.
- Necesaria implicación de las instituciones públicas y privadas, así como de los operadores de seguros tradicionales. Implicación general del sector tradicional de los seguros, como primera premisa.

### 6.2 Singularidades

Del análisis desarrollado en el trabajo de campo, vamos a destacar dos enfoques significativos, que son propios de los tres mercados estudiados.

### *6.2.1. Análisis por programas*

Los modelos genéricos tienen un sentido de clasificación y ordenación, siendo útiles para distinguir las diferencias básicas de cada uno, pero cuando se entra en los desarrollos concretos hay que distanciarse de las bases teóricas y analizar la realidad de la demanda y los recursos con los que se cuenta para poder atenderla.

Cuando entramos en la parte operativa, comprobamos como el tratamiento de cada programa es diferente y el modelo socio agente adquiere unas singularidades que obligan a contemplar el programa de forma global (colectivo, demanda, producto, canales de comercialización, distribución, aspectos de innovación, tecnología, inversiones, otros).

Incluso en los acercamientos por productos, seguidos por algunos operadores, la realidad socioeconómica del segmento condiciona de tal manera el resto de procesos, que obliga a hacer un rediseño muy similar a la configuración del programa.

### *6.2.2. Sostenibilidad y maximización de beneficios*

En primer lugar, afirmar que en ninguno de los programas analizados hemos encontrado que se utilicen los indicadores que aplicamos, ni para el diseño inicial del programa ni para el seguimiento posterior, por lo que su aportación queda dentro del marco teórico.

Cuando los operadores son aseguradores tradicionales o entidades financieras, se utilizan los indicadores genéricos de la actividad aseguradora, con ajustes derivados de la marcha del programa, y siempre con una visión de negocio similar a la de la actividad tradicional.

Los cálculos de la prima de riesgos se realizan utilizando las tablas actuariales de la actividad aseguradora, siendo mayoritario el producto de "Vida", y se incorpora un plus en razón de la mayor vulnerabilidad estimada del colectivo.

Es una práctica extendida el cálculo inicial de la prima de riesgo al alza, y si se produce una diferencia real a la baja se imputa como mayor margen operacional.

Como aspecto relevante, subrayar que los datos reales de siniestralidad, en muchos de los programas, no se corresponden con la estimación de mayor vulnerabilidad de los colectivos objetos de los mismos (figura 52). Este hecho puede deberse a la falta de conocimiento y cultura de seguros, por parte de los microasegurados, que pueden desconocer las coberturas que tienen o el proceso de reclamaciones. Es necesario valorar un marco de regulación que proteja ante prácticas abusivas.

Como hemos adelantado, en cuanto a los estudios de rentabilidad, costes y retorno de la inversión, se siguen utilizando los criterios tradicionales de análisis de negocio. Hay que diferenciar cuando el operador es una Cooperativa o una Mutua, donde los criterios son distintos, primando los intereses de los miembros.

Los operadores con forma de cooperativa suelen presentar ofertas iniciales de productos muy específicos, como el microseguro de exequias, y continúan ampliando la oferta de productos.

Gracias a la contratación masiva, la rebaja de costes en los procesos, las innovaciones, los recursos tecnológicos y la idoneidad de los canales de comercialización, se alcanza un modelo de programa de microseguros altamente eficiente, que hace viable una prima asequible para un mayor número de miembros del segmento de “*bajas rentas*”.

Si analizamos los programas del estudio de campo, comprobando los índices de ingresos netos y el margen bruto para el asegurador (figuras 50 y 60), podemos afirmar que la realidad es que, en términos generales, las mejoras de eficiencia de los programas no se repercuten directamente en una rebaja de las primas, lo cual las haría más accesibles, sino que, principalmente, se aplican a incrementar el margen operacional.

Ciertamente, esta operativa que hemos mencionado no se corresponde con la filosofía de los microseguros, aunque hay que aclarar que la actividad microaseguradora en sentido puro pocas veces se manifiesta en el entorno de los países del estudio. Estamos ante mercados donde los denominados “*seguros masivos*”, referidos a la contratación grupal, tienen carta de naturaleza y no se circunscriben al segmento de bajas rentas, por lo que no son propiamente microseguros.

Se está produciendo un cambio de enfoque en el posicionamiento de negocio de los operadores tradicionales, tendente a lograr sus objetivos de rentabilidad por incremento de volúmenes, facilitando así una mayor accesibilidad al segmento de bajas rentas y el consiguiente aumento de la cuota de mercado en dicho segmento.

En los programas que hemos analizado, siempre que el operador sea un asegurador convencional, apenas se dan situaciones límites que cuestionan la sostenibilidad de los programas. Solo se ponen en marcha los programas que tienen una viabilidad inmediata y unos retornos de la inversión suficientes, según los parámetros de la actividad aseguradora tradicional.

Ya hemos adelantado que lo dicho sirve para unos determinados operadores, salvando la excepcionalidad de las cooperativas y las mutuas, donde el margen de negocio se materializa en mejoras en la atención y los servicios para los miembros de las mismas. Aquí no prima el criterio de maximización del beneficio en el corto plazo.

## 7 CONCLUSIONES Y LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN

### 7.1. Valoraciones generales

#### 7.1.1. Apuntes básicos

##### A) El concepto teórico como punto de partida

Los microseguros vienen definidos, conceptualmente, por el segmento al que se dirigen, el de bajos ingresos o base de la pirámide, por lo que si no se cumple esta característica estaríamos ante una actividad aseguradora que puede ser singular pero que no es estrictamente microaseguradora.

Partiendo de la aceptación de la anterior premisa, quedarían fuera los seguros de pequeño importe y bajas coberturas que tuvieran como objetivo la generalidad de clientes potenciales, sin atender solo a un segmento concreto de rentas, el de la B.P.

##### B) Contraste con la actividad microaseguradora real

En los programas de microseguros del trabajo de campo no encontramos el producto de microseguros conceptualmente puro, exclusivo para la base de la pirámide.

Los microseguros reales son productos abiertos, que permiten el acceso de los segmentos de menores rentas, que se caracterizan por las bajas primas y bajas coberturas, con procesos de bajo coste; como la contratación masiva y la comercialización por canales no tradicionales. Esta realidad es la que se trata de encajar en la denominación de microseguro en América latina.

En este estudio contemplamos el microseguro en su versión más amplia, no excluyente, que es la que se manifiesta en la realidad de los programas.

El segmento de pobreza no es fijo y estable, sino que hay un continuo flujo entre los distintos segmentos, como ya hemos visto en el caso de Brasil con la conformación de la nueva clase media, por lo que los criterios de definición estrictos pueden chocar con la realidad de cada situación

Los microseguros dan respuesta al segmento mayoritario en los países en desarrollo, donde incluimos los de la muestra que estamos manejando, por lo que su relevancia social y económica es indudable.

El microseguro en América latina ha de servir de motor de desarrollo económico y social, rebajando el nivel de vulnerabilidad del segmento de bajos recursos, generando una mayor seguridad propiciatoria de actividades y proyectos con un mayor nivel de productividad.

### C) Orientaciones ante problemas de mercado.

Por lo que se refiere a las dificultades añadidas de esta actividad, la primera de ellas, desde el punto de vista técnico, es la que se refiere a la identificación de la demanda y la evaluación del riesgo, componentes clave para poder diseñar un producto realmente efectivo y creador de valor para el asegurado.

El diseño inicial del producto tiene que responder a un nivel de conocimiento que irá variando con la experiencia de la relación con el segmento, obligando a un rediseño posterior de los productos, que irán adaptándose en la medida en que la demanda se clarifique y las respuestas por parte de los clientes generen información valiosa de retorno.

Un problema general, de gran calado, al que ya nos hemos referido en varias ocasiones, es el de la falta de cultura de seguros del segmento y los usos y costumbre del mismo, siempre ligados con las tradiciones y las soluciones informales, lo cual impide que la demanda se manifieste y el desarrollo de la oferta y los productos se encauce con facilidad.

En los programas estudiados, vemos como se salvan estas dificultades mediante la utilización de canales de comercialización cercanos al colectivo y el apoyo de los líderes locales.

Para superar los condicionantes culturales y sociales, que normalmente tienen un fuerte arraigo, habrá que promover inversiones dirigidas al marketing educacional, generando un conocimiento mayor del mundo de los seguros en general y de los microseguros en particular, respondiendo así a la realidad social del segmento.

La formación ha de centrarse, igualmente, en quienes asesoran profesionalmente a los clientes, que son los que tienen el contacto con ellos, y necesariamente han de generar y transmitir esa confianza que, de salida, es escasa.

Un ejemplo destacado es el Programa de Educación Financiera, puesto en marcha en febrero del 2009, promovido en Colombia por la Federación de Aseguradores colombianos, Fasecolda, junto con la Fundación de Aseguradores Colombianos, Fundaseg, y un organismo público, el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA<sup>30</sup>.

---

<sup>30</sup> Acceso a la información de este programa vía la web [www.fasecolda.com](http://www.fasecolda.com)

#### D) Factores para diseñar un programa de microseguro de bajo coste

1. *Modelo óptimo de comercialización*: Búsqueda de un modelo óptimo de comercialización, que en la mayoría de programas analizados se corresponde con el de socio agente, singularizado por los canales no convencionales, muy cercanos al colectivo al que se accede.

En este punto, señalar que es relevante la normativa de control de la actividad de estos canales no convencionales, a fin reforzar la seguridad de las partes y de la propia actividad.

2. *Contratación masiva*: En el proceso de relaciones con los clientes, las interacciones son múltiples y diversas, lo cual supone un incremento de costes elevado, difícil de soportar si el enfoque es operación a operación, por lo que la viabilidad económica pasa por la contratación y gestión masiva.
3. *Masa crítica*: Es necesario propiciar la contratación de grandes volúmenes iniciales, alcanzando la masa crítica necesaria para cubrir los costes fijos y los costes variables del programa, dentro del plazo previsto en la planificación inicial.
4. *Estandarización de los productos y procesos*: Otro de los factores a tener en cuenta es la necesaria estandarización de los productos y los procesos operativos, que van desde la simple contratación hasta el recaudo de la cuota y el pago de las indemnizaciones, logrando una rutina de operaciones sencilla.
5. *Soportes tecnológicos*: Al efecto de buscar la eficiencia de los programas de microseguros y dotarlos de la máxima operatividad, es decisiva la inclusión de recursos tecnológicos apropiados, que habrá que diseñar a la medida de las necesidades concretas de cada programa.

#### E) Reflexiones añadidas

Un aspecto de especial relevancia, que se repite en la mayoría de los programas de microseguros, es el de la falta de equilibrio entre el criterio empresarial, de la maximización de beneficio a corto plazo, y el social, de la maximización del impacto social, por lo que procede alcanzar el punto de ajuste entre ambos posicionamientos, logrando ambos objetivos en el medio plazo.

En relación con lo señalado anteriormente, como principio, no hemos de olvidar que los microseguros son un negocio de márgenes bajos y elevados volúmenes de negocios (Alianz Group 2010), de forma que la rentabilidad y la maximización del beneficio tienen que llegar por los elevados volúmenes de contratación, que a la vez darán la respuesta a los objetivos sociales de accesibilidad e inclusión financiera.

A lo largo de la vida del programa habrá que evaluar el comportamiento de las distintas variables económicas, con los ajustes que correspondan, para mantener la sostenibilidad y los márgenes de beneficio previstos, aplicando los excedentes a una reducción de la prima, con lo que se incrementa la accesibilidad y el volumen total de ingresos. Siguiendo este patrón entraríamos en un círculo virtuoso de negocio recurrente.

### 7.1.2. Singularidades del análisis de los programas de microseguros

#### A) Dificultades para configurar un modelo general

Por lo que se refiere a los principios conceptuales que hemos mencionado a lo largo de este estudio, han de ser ajustados a la realidad concreta del programa, siendo muy difícil establecer un modelo general, de manera que es indispensable conformar un traje a la medida del colectivo que se pretende atender. Esto nos lleva al estudio de la actividad microaseguradora desde los programas de microseguros.

#### B) Innovación y tecnología

Una constante en los programas estudiados son los aspectos de innovación, que incorporan novedades funcionales, ajustadas a las particularidades del programa, así como los medios tecnológicos para buscar la eficiencia.

#### C) La rentabilidad por volúmenes

Como consecuencia de la eficiencia de los programas se producen ahorros de costes, que prioritariamente se aplican a mejorar el margen operacional en lugar de a rebajar la prima, constituyendo una aportación fundamental a la cuenta de resultados del asegurador (Figura 50).

Valoramos esta realidad como resultado del momento inicial de evolución del mercado de los microseguros en América Latina, en pleno proceso de cambio.

### 7.1.3. Vuelta a los esquemas básicos

#### A) Postulados vigentes

Siguen vigentes los dos postulados tradicionales del “*impacto social*”, característico del producto y el segmento al que atiende, y el “*impacto económico*”, que se manifiesta en la sostenibilidad como principio necesario para poder mantener ese impacto social a lo largo del tiempo, y la propia rentabilidad, que es la que va facilitar la incorporación de nuevos operadores en este mercado. Los medios económicos y el conocimiento están en manos de los operadores tradicionales.

1. *En cuanto al impacto social:* Estaremos contemplando la mayor o menor accesibilidad sobre el volumen total del segmento sobre el que se aplica un programa de microseguros, que, cuando es de ámbito global, coincide con el total del mercado. Cada programa tiene su propio objetivo de penetración en el mercado donde actúa.

Los términos de medida del impacto social teóricamente parecen simples y la valoración parece que no reviste mayor problema, pero se complica cuando se profundiza y se entra al detalle.

Las dificultades se presentan cuando tenemos que analizar los elementos que incrementan la accesibilidad al colectivo, que no siempre están relacionados con la mayor o menor prima a pagar sino que existen otros componentes de disponibilidad del producto, e incluso de respuesta adecuada del mismo a las necesidades del colectivo.

De las experiencias del estudio, entendemos que hay que profundizar individualmente, siguiendo la estrategia del programa concreto de microseguros, siendo la percepción del colectivo la que dará respuesta a la valoración del mismo desde el punto de vista social.

2. *El principio de la sostenibilidad y la rentabilidad:* ambos van relacionados, siendo el primer paso la sostenibilidad del programa y el siguiente la adecuada rentabilidad.

Destacamos el matiz de la “*adecuada rentabilidad*”, dado que significa dar prioridad al criterio estratégico de accesibilidad, penetración y volumen, sobre la maximización del margen comercial a corto plazo.

## B) Valoraciones complementarias

Añadimos, como factores relevantes, la aportación de los medios tecnológicos, las iniciativas innovadoras y los canales alternativos. El desarrollo del futuro mercado de microseguros en América Latina se basa en estos factores.

1. *Medios tecnológicos y medidas innovadoras:* Afectan a todo el programa de los microseguros, desde la comercialización, la contratación masiva, la distribución, el recaudo, reclamo, indemnización, los procesos de comunicación y tramitación interna, control de siniestralidad, incidencias, control de fraude, análisis del riesgo estadístico, etc.
2. *Canales alternativos:* Siendo la clave de la mejora en eficiencia de los programas, hay que señalar que la potenciación de los canales alternativos, dentro del modelo socio agente, ha de ser compatible con el cumplimiento de los principios prudenciales que el regulador, en cada caso, determine, en aras de crear un marco de seguridad para el cliente y para el propio sistema (es importante evitar la proliferación descontrolada de los mismos).

3. *Desarrollo futuro del mercado*: En cuanto al desarrollo futuro del mercado de los microseguros en América latina, la tendencia general hace presagiar la evolución hacia un mercado altamente competitivo, donde se buscarán posicionamientos estratégicos que redundarán en unos precios que pueden ser asumidos por la B.P., incrementando la accesibilidad del segmento.

#### 7.1.4. La eficiencia económica y social

Si partimos de lo señalado sobre la visión de un futuro mercado de microseguros, altamente competitivo en América Latina, parece oportuno recordar que las claves económicas de todo programa de microseguros pasan por un esquema de eficiencia económica y social, con unos flujos y conexiones singulares. En la siguiente figura aportamos un modelo concreto que consideramos representativo y generalizable.

**Figura 61:** Esquema de eficiencia económica y social



**Fuente:** Desarrollo propio.

En los programas analizados, vemos que se aplican distintos acercamientos de negocio, que contemplan la innovación, tecnología, los canales no convencionales, la contratación masiva y otros aspectos que hacen que cada programa se ajuste a la realidad del colectivo y los medios disponibles, alcanzando un alto nivel de eficiencia operativa.

En la figura 61 podemos ver cómo, partiendo de la necesaria sostenibilidad que se alcanza en todos los programas estudiados, se atiende a los dos condicionantes; el de la rentabilidad exigida desde los criterios comerciales y el de la accesibilidad del segmento, como clave de inclusión social.

Este círculo virtuoso contempla las claves de funcionamiento que promueven un mercado de alta competencia, que derivará en una necesaria apuesta por la

innovación, la creatividad y la aplicación de soluciones tecnológicas de bajo coste, al efecto de poder brindar unos precios más accesibles y más competitivos en términos de mercado.

Si vamos conectando los componentes de este esquema, tenemos que los volúmenes nos llevan a la economía de escalas, la ley de los grandes números a la hora del tratamiento del riesgo y, de nuevo, a las eficiencias operativas con mejoras de rentabilidad que, en definitiva, hacen más atractivo para los operadores la apuesta por este mercado.

Este esquema puede servir como complemento a lo que hemos visto hasta este momento, dado que incorpora flujos de actividad que, con independencia de las particularidades de cada programa, pueden ser generalizables como marco de análisis operativo.

Hemos de subrayar que la valoración no puede ser estática, dado que es totalmente distinto el momento inicial, de diseño del programa, del seguimiento posterior, necesario para ver si se cumplen las previsiones, del que puede resultar un ajuste corrector de las mismas.

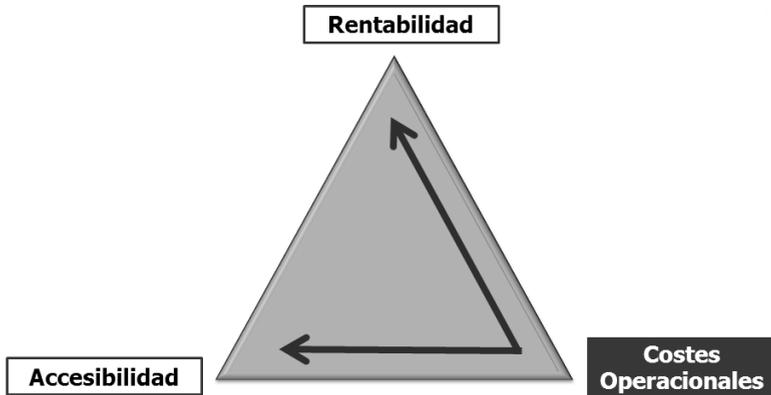
Un elemento a tener en cuenta es la masa crítica necesaria para lograr las claves de sostenibilidad y rentabilidad, así como el momento de lograr esa masa crítica, que hace viable el proyecto de inversión, utilizando los criterios económicos tradicionales.

Como vemos, este esquema contempla las diversas etapas que llevan a que los programas de microseguros alcancen ese equilibrio necesario entre la visión económica y social, aunque el recorrido hasta lograrlo esté lleno de dificultades, superables según las experiencias que hemos podido contrastar.

Destacamos que los acercamientos de negocio que hemos mencionado han permitido alcanzar la sostenibilidad en todos los programas estudiados y también rentabilidades de mercado en el corto, medio y largo plazo.

Esta situación nos lleva a valorar que, tras superar el reto de la sostenibilidad, nos queda pendiente el de la inclusión social, que gráficamente representamos en la siguiente figura.

**Figura 62:** El reto de la inclusión social.



Fuente: Desarrollo propio

Según apreciamos en la figura 62, una vez alcanzado un alto nivel de eficiencia, al optimizar los costes operacionales del programa, estos ahorros pueden ser repercutidos al margen de rentabilidad, con una visión de mercado cortoplacista, o a rebajar la prima, haciéndola más accesible, buscando rentabilidades de mercado, por volúmenes, en el medio y largo plazo.

En los programas analizados, en líneas generales, ha primado la rentabilidad de mercado en el corto plazo, por lo que se aprecia una falta de equilibrio entre el desarrollo económico y social, aspecto diferenciador de la actividad microaseguradora, entendida como inclusiva y de fondo social.

En cuanto a la viabilidad de alcanzar el equilibrio entre la inclusión social y los márgenes de rentabilidad de mercado en el medio y largo plazo, destacamos dos programas que nos confirman con su experiencia esta realidad, caso del programa Co y del Cre, que, partiendo de un nivel elevado de eficiencia (figura 51), con unos costes bajos, compatibilizan un elevado grado de inclusión social (figura 57) con una rentabilidad de mercado en el medio y largo plazo (figuras 50 y 60), por lo que no se trata de renunciar a las premisas del negocio tradicional, sino de alinearlas con los principios sociales que caracterizan al microseguro como producto inclusivo.

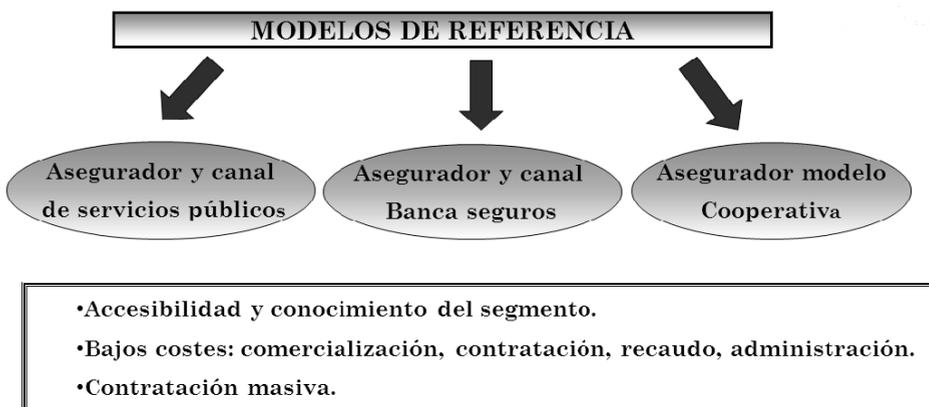
## 7.2. Propuesta de modelos de sostenibilidad

Siguiendo el principio del equilibrio entre los aspectos de negocio y los sociales, alcanzable en el medio plazo, incorporamos tres esquemas de actuación basados en *programas reales* de este estudio, que reflejan prácticas positivas y generalizables, en dos variantes del modelo socio agente; uno representando el esquema asegurador canal no tradicional y el otro el asegurador canal tradicional. El tercer esquema es un modelo singular de un microasegurador especializado en el seguro exequial, la Cooperativa, que

constituye un referente de buenas prácticas e impulso de la actividad microaseguradora en el mercado de América Latina.

Los tres modelos incorporan características que deben aportar los programas de microseguros, como son: La accesibilidad y conocimiento del segmento, los bajos costes y la contratación masiva.

**Figura 63:** Esquema de modelos de referencia



**Fuente:** Desarrollo propio.

### 7.2.1. Asegurador y canal "Empresa de Servicios Públicos"

#### A) Diseño de la oferta

Batería de productos: Vida, asistencia domiciliaria 24 horas y asistencia de exequias.

El diseño de la oferta es el resultado de una encuesta previa para valorar la sensibilidad del colectivo ante determinados riesgos y así detectar la demanda potencial del mismo.

La demanda se activa en razón de una oferta de productos adecuada.

Es importante que los productos sean sencillos, tanto para la venta como para la administración y control.

#### B) Canal de comercialización y distribución

Acuerdo entre el asegurador y una empresa de servicio público con amplia base de clientela y ámbito geográfico nacional.

El acuerdo se documenta en una oferta mercantil, y contempla la responsabilidad del suministrador de servicios públicos respecto a la facturación y recaudo de las primas de los contratos de seguro, a través de la factura del servicio público, a cambio de una remuneración que ha de pagarle el asegurador. Incluye la administración conjunta, con el asegurador, de los canales de venta.

El colectivo al que se accede es el de los clientes de la compañía suministradora de servicios públicos, y los canales de venta utilizados son varios, de los que enumeramos: venta telefónica, red de vendedores puerta a puerta y promotores del canal de distribución. La retribución se instrumenta mediante comisiones e incentivos por ventas.

En el canal de comercialización se valora la fácil accesibilidad al segmento, el bajo coste de la facturación y el recaudo de las primas, y la facilidad de la contratación masiva.

Según podemos ver, en este modelo se han contemplado tanto los aspectos de costes como de operatividad del canal de distribución y de los sistemas de ventas.

### *C) Desarrollos tecnológicos*

El asegurador invierte en desarrollos tecnológicos propios para mejorar la eficiencia de la parte de administración y control, así como el manejo de la base de datos y las conexiones con el distribuidor de servicios públicos.

Es necesario incorporar avances tecnológicos, diseñados para el programa concreto, con el fin de lograr una mayor calidad y una operatividad idónea.

Dentro del plan económico habrá que contemplar el coste de las inversiones y las partidas a aplicar a la amortización de los mismos, entendiendo que el riesgo inicial puede ser alto.

El programa en el que nos hemos basado para incorporar esta referencia es el desarrollado en Colombia por MAPFRE y la distribuidora de servicios de electricidad CODENSA, programa "co", que lleva funcionando 11 años, siendo un referente de buenas prácticas, logrando en el medio y largo plazo, como hemos visto en los indicadores (Figuras 50, 51, 57 y 60), un alto nivel de eficiencia, bajos costes, accesibilidad del segmento de bajos recursos, sostenibilidad y márgenes comerciales de mercado.

## 7.2.2. Asegurador y canal banca-seguros

### A) *Diseño de la oferta*

En este caso, el producto básico es el microseguro de vida temporal, relacionada directamente con el microcrédito, al que acompaña y garantiza. Matizar que hay casos en los que es obligatorio para la concesión del microcrédito.

La oferta de microseguros se amplía, con diferentes grados de cobertura, llegando a incluir los riesgos de la unidad familiar.

El conocimiento y la confianza del cliente lo aporta el banco, participando con la compañía aseguradora en el diseño de los productos.

Acceso al cliente y conocimiento de su historial económico.

La interlocución con el cliente la sigue manteniendo el banco, a través de sus fuerzas de venta.

### B) *Canal de comercialización y distribución*

Simplicidad en la comercialización, ligada a la concesión del microcrédito o a través de la venta cruzada a la propia base de clientela. La contratación y el recaudo se materializan mediante procesos internos de cargo en cuenta.

Proceso de comercialización y operativa de bajo coste, que mejora la productividad de las fuerzas de venta del banco, logrando una mayor vinculación del cliente e ingresos adicionales por comisiones.

El acuerdo se materializa en documento mercantil, en el que se detallan las responsabilidades del asegurador como titular del riesgo, y del banco como comercializador y distribuidor, que asume las labores de contratación, recaudo de las primas y canalización de las reclamaciones.

### C) *Desarrollos tecnológicos*

En este caso, la inversión en desarrollos tecnológicos es conjunta, de forma que los sistemas operativos de ambas entidades puedan transmitir la información necesaria para cumplimentar todas las fases de la actividad microaseguradora, desde la contratación hasta el pago de las indemnizaciones.

Es indispensable que la tecnología del asegurador y de la entidad financiera sean compatibles, y los programas se desarrollen conjuntamente.”

En este punto, habrá que contemplar el plan de inversiones y dotar un presupuesto con las partidas a aplicar.

Tomamos como referencia dos programas que llevan funcionando un promedio de 5 años; el programa “cre”, cuyos indicadores podemos contrastar (figuras 50, 51 y 57), cuyo esquema de asociación liga a un asegurador con un banco público, y el programa credi amigo, BA-1 (figura 49), basado en un convenio de MAPFRE Brasil con una Institución Microfinanciera privada. En ambos programas se alcanza un elevado nivel de eficiencia, costes bajos, que permiten compatibilizar la inclusión financiera y la sostenibilidad y rentabilidad comercial, con visión de medio plazo.

Hemos eludido mencionar matices que no consideramos relevantes, al no ser generalizables, como la participación de una ONG, por razones de normativa laboral local.

### *7.2.3. La cooperativa como asegurador*

#### *A) Diseño de la oferta*

En este caso el microseguro básico es el microseguro de exequias, cubriendo todo el proceso del sepelio. Se va ampliando la gama de productos con coberturas de vida.

El conocimiento de la demanda, del colectivo, la cercanía y confianza son elementos que se dan en este modelo cooperativo, donde coincide el asegurador y el asegurado.

En este caso existe una especialización en un producto, que es el microseguro de exequias. Esto es entendible, dado que el asegurador es una Cooperativa financiera, constituida por una cooperativa funeraria. Tomamos como referencia el caso de la cooperativa La Solidaria en Colombia.

El origen de la cooperativa marca el desarrollo posterior, que en este caso deriva en una oferta limitada, singular, y especializada.

La cooperativa funeraria es la que marca las pautas generales y controla a la segunda.

#### *B) Canal de comercialización/distribución*

En este modelo no hay una división entre asegurador y comercializador, ni por lo tanto relación socio agente, por lo que la comercialización y todo el proceso de distribución se desarrolla directamente entre la cooperativa, asegurador, y los cooperativistas, asegurados.

En este modelo será el asegurador el que complete todo el proceso, con unos costes bajos y un esquema operativo interno poco complejo. Las cuotas de los cooperativistas incorporan la parte de la prima de cobertura del microseguro de exequias, los reclamos están centralizados y el proceso de pagos es ágil.

Los costes son bajos y prima la accesibilidad de los cooperativistas a las coberturas más completas.

### C) *Desarrollos tecnológicos*

Los desarrollos tecnológicos son los básicos de los procesos de administración y control, y no se requieren inversiones de gran calado.

Simplicidad operativa como elemento distintivo.

Las inversiones son de adaptación y modernización de los sistemas, no siendo necesaria la creación de nuevos soportes tecnológicos, más allá de los planes internos de renovación.

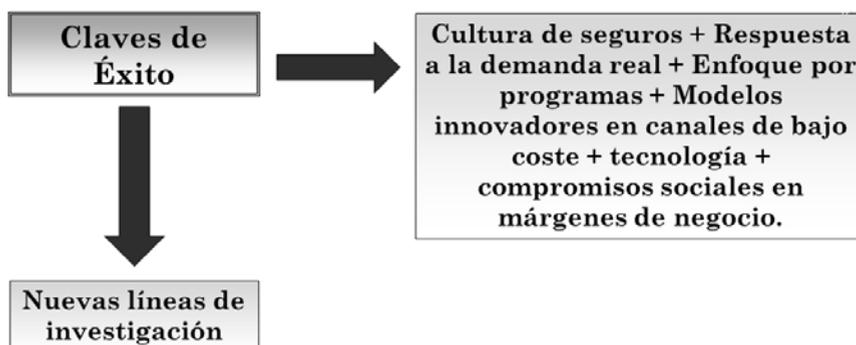
La experiencia que tomamos como referencia es la del operador de mayor antigüedad y cuota de negocio de su mercado nacional, C-GAMMA, en el microseguro de exequias, logrando compatibilizar la oferta de primas asequibles para el segmento de bajos recursos con los criterios económicos de sostenibilidad y rentabilidad de negocio.

#### 7.2.4. *Aspectos generalizables, comunes a los distintos programas*

Existen determinadas barreras que han sido superadas por los programas exitosos que hemos analizado, que representan las referencias claves para ser tenidas en cuenta cuando se empieza a plantear un programa de microseguros nuevo.

A lo largo de este estudio, nos hemos referido a ellas en distintos momentos, pero aquí las agrupamos para aportar una visión general, siendo conscientes de que se abren diferentes vías de investigación.

**Figura 64:** Elementos clave para los programas de microseguros



**Fuente:** Desarrollo propio

A continuación relacionamos los aspectos relevantes de las claves de éxito de la figura anterior:

- La cultura de seguros: La falta de educación financiera y la propia de los seguros es uno de los mayores problemas para que se valoren los productos de microseguros, por lo que esta es la primera clave de éxito y una de las barreras más difíciles de superar.
- Respuesta a la demanda real: Es indispensable alcanzar un mayor conocimiento del mercado, de forma que la oferta y la demanda estén alineadas.
- Enfoque por programas: Una vez que existe ese conocimiento del mercado y se ha manifestado la demanda real, el enfoque por programas permite dar una respuesta global, superando la visión de producto, atendiendo a la realidad que se manifiesta de forma diversa en el segmento de pobreza.
- Modelos innovadores en canales de bajo coste: Aportan la cercanía y la confianza de la que carecen tanto el producto, por desconocimiento, como el operador formal de seguros, por lejanía, siendo el más importante factor de costes de los programas de microseguros.
- Las experiencias de América Latina son de alto valor, ya que aportan su capacidad de innovar en canales de comercialización no convencionales, de bajo coste, como hemos visto en el trabajo de campo.
- Tecnología: Los recursos tecnológicos, a mayores de las eficiencias operativas que incorporan, inciden especialmente en la parte de comercialización y venta de los microseguros, permitiendo una accesibilidad que supera las limitaciones físicas de presencia y distancia, abriendo nuevos modelos de comunicación de bajo coste.
- Compromisos sociales en márgenes de negocio: Este capítulo sigue siendo la asignatura pendiente, si lo que se pretende es entrar de lleno en la actividad microaseguradora, superando el estadio actual de los llamados “microseguros masivos”, donde prima el margen de negocio a corto plazo, aportando ese “mayor compromiso” con la inclusión del segmento de bajos recursos.

### **7.3. Nuevas líneas de investigación**

#### *7.3.1. Profundización del conocimiento del mercado*

Como una línea de trabajo continuista, entendemos que hay que seguir aumentando el conocimiento del mercado de los microseguros en América latina, en sus diferentes manifestaciones, incorporando las singularidades de cada país y las experiencias exitosas que pueden servir como referencias de buenas prácticas.

### *7.3.2. El enfoque por programas, como base de estudio*

Ante la dificultad de buscar referencias generalizables, se abre una línea de investigación centrada en identificar los programas por tipologías, clasificarlos por mercados, y desarrollar una metodología de trabajo para la puesta en marcha de los mismos, partiendo de las experiencias reales, distinguiendo el momento inicial, diseño del programa, una segunda fase, viendo el desarrollo real, y una tercera, en cuanto a la proyección futura.

### *7.3.3. Los planes de educación aseguradora, clave de la demanda de microseguros*

La falta de educación financiera y la propia de los seguros es uno de los mayores problemas para que se valoren los productos de microseguros y se desarrolle una demanda natural de los mismos en América latina.

La profundización en los planes y actuaciones que se están poniendo en marcha, conjuntamente entre organismos públicos y privados, abre un campo de investigación especialmente relevante.

### *7.3.4. El desarrollo de los canales de comercialización no convencionales*

Una de las particularidades del mercado de América latina es el desarrollo de canales singulares, diferentes de los tradicionales de la actividad aseguradora, por lo que se abre una línea de estudio en cuanto al futuro de estos canales y la posibilidad de activar nuevas modalidades de acercamiento al segmento de la base de la pirámide.

### *7.3.5. La innovación tecnológica como aportación a la actividad microaseguradora*

La tecnología está teniendo un papel fundamental en todo el proceso de reducción de costes de la actividad microaseguradora, permitiendo una masificación más rápida de los microseguros en América latina.

En los programas que hemos analizado, la inversión en tecnología es un aspecto decisivo, y el desarrollo futuro pasa por incorporar nuevos avances, por lo que esta línea de investigación es de especial relevancia.

## **AGRADECIMIENTOS POR LAS APORTACIONES EN LAS ENTREVISTAS DEL TRABAJO DE CAMPO**

D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Victoria Bejarano, (Presidenta MAPFRE Seguros, Colombia.)

D. Raúl Moreno, (Gerente Nacional de Affinity. Seguros Liberty, Colombia)

D<sup>a</sup> M<sup>a</sup> Mónica Arroyave, (Vicepresidenta. Aseguradora Solidaria, Colombia)

D Antonio B. Venanzi. (Gerente del Canal Especial de Ventas. Seguros Colpatría, Colombia)

D<sup>a</sup> Silvia Vasquez. (Gerente Nacional Affinity. Aseguradora Colseguros, Colombia)

D<sup>a</sup> Ingrid Vergara, (Directora de Comunicación y Mercadeo. FASECOLDA)

D<sup>a</sup> Alejandra Diaz. (Directora y coordinadora de microseguros. FUNDASEG)

D. Mario Payá Arregui. (Vicepresidente Ejecutivo. MAPFRE Seguros, Perú)

D. Armando Cáceres. (Superintendente Adjunto de Seguros. Superintendencia de Banca Seguros y AFP, Perú)

D<sup>a</sup>. Carla Chiapa. (Directora del Departamento de Superintendencia de Seguros)

D.Sergio Lozano. (Gerente de Alianzas. Pacifico Seguros, Perú).

D<sup>a</sup> Auri Carrasco Elespuru. (Gerente de Affinity y microseguros. La Positiva, Perú)

D. Ernesto Asenzo. (Director de ventas del mercado colectivo. Aseguradora Invita, Perú)

D. Jorge Antonio Delgado. (Vicepresidente Ejecutivo. Caja Nuestra Gente, Perú. -Grupo Microfinanzas BBVA-)

D. Bento Zanzini.(Vicepresidente. Mapfre Seguros Brasil)

D. Pedro B. Bulcao. (Presidente. SINAF)

D<sup>a</sup> Regina Simoes. (Directora del Grupo de trabajo sobre microseguros. SUSEP)

D. Ricardo Tavares. Director de Asuntos Institucionales y del consumidor. CNSeg Brasil)

D. Sidney Munhoz. (Vicepresidente. Chubb Brasil)

D. Bruno Sardinha. (Director de Canales Alternativos. SulAmerica de Seguros Brasil)

D. Rubens Nogueira Filho. (Presidente. Classic Corretora)

D. Almir Martins. (Superintendente. Marítima de Seguros, Brasil)

D. Eugenio Liberatori Velásquez. (Director. Bradesco Vida e Previdencia)

D. Adriano Romano. (Vicepresidente Ejecutivo. Cardiff Brasil)

D. Daniel Vanworst Meneghin. (Director Negocios Corporativos, Affinity. A.C.E. Brasil)

### REFORMA NORMATIVA DE MICROSEGUROS DE PERÚ

Lima, 29 de octubre de 2009

**Resolución S.B.S.  
1 N 14283 -2009**

El Superintendente de Banca, Seguros  
Y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones

#### **CONSIDERANDO:**

Que, conforme al artículo 345° de la Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros, Ley N° 26702 y sus modificatorias, en adelante Ley General, es objeto de la Superintendencia proteger los intereses del público en el ámbito de los sistemas financiero y de seguros;

Que, para el desarrollo económico y social del país, resulta necesario que los sectores menos favorecidos puedan acceder a los beneficios de los seguros a fin de garantizar la continuidad de sus actividades y la protección de sus familias;

Que, mediante Resolución SBS N° 215-2007 se aprobó el Reglamento de Microseguros con el objeto de establecer condiciones para el adecuado uso de los seguros a fin de incrementar su penetración y desarrollo en dichos sectores;

Que, esta Superintendencia ha considerado necesario modificar el mencionado Reglamento con la finalidad de continuar mejorando el marco regulatorio aplicable a este tipo de seguros;

Estando a lo opinado por las Superintendencias Adjuntas de Banca y Microfinanzas, de Seguros, de Riesgos, de Estudios Económicos y de Asesoría Jurídica y por la Gerencia de Productos y Servicios al Usuario; y, habiéndose cumplido con el plazo de difusión de los proyectos de normas legales de carácter general a que se refiere el artículo 14° del Reglamento que establece disposiciones relativas a la publicidad, publicación de proyectos normativos y difusión de normas legales de carácter general, aprobado por Decreto Supremo N° 001-2009-JUS; y,

En uso de las atribuciones conferidas por los numerales 2, 7 y 9 del artículo 349° de la Ley General;

## RESUELVE:

**Artículo Primero.-** Aprobar el Reglamento de Microseguros, aplicable a las empresas de seguros señaladas en el artículo 16° literal d) de la Ley General, según se indica a continuación

## REGLAMENTO DE MICROSEGUROS

### 1. Definiciones

Para efectos del presente Reglamento, se deben considerar las siguientes definiciones

- a) **Comercializador:** Persona natural o jurídica, con la cual la empresa de seguros ha suscrito un contrato de comercialización con la finalidad de comercializar microseguros individuales o en grupo, de acuerdo con las condiciones señaladas en dicho contrato.
- b) **Días:** Días calendario
- c) **Póliza simplificada:** Documento que acredita la contratación del seguro individual. Incorpora la solicitud del seguro.
- d) **Reclamo:** Comunicación mediante la cual un usuario expresa su insatisfacción con el servicio y/o producto recibido o manifestando la presunta afectación de un legítimo interés. Asimismo se considera toda reiteración que se origina a consecuencia de la disconformidad del usuario respecto a la respuesta emitida por la empresa supervisada, o por la demora, en la atención de la solicitud, consulta o reclamo.
- e) **Seguro de grupo:** Modalidad de contratación del seguro, que otorga cobertura, mediante un solo contrato, a múltiples asegurados que integran una colectividad homogénea.
- f) **Seguro individual:** Modalidad de contratación mediante la cual se otorga cobertura a través de una póliza simplificada extendida por la empresa de seguros.
- g) **Solicitud-Certificado:** Documento que acredita la contratación de una póliza de grupo.
- h) **Solicitud de cobertura:** Pedido de cobertura efectuado ante la empresa de seguros por la ocurrencia de un siniestro.
- i) **Superintendencia:** Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones.

### 2. Concepto

El microseguro es un seguro que brinda protección a la población de bajos ingresos, frente a la ocurrencia de pérdidas derivadas de los riesgos humanos o patrimoniales, que les afecten.

La cobertura es otorgada por una empresa de seguros autorizada por la Superintendencia y contratada bajo la modalidad de seguro individual o seguro de grupo, para lo cual se emite la póliza simplificada o la solicitud-certificado, respectivamente.

### 3. Características del microseguro

Los productos de microseguros deben cumplir con las siguientes características:

- a) Responden al perfil de riesgo y necesidades de protección de un grupo asegurable específico identificado, y cuando corresponda deben señalar al comercializador.
- b) Las coberturas deben ser adecuadas a las características del sector a quienes van dirigidas y considerar sus necesidades reales e inmediatas de protección.
- c) La póliza simplificada y la solicitud-certificado deben ser redactadas en lenguaje simple y contener los requisitos mínimos establecidos en el numeral 6 del presente Reglamento.
- d) La póliza del seguro de grupo debe ser redactada en lenguaje fácilmente comprensible, de acuerdo con las características del microseguro, contener la información mínima señalada en el numeral 6 del presente Reglamento, y no deben incluir condiciones que afecten sus características de simplicidad, claridad y facilidad en la contratación.
- e) Partes que intervienen en el microseguro:
  - e.1) El asegurador es una empresa de seguros autorizada por la Superintendencia.
  - e.2) El contratante en el caso de un seguro individual, es el propio asegurado o un tercero, y en caso de seguros de grupo es el comercializador - persona natural o jurídica - que suscribe el contrato de microseguros.
  - e.3) El asegurado es una persona natural o una persona jurídica.
  - e.4) El beneficiario es el propio asegurado o el contratante. Para la cobertura de fallecimiento, los beneficiarios serán los señalados por el asegurado en la solicitud-certificado o en la póliza simplificada; y en su defecto, serán los herederos del asegurado instituidos de acuerdo a Ley, en partes iguales. En el caso de menores de edad, la indemnización deberá pagarse a alguno de sus padres.
- f) No se podrán establecer verificaciones previas en relación con las personas y bienes asegurables, salvo que la naturaleza del seguro exija establecerlas, siendo suficiente la suscripción de la solicitud-certificado o de la póliza simplificada por el asegurado para que opere la cobertura. En caso de ser necesarias dichas verificaciones, estas deben ser concordantes con las coberturas que se otorga en el microseguro.

- g) No se deben establecer exclusiones y en caso de requerirlas, éstas deben ser mínimas y concordantes con las coberturas que otorga el microseguro.
- h) El pago de la prima se efectuará en la forma y plazo establecido en la póliza simplificada o la solicitud-certificado. El incumplimiento de pago del asegurado, determinará la suspensión de la cobertura o la resolución del contrato, situación que debe encontrarse claramente establecida en la póliza simplificada o en la solicitud certificado.
- i) El término de la cobertura se producirá por falta de pago de la prima, por el pago del total de las coberturas establecidas en la póliza, por el vencimiento del plazo establecido en la póliza, por dolo o fraude del contratante o asegurado, o de manera voluntaria por el asegurado, previo aviso de treinta (30) días a la empresa de seguros.
- j) Los deducibles, copagos y franquicias no son aplicables.
- k) Los gastos relacionados a la emisión de la póliza deben ser incorporados dentro del monto de la prima.
- l) Ante la ocurrencia del siniestro, la solicitud de cobertura deberá ser presentada al comercializador del seguro, quien tramitará el pago de la indemnización correspondiente ante la empresa de seguros de manera directa o a través del corredor de seguros.
- m) El pago de la indemnización será exigible dentro del plazo de diez (10) días de recibida la documentación señalada en la solicitud-certificado o en la póliza simplificada, la misma que deberá estar referida únicamente a la comprobación de la ocurrencia del siniestro cubierto.
- n) El pago de la indemnización a cargo de la empresa de seguros podrá efectuarse a través del comercializador o directamente al asegurado.
- o) En los casos de reclamos efectuados por los asegurados por falta de pago de la indemnización, el trámite correspondiente deberá efectuarse a través del comercializador o del corredor de seguros. Para tales efectos, las empresas de seguros cuentan con un plazo máximo de quince (15) días para resolver el reclamo presentado.

#### **4. Comercialización y diseño del producto**

La comercialización de los microseguros se realizará directamente por la empresa de seguros, por los comercializadores, o a través de la intermediación de corredores de seguros, sobre la base de la normativa aplicable a la actividad de los intermediarios.

En virtud de la suscripción del contrato de comercialización, se adquiere la condición de comercializador de la empresa de seguros frente al asegurado.

En los casos de seguros individuales, el contrato de comercialización permite a la persona natural o jurídica comercializar el producto, en los términos señalados en el numeral 13 del presente Reglamento.

En los seguros de grupo, los contratantes de pólizas de microseguros podrán encargarse de la comercialización, previa suscripción del contrato regulado en citado el numeral.

## **5. Prueba del contrato de microseguro**

Se puede probar la existencia del contrato de microseguro exhibiendo la póliza simplificada, o la solicitud-certificado suscrita por el asegurado. En dichos documentos deberá constar la firma del representante de la empresa de seguros o comercializador, respectivamente.

Asimismo constituye medio de prueba del contrato, el comprobante de pago en donde conste el pago de la prima.

## **6. Información mínima**

La póliza simplificada y la solicitud-certificado que la empresa de seguros, el comercializador o el corredor de seguros entreguen al asegurado como prueba del otorgamiento de la cobertura, debe tener el siguiente contenido mínimo:

- a) Identificación de la empresa de seguros y del contratante.
- b) Identificación del asegurado, con la siguiente información mínima:
  - b.1) Nombre completo
  - b.2) Fecha de nacimiento
  - b.3) Documento de Identidad
  - b.4) Dirección domiciliaria
- c) Detalle de las coberturas y exclusiones de la póliza.
- d) Procedimiento para solicitar el pago del beneficio.
- e) Plazo para el pago del beneficio.
- f) Procedimiento para la atención de reclamos.
- g) Precisión de que las comunicaciones, solicitudes de cobertura y pagos efectuados al comercializador, por las coberturas otorgadas, tienen el mismo efecto que si se hubieran dirigido a la empresa de seguros correspondiente.
- h) En el caso de las solicitudes-certificados, se debe indicar expresamente que el asegurado de un microseguro de grupo tiene derecho a solicitar copia de la póliza correspondiente, incluyendo las condiciones generales, particulares, especiales y cláusulas adicionales que les sean aplicables, la que será entregada por el comercializador en un plazo máximo de quince (15) días calendarios contados desde la fecha de recepción de la solicitud.

La solicitud de seguro de la póliza simplificada así como la solicitud-certificado, deben estar debidamente suscritas por cada asegurado. En caso que la forma de contratación del seguro, no permita la suscripción formal de la solicitud, las empresas deberán proveerse de mecanismos que permitan comprobar que hubo de por medio una solicitud de la cobertura para que la empresa haya emitido la póliza respectiva.

La empresa de seguros y/o corredor de seguros deberán efectuar las coordinaciones pertinentes a efectos de que las pólizas simplificadas sean entregadas por los comercializadores a los asegurados en el plazo de diez (10) días de recibidas. Las copias de las solicitudes-certificados suscritas deben entregarse a los asegurados al momento de la contratación.

#### **7. Inscripción de las pólizas de microseguros**

Los modelos de pólizas de microseguros serán remitidos a la Superintendencia, de manera previa a su comercialización, según lo dispuesto por el artículo 15° del Reglamento de Pólizas de Seguro y Notas Técnicas, aprobada por Resolución SBS N° 1420-2005, y sus modificatorias, indicando en su denominación que se trata de un microseguro. Asimismo deberán ser inscritas en el Registro de Pólizas de Seguro y Notas Técnicas a que se refiere la Resolución SBS N° 1136-2006 y sus modificatorias.

#### **8. Modificación de las condiciones del microseguro**

En caso fuera necesario efectuar modificaciones a las condiciones de la póliza, la empresa de seguros deberá utilizar los medios necesarios para que todos y cada uno de los asegurados tomen conocimiento de dichas modificaciones, por lo menos con treinta (30) días de anticipación. En este sentido, en la oportunidad del pago de la prima, la empresa de seguros deberá entregar a los asegurados un detalle de las modificaciones a la cobertura, con la finalidad de que el asegurado manifieste su conformidad con los nuevos términos del contrato. Ante el silencio del asegurado, se entenderá que ha aceptado las nuevas condiciones del seguro. La empresa de seguros deberá conservar la evidencia de la comunicación efectuada.

Asimismo, la empresa de seguros deberá informar al asegurado que en caso de no aceptar las condiciones modificadas del contrato, la cobertura terminará en el plazo previsto en el párrafo anterior o en su defecto, cuando venza el periodo de gracia correspondiente al momento en que el asegurado deje de pagar la prima.

#### **9. Información sobre los microseguros a los asegurados vinculados a operaciones crediticias**

Cuando el contratante del seguro sea una entidad supervisada por la Superintendencia, deberá informar a sus clientes o asociados cuando una operación crediticia tenga vinculación con un microseguro, con la finalidad de que los asegurados tomen conocimiento de la necesidad de contratar la cobertura correspondiente.

#### **10. Solución de controversias**

Las empresas de seguros deberán atender los reclamos originadas en una operación de microseguros, en un plazo máximo de quince (15) días de presentado por el asegurado.

En caso de persistencia del reclamo o que no se encuentren conforme con las respuestas brindadas por la empresa, los asegurados podrán optar por los mecanismos de solución de controversias que consideren adecuados, de acuerdo al marco normativo vigente. El arbitraje como medio de solución de controversias será considerado en los casos que no restrinjan los derechos del asegurado.

## **11. Información a la Superintendencia**

Las empresas de seguros que comercialicen microseguros, deberán remitir a la Superintendencia con periodicidad trimestral, en las fechas de presentación de la información financiera, los anexos que se indican a continuación y que forman parte del presente Reglamento:

Anexo 1: Información estadística sobre pólizas de Microseguros vigentes

## **12. Requisitos del comercializador**

El comercializador con el que la empresa de seguros suscriba el contrato de comercialización, deberá contar con establecimientos comerciales que brinden atención al público, que posean infraestructura física y recursos humanos adecuados para la prestación de los servicios en condiciones de seguridad.

Pueden ser comercializadores de microseguros, entre otros, las empresas del sistema financiero, las instituciones de microfinanzas, las empresas de transferencias de fondos, cooperativas de ahorro y crédito no autorizadas para operar con recursos del público, empresas proveedoras de bienes o servicios, instituciones públicas o privadas y organizaciones gremiales y/o comunales y/o sociales.

## **13. Contrato de comercialización**

El contrato de comercialización que celebre la empresa de seguros con las personas naturales o jurídicas que actúen como comercializadores, deberá contener como mínimo lo siguiente:

- a) El compromiso del comercializador de ofrecer el microseguro, en estricto cumplimiento de las instrucciones señaladas por la empresa de seguros.
- b) El compromiso de que las comunicaciones y solicitudes de cobertura presentadas por los asegurados al comercializador, sobre aspectos relacionados con el seguro contratado, tendrán los mismos efectos como si hubieran sido presentadas a la empresa de seguros.
- c) El compromiso de que los pagos efectuados por los asegurados al comercializador, se considerarán abonados a la empresa de seguros.
- d) La responsabilidad de la empresa de seguros por los errores u omisiones derivados de la comercialización de los seguros en que incurra el comercializador y por los perjuicios que se pueda ocasionar a

los asegurados y/o beneficiarios. Ello sin perjuicio de la responsabilidad del comercializador, frente a la empresa de seguros.

- e) El detalle específico de los productos de microseguros materia de la comercialización, los mismos que deberán estar definidos y desarrollados en los términos señalados en el presente Reglamento.
- f) El compromiso por parte de la empresa de seguros de orientar adecuadamente al personal del comercializador, sobre el procedimiento de contratación del microseguro.
- g) El compromiso del comercializador de distribuir entre los potenciales asegurados, los folletos informativos de los productos de microseguros proporcionados por la empresa de seguros, a efectos de que tengan un apropiado conocimiento del seguro ofrecido

#### **14. Responsabilidad de la empresa de seguros**

La empresa de seguros debe procurar que el asegurado tenga información sobre la identificación de la empresa de seguros que presta la cobertura y de la dirección y teléfono de contacto para la atención de solicitudes de cobertura y absolución de consultas. En el caso de seguros intermediados por corredores de seguros, éstos deben asesorar permanentemente al contratante sobre los alcances de la cobertura de acuerdo con la regulación que norma su actividad.

Las empresas tienen la responsabilidad de que, en los casos de seguros con cobertura de fallecimiento o muerte accidental, el comercializador le curse aviso inmediato, en los casos que tome conocimiento del fallecimiento de alguno de los asegurados.

#### **15. Disposiciones contables**

El registro contable de las primas de microseguros deberá ser concordante con la vigencia de la cobertura otorgada.

En caso de incumplimientos en el pago de la prima que se prolonguen por más de noventa (90) días respecto de las fechas previstas en la póliza o solicitud-certificado, las empresas de seguros deberán provisionar la totalidad del monto pendiente de pago, aunque el plazo para efectuar el pago no se encuentre vencido. Para tales efectos las empresas aplicarán las disposiciones del artículo 16° del Reglamento de pago de primas aprobadas mediante Resolución SBS N° 225-2006 y sus modificatorias.

#### **16. Disposiciones finales**

- a) Las disposiciones de los artículos 6°, 7°, 8° y 9° del Reglamento de Pólizas de Seguro y Notas Técnicas, aprobado mediante Resolución SBS N° 1420-2005, y sus normas modificatorias, no son de aplicación a las pólizas de los microseguros.
- b) El plazo de treinta (30) días establecido en el numeral 4.1 de la Circular N° G-110-2003, referida al Servicio de Atención a los Usuarios, no se aplica a la atención de los reclamos que tengan origen en un microseguro.

**Artículo Segundo.-** Efectuar las siguientes modificaciones al Reglamento de Sanciones aprobado por Resolución SBS N° 816-2005, según se indica a continuación:

- a) Incorporar las siguientes infracciones en la sección I del Anexo 3 “Infracciones específicas del Sistema de Seguros”:

**Sección I: Infracciones Leves**

- Incumplir con los plazos establecidos en las pólizas o certificado o solicitud, de acuerdo al marco normativo para el pago de la indemnización debida al asegurado o al beneficiario del seguro.
- No entregar la solicitud-certificado, en el caso de seguros de grupo y/o la póliza simplificada, en el caso de seguros individuales a los comercializadores, para su posterior entrega a los asegurados, o entregarla sin la información mínima señalada en el Reglamento de Microseguros.

**Artículo Tercero.-** El Anexo del Reglamento de Microseguros que se aprueba mediante la presente resolución, se publica en el Portal electrónico de esta Superintendencia ([www.sbs.gob.pe](http://www.sbs.gob.pe)), conforme a lo dispuesto por el Decreto Supremo N° 001-2009-JUS.

**Artículo Cuarto.-** La presente Resolución entra en vigencia al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial El Peruano, y deja sin efecto el Reglamento aprobado mediante Resolución SBS N° 215-2007.

Regístrese, comuníquese y publíquese.

**FELIPE TAM FOX**

Superintendente de Banca, Seguros  
Y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones

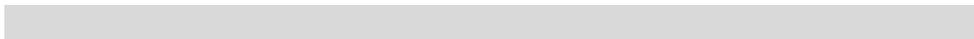
## ANEXO

### INFORMACIÓN SOBRE PÓLIZAS DE MICROSEGURO VIGENTES <sup>(1)</sup> AL..... /..... / 20.....

**EMPRESA DE SEGUROS:** .....

Ramo	Riesgo <sup>(2)</sup>	Código de registro	Nombre comercial del producto	Nº de asegurados	Primas de seguros <sup>(3)</sup>	Siniestros <sup>(4)</sup>

- (1) La información de este anexo debe coincidir con aquella presentada según el Reglamento del Registro de Pólizas de Seguro y Notas Técnicas y sus modificatorias.
- (2) Según código del Cuadro Concordante de Riesgos del Plan de Cuentas para las Empresas del Sistema Asegurador.
- (3) Corresponde a la cuenta 5001 del Plan del Plan de Cuentas para las Empresas del Sistema Asegurador.
- (4) Corresponde a la cuenta 4201 del Plan del Plan de Cuentas para las Empresas del Sistema Asegurador.



## DOCUMENTOS DE TRABAJO DEL PROYECTO DE LEY DE REGULACIÓN DE LA ACTIVIDAD MICROASEGURADORA EN BRASIL

### Documento 1-

COMISSÃO DE FINANÇAS E TRIBUTAÇÃO

SUBSTITUTIVO AO PROJETO DE LEI 3266 DE 2008

Dispõe sobre micros seguros, estabelece critérios para a autorização de sociedades seguradoras e corretores de seguros especializados, e dá outras providências.

O Congresso Nacional decreta:

Art. 1º. Microseguro é a proteção securitária fornecida pela sociedade seguradora de que tratam os incisos I e II do art. 2º desta Lei, que visa primordialmente preservar a situação socioeconômica, pessoal ou familiar, da população de baixa renda, contra riscos específicos, mediante pagamentos de prêmios proporcionais às probabilidades e aos custos dos riscos envolvidos, em conformidade com a legislação e os princípios de seguro globalmente aceitos.

1º Poderá ser segurado de plano de microseguro a pessoa natural ou a microempresa definida no art. 3º, inciso I da Lei Complementar nº 123, de 14 de dezembro de 2006.

2º Para os efeitos desta Lei, considera-se plano de microseguro aquele aprovado previamente à comercialização pelo órgão fiscalizador de seguros privados, observados entre outros, os seguintes parâmetros a serem fixados pelo órgão regulador de seguros privados:

I – limite máximo de garantia e/ou de capital segurado;

II – prazo máximo para pagamento de indenização;

III – prazo de vigência;

IV – formas de comercialização simplificadas, inclusive por meios eletrônicos; e

V – formas de contratação simplificadas por apólices, bilhetes, certificados individuais e meios eletrônicos.

Art. 2º. O órgão regulador de seguros privados estabelecerá os critérios de operação dos microsseguros e também as condições específicas para:

- I- autorização e funcionamento da sociedade seguradora que opere exclusivamente microsseguros; e
- II- segregação patrimonial e contábil das operações de microsseguro das sociedades seguradoras que não operem exclusivamente microsseguros.

Art. 3º. O órgão regulador de seguros privados disciplinará a habilitação e o registro das pessoas naturais que realizem intermediação exclusivamente em microsseguro, os quais serão denominados "corretores de microsseguro" e estarão sujeitos, no que couber, às demais regras aplicáveis aos corretores de seguros.

Parágrafo único. O corretor ou corretora de seguros habilitado a intermediar seguros, previdência complementar aberta e/ou capitalização fica automaticamente autorizado a angariar e promover contratos de microsseguro, na forma estabelecida pelo órgão regulador de seguros privados.

Art. 4º. As sociedades seguradoras referidas nos incisos I e II do art. 2º desta Lei poderão contratar qualquer pessoa jurídica ou empresário a que se refere o art. 966 da Lei nº 10.406, de 10 de janeiro de 2002, na condição de correspondente de microsseguros que, de acordo com previsão contratual específica, poderá recolher e repassar prêmios e promover quaisquer atos necessários à comercialização e operacionalização de microsseguro.

- 1º A remuneração ajustada entre a sociedade seguradora e o correspondente de microsseguros deverá estar expressa no contrato entre as partes.
- 2º Não se aplica ao correspondente de microsseguros de que trata esta Lei a legislação especial aplicável aos representantes comerciais.
- 3º O pagamento do prêmio ao correspondente de microsseguros considera-se feito à sociedade seguradora.
- 4º O órgão regulador de seguros regulamentará a atividade do correspondente de microsseguros, inclusive quanto à necessária habilitação como corretores de microsseguros de seus empregados ou prestadores de serviços atuantes no processo de angariação de microsseguros.

Art. 5º. Mesmo quando o microsseguro for contratado por pessoa jurídica em favor de grupo de pessoas naturais que a ela de qualquer modo se vincule, a relação jurídica entre cada segurado e a sociedade seguradora será sempre considerada individual para todos os efeitos, e a pessoa jurídica contratante será equiparada ao correspondente de microsseguros no seu relacionamento com os segurados e a sociedade seguradora.

Parágrafo único. Na hipótese prevista no "caput", a pessoa jurídica contratante não representará os interesses dos segurados perante a sociedade seguradora.

Art. 6º. A alíquota máxima do Imposto sobre Operações de Crédito, Câmbio e Seguro ou relativas a Títulos ou Valores Mobiliários -IOF nas operações de microsseguro é de 1% (um por cento).

1º A alíquota do IOF fica reduzida:

I - a zero, nas seguintes operações:

a) de resseguro;

e) em que o valor dos prêmios seja destinado ao custeio dos planos de seguro de vida com cobertura por sobrevivência;

II - nas operações de seguro de vida e congêneres, de acidentes pessoais e do trabalho, incluídos os seguros obrigatórios de danos pessoais causados por veículos automotores de vias terrestres e por embarcações, ou por sua carga, a pessoas transportadas ou não e excluídas aquelas de que trata a alínea "f" do inciso I: trinta e oito centésimos por cento.

Justificativa: O Decreto nº 6.306, de 14 de dezembro de 2007 já estabelece alíquotas reduzidas do IOF para os casos ora propostos.

Art. 7º. Fica instituído o Regime Especial de Tributação aplicável às operações de Microsseguro -RET-MS.

Art. 8º. A sociedade seguradora referida no inciso I do art. 2º desta Lei fica autorizada, em caráter opcional, a efetuar o pagamento unificado de tributos equivalente a 3% (um por cento) da receita mensal auferida com as operações de microsseguro.

1º Para os fins do disposto no "caput" considera-se receita mensal a totalidade dos prêmios ganhos auferidos pela sociedade seguradora, bem como as receitas financeiras e variações monetárias, deduzidos os sinistros efetivamente pagos, relacionadas à operação em decorrência da comercialização de microsseguro.

Justificativa: por se tratar de operação de seguro, relacionado a um evento aleatório e incerto, a sinistralidade do setor pode ser maior que a receita de prêmios, em conformidade com a legislação e os princípios de seguro globalmente aceitos, sendo que se faz necessário a correção da definição da base de cálculo do tributo.

2º O pagamento mensal unificado de que trata o "caput" corresponderá aos seguintes tributos:

- I – Imposto de Renda das Pessoas Jurídicas -IRPJ;
- II - Contribuição para o PIS/PASEP;
- III- Contribuição Social sobre o Lucro Líquido -CSLL; e
- IV- Contribuição para Financiamento da Seguridade Social -COFINS.

3º Para fins de repartição de receita tributária, o percentual referido no "caput" será considerado:

- I -0,44% (quarenta e quatro centésimos por cento) como COFINS;
- II-0,09% (nove centésimos por cento) como Contribuição para o PIS/PASEP;
- III-0,31% (trinta e um centésimos por cento) como IRPJ; e
- IV-0,16% (dezesseis centésimos por cento) como CSLL.

4º O pagamento dos impostos e contribuições na forma do disposto no "caput" será considerado definitivo, não gerando, em qualquer hipótese, direito à restituição ou à compensação.

5º O pagamento unificado de tributos efetuado na forma do "caput" deverá ser feito até o décimo dia do mês subsequente àquele em que houver sido auferida a receita.

Art. 9. A opção prevista no art. 9º também pode ser exercida pela sociedade seguradora referida no inciso II do art. 2º desta Lei.

1º Caso a sociedade seguradora referida no inciso II do art. 2º desta Lei opte pelo RET-Ms, este será aplicável exclusivamente às receitas auferidas em decorrência da comercialização de microsseguro, bem como às receitas financeiras e variações monetárias relacionadas à operação.

2º As receitas, custos e despesas próprios da sociedade seguradora, sujeitos à tributação na forma do art. 9º, não deverão ser computados na apuração das bases de cálculo dos impostos e contribuições devidos pela sociedade seguradora em virtude de suas outras atividades empresariais.

3º Para fins do disposto no "caput", os custos e despesas indiretos pagos pela seguradora no mês serão apropriados à atividade de comercialização de microsseguros na mesma proporção representada pelos prêmios diretos próprios desta atividade, em relação aos prêmios diretos da sociedade seguradora, assim entendidos como a soma de todos os prêmios auferidos em todas as comercializações de seguros, de microsseguros, e em outras atividades exercidas pela sociedade seguradora.

Art. 10. Os créditos tributários devidos pelas sociedades seguradoras referidas nos incisos I e II do art. 2º desta Lei não poderão ser objeto de parcelamento.

Art. 11. A opção pelo RET-Ms será efetivada mediante entrega do termo de opção na unidade competente da Receita Federal do Brasil, conforme regulamentação a ser estabelecida.

Art. 12. O empregador pessoa jurídica que custear integralmente o prêmio de microsseguro oferecido indistintamente para todos os seus empregados poderá deduzir a respectiva despesa da base de cálculo do Imposto sobre a Renda da Pessoa Jurídica IRPJ e da Contribuição Social sobre o Lucro -CSLL, apurados na sistemática do Lucro Real.

1º O valor do prêmio do microsseguro custeado pelo empregador, em benefício de seus empregados, não comporá o rendimento bruto do empregado para fins de incidência do imposto sobre a renda da pessoa física -IRPF, retido na fonte ou apurado em sua Declaração de Ajuste Anual.

2º O valor do prêmio de microsseguro custeado pelo empregador em benefício de seus empregados, na forma do "caput", poderá ser deduzido do IRPJ apurado como devido, até o exercício de 2015, ano-calendário de 2014, limitado a 1% (um por cento) do IRPJ pela pessoa jurídica empregadora.

Art. 13. O empregador pessoa física que custear integralmente o prêmio de microsseguro, para empregado doméstico devidamente registrado, poderá deduzir do IRPF apurado como devido em sua Declaração de Ajuste Anual, até o exercício de 2015, ano-calendário de 2014, o prêmio de microsseguro custeado.

Parágrafo único. A dedução de que trata o "caput" deste artigo:

- I- está limitada a 1 (um) empregado doméstico por declaração, inclusive no caso da declaração em conjunto;
- II- está limitada ao valor recolhido no ano-calendário a que se referir a declaração;
- III- aplica-se somente ao modelo completo de Declaração de Ajuste Anual;
- IV- não poderá exceder ao valor equivalente ao percentual de 10% (dez por cento) aplicado sobre 12 (doze) salários mínimos vigentes em 31 de dezembro do ano-calendário a que se refere à Declaração de Ajuste Anual;
- e V -fica condicionada à regularidade do empregado doméstico perante o regime geral da previdência social e também do empregador doméstico, quando se tratar de contribuinte individual.

Art. 14. Fica inserida a alínea "y" no §9º do artigo 28 da Lei nº 8.212, de 24 de julho de 1991, na forma a seguir:

Art. 28. (...):

9º (...):

y) o valor correspondente ao microsseguro custeado pelo empregador, oferecido indistintamente para todos os seus empregados cujos salários tenham valor igual ou inferior a três salários mínimos." (NR)

Art. 15. Fica alterada a redação do inciso V do §2º do art. 458 da Consolidação das Leis do Trabalho, na forma a seguir:

Art. 458 (...):

2º (...):

V- seguros de vida e de acidentes pessoais, e quaisquer microsseguros custeados pelo empregador;" (NR)

Art. 16. Esta Lei entra em vigor na data de sua publicação.

Sala da Comissão, em de de 2009

Deputado AELTON FREITAS

## Documento 2 -MINUTA DE RESOLUÇÃO CNSP

*Dispõe sobre as regras e critérios de funcionamento do Seguro de Pessoas denominado Microseguro de Vida, e dá outras providências.*

**A SUPERINTENDÊNCIA DE SEGUROS PRIVADOS - SUSEP**, no uso da atribuição que lhe confere o art. 34, inciso XI, do Decreto nº 60.459, de 13 de março de 1967, e considerando o que consta no processo CNSP nº \_\_\_\_\_, de \_\_\_\_\_ e processo SUSEP nº \_\_\_\_\_, torna público que o **CONSELHO NACIONAL DE SEGUROS PRIVADOS - CNSP**, em sessão ordinária realizada em \_\_\_\_\_, e com fulcro no disposto no art. 32, inciso II, do Decreto-Lei nº 73, de 21 de novembro de 1966,

### **R E S O L V E U:**

Art. 1º Dispor sobre as regras e critérios de funcionamento do Seguro de Pessoas denominado Microseguro de Vida.

Art. 2º O Microseguro de Vida, estruturado na modalidade de benefício definido e no regime financeiro de repartição simples, tem como objetivo oferecer Cobertura por Morte à população de baixa renda, facultada a adição de outras coberturas de Seguros de Pessoas e/ou serviços de assistência.

Parágrafo único. Considera-se como de baixa renda a pessoa com rendimento mensal de até dois salários mínimos, cuja ocupação pode estar classificada

nos setores formal ou informal da economia. (definição elaborada em função da recomendação do GT SUSEP, constante do Relatório nº 01)

## **CAPÍTULO I**

### **1.1.1.1 DAS DISPOSIÇÕES INICIAIS**

Art. 3º Previamente ao início de comercialização de Plano de Microseguro de Vida, a sociedade seguradora deverá protocolar na Superintendência de Seguros Privados - SUSEP, para análise e arquivamento, as pertinentes Condições Gerais e Nota Técnica Atuarial.

1º Deverão ser abertos processos administrativos específicos para cada Plano de Microseguro de Vida, inclusive para cada forma de comercialização, individual ou coletiva.

2º Qualquer alteração nas Condições Gerais e ou na Nota Técnica Atuarial deverá ser encaminhada à Superintendência de Seguros Privados - SUSEP, para análise e arquivamento, previamente à comercialização.

3º A alteração de que trata o parágrafo anterior se aplica a todos os Bilhetes de Microseguro de Pessoas emitidos e renovados, e, no caso de contratação sob a forma coletiva, a todas as Apólices celebradas ou renovadas a partir da data em que a alteração for protocolada na Superintendência de Seguros Privados - SUSEP.

4º Os elementos mínimos que deverão constar dos documentos de que trata o presente artigo serão objeto de regulamentação expedida pela Superintendência de Seguros Privados – SUSEP.

Art. 4º No Microseguro de Vida a tábua biométrica referencial de mortalidade será a AT-1983 (male), como limite mínimo, sendo facultado à sociedade seguradora utilizar taxa com base na experiência própria, ainda que não atenda ao referido limite mínimo, desde que haja justificativa técnica firmada por atuário habilitado, com menção expressa na Nota Técnica Atuarial dos critérios utilizados para apuração da referida taxa.

Parágrafo único. No Plano de Microseguro de Vida que preveja taxas diferenciadas, por faixas etárias, deverá ser estabelecida nas Condições Contratuais a forma como o valor dos Prêmios será alterado de acordo com a faixa etária do Segurado, incluindo os valores ou percentuais.

Art. 5º No Microseguro de Vida poderá ser estabelecido prazo de carência, que deverá constar das Condições Contratuais e da Nota Técnica Atuarial.

Parágrafo único. Na fixação do prazo de que trata o “caput” deverão ser observadas as disposições constantes de regulamentação expedida pela Superintendência de Seguros Privados – SUSEP

## **CAPÍTULO II**

### **DA CONTRATAÇÃO, DA RECONDUÇÃO TÁCITA E DA RENOVAÇÃO**

Art. 6º O Microseguro de Vida poderá ser objeto de contratação por pessoa física, diretamente, ou por pessoa jurídica estipulante, em favor de pessoas físicas que a ela se vinculem, de qualquer modo, na forma da legislação e regulamentação vigentes.

Parágrafo único. A contratação, diretamente pela pessoa física, ou sua adesão a contrato estipulado por pessoa jurídica, dar-se-á através da emissão de Bilhete de Microseguro de Vida e do pagamento do pertinente prêmio.

Art. 7º A estipulação por pessoa jurídica se dará mediante celebração de Contrato com a Sociedade Seguradora, precedida do protocolo, na sociedade seguradora, de Proposta de Contratação, devidamente preenchida, datada e assinada pelo Estipulante ou por seu representante legal.

- 1º Previamente ao protocolo de que trata o caput deste artigo, deverão ser disponibilizadas ao Estipulante as Condições Gerais do Plano de Microseguro de Vida.
- 2º A aceitação da Proposta de Contratação de Plano Coletivo de Microseguro de Vida, bem como a sua recusa, dar-se-á nos prazos e na forma regulamentados em norma expedida pela Superintendência de Seguros Privados - SUSEP.
- 3º Aceita, pela sociedade seguradora, a Proposta de Contratação de Plano Coletivo de Microseguro de Vida, deverá ser celebrado o Contrato de que trata o “caput” deste artigo, e emitida e enviada Apólice ao Estipulante.
- 4º A Apólice poderá ser reconduzida tacitamente uma única vez, e por igual período, desde que previsto no Contrato, sendo obrigatória a emissão e entrega ao Segurado de novo Bilhete de Microseguro de Vida.
- 5º A obrigatoriedade estabelecida no parágrafo anterior não se aplica a Plano Coletivo de Microseguro de Vida com Capital Global.
- 6º A sociedade seguradora que não tiver interesse na recondução tácita ou na renovação da Apólice, deverá comunicar o desinteresse ao Estipulante, mediante aviso prévio, devendo ser respeitado o Prazo de Validade de todos os Bilhetes de Microseguro de Vida com o pertinente prêmio devidamente pago.

7º O Contrato e ou a Apólice poderá(ão) ser rescindido(s) a qualquer tempo, somente mediante acordo entre a sociedade seguradora e o Estipulante, por descumprimento contratual ou por infração à lei, devendo ser respeitado o Prazo de Validade de todos os Bilhetes de Microseguro de Vida com o pertinente prêmio devidamente pago.

Art. 8º As informações mínimas que devem constar do Bilhete de Microseguro de Vida, das Condições Contratuais, da Proposta de Contratação, do Contrato e da Apólice serão objeto de regulamentação complementar expedida pela Superintendência de Seguros Privados – SUSEP.

### **CAPÍTULO III DO CUSTEIO DO PLANO**

Art. 9º As Condições Gerais e a Nota Técnica Atuarial e, no caso de contratação sob a forma coletiva, também o Contrato, deverão prever as formas e os critérios de custeio do Plano de Microseguro de Vida e a periodicidade de pagamento de Prêmios pelos Segurados e ou pelos Estipulantes.

1º O Plano de Microseguro de Vida, por ser estruturado no regime financeiro de repartição simples, não poderá prever a restituição de Prêmios.

2º No caso de contratação plurianual, poderá ser estabelecido critério de atualização do valor do prêmio, observada a legislação e regulação específicas em vigor.

Art. 10. Poderá ser cobrado carregamento, sendo vedada a cobrança de quaisquer outros encargos ou comissões adicionais.

Parágrafo único. A taxa máxima de carregamento incidente sobre o valor dos prêmios pagos observará o limite máximo disposto em norma expedida pela Superintendência de Seguros Privados – SUSEP.

Art. 11. Nas contratações sob a forma coletiva, a sociedade seguradora poderá delegar ao Estipulante o recolhimento dos Prêmios, ficando este responsável por seu repasse à sociedade seguradora, nos prazos contratualmente estabelecidos.

1º É expressamente vedado o recolhimento, a título de Prêmio, de qualquer valor que exceda o calculado pela sociedade seguradora para custeio do Plano de Microseguro de Vida, exceto impostos, se houver.

2º Quando houver recolhimento, juntamente com o Prêmio, de outros valores devidos ao Estipulante ou à sociedade seguradora, a qualquer título, é obrigatório o destaque do valor do Prêmio no documento utilizado para cobrança.

Art. 12. O não pagamento dos Prêmios nos prazos estabelecidos poderá ensejar o cancelamento do Bilhete de Microseguro de Vida.

1º Quando o Plano de Microseguro de Vida for contratado com previsão de consignação em folha de pagamento, o documento Condições Gerais deverá conter dispositivo determinando que a ausência do repasse, à sociedade seguradora, dos Prêmios recolhidos pelo Consignante não poderá causar qualquer restrição a direitos dos Segurados e dos Beneficiários.

2º O disposto no parágrafo anterior se aplica às contratações para dependentes econômicos do Segurado, incluídos na Apólice.

Art. 13. O segurado que tiver perdido o vínculo com o Estipulante, bem como seus dependentes econômicos inscritos na Apólice, estarão cobertos, proporcionalmente ao valor dos prêmios pagos, observado o disposto no art. 12 desta Resolução.

#### **CAPÍTULO IV DO CAPITAL SEGURADO**

Art. 14. O Segurado ou o Beneficiário, conforme o caso, terá direito ao recebimento do Capital Segurado na ocorrência de evento coberto.

1º No Plano de Microseguro de Vida em que o Segurado convencionou pagar prestações ao Estipulante para amortizar dívida contraída ou para atender a compromisso assumido, o primeiro Beneficiário é o próprio Estipulante, pelo valor do saldo da dívida ou do compromisso, devendo a diferença que ultrapassar o saldo, quando for o caso, ser paga, a um segundo Beneficiário indicado pelo Segurado ou, na ausência, a seus herdeiros legais.

2º No caso de contratação plurianual, deverá ser estabelecido critério de atualização do valor do capital segurado, observada a legislação e regulação específica em vigor.

3º A documentação necessária para habilitação ao recebimento do Capital Segurado e as formas de seu pagamento serão estabelecidas em regulamentação complementar expedida pela Superintendência de Seguros Privados - SUSEP.

Art. 15. Em situações previstas na legislação e regulamentação em vigor, o Beneficiário e o Segurado, conforme o caso, poderão não ter ou não terão direito ao recebimento do Capital Segurado, ficando a sociedade seguradora isenta de qualquer responsabilidade.

## **CAPÍTULO V DAS DISPOSIÇÕES FINAIS**

Art. 16. As sociedades seguradoras constituirão e contabilizarão, mensalmente, provisões relacionadas especificamente aos Microseguros de Vida, calculadas de acordo com as respectivas Notas Técnicas Atuariais dos planos, observadas as disposições da regulamentação específica e demais normas legais e regulamentares em vigor.

Parágrafo único. O fornecimento pelas sociedades seguradoras de dados estatísticos relacionados especificamente a Microseguros de Vida será objeto de regulamentação complementar expedida pela Superintendência de Seguros Privados – SUSEP.

Art. 17. A Superintendência de Seguros Privados - Susep fica autorizada a editar normas complementares, relativamente a Microseguros de Vida, em especial relacionadas a:

- I- contabilidade e prestação de informações específicas relacionados aos Microseguros de Vida;
- II- margem de solvência específica para os Microseguros de Vida; e
- III- manutenção de controles internos específicos para os Microseguros de Vida.

Art. 18. O descumprimento do disposto nesta Resolução sujeita as sociedades seguradoras e seus administradores às medidas e sanções legais e regulamentares previstas nas normas vigentes, representando inclusive, quando cabível, crime contra a economia popular, nos termos da lei.

Art. 19. Aos casos não previstos nesta Resolução aplicam-se as disposições legais e regulamentares em vigor.

Art. 20. Esta Resolução entrará em vigor na data de sua publicação.

## DIFERENCIAS OPERATIVAS ENTRE EL SEGURO CONVENCIONAL Y EL MICROSEGURO

### Diferencias ilustrativas entre el seguro convencional y el micro-seguro

Seguro Convencional <sup>a</sup>	Micro-seguro
La prima se recauda en efectivo o en su mayoría, a través de instrumentos bancarios.	La prima se recauda en su mayoría en efectivo o asociadas a otras transacciones como el pago de un crédito o en paralelo en la compra de bienes. La forma de recaudación responde a un esquema de flujo de efectivo irregular en el mercado, que puede ser el pago parcial de primas en forma periódica.
Son vendidos por intermediarios acreditados.	Son usualmente vendidos por intermediarios no acreditados.
Los agentes y corredores son responsables de las ventas y el seguimiento en el servicio. La venta directa de la aseguradora también es una práctica común.	Los agentes coordinan la relación con el cliente que usualmente es una coordinadora. Regularmente se encargan de la recaudación de la prima. El micro-seguro es en su mayoría vendido en grupos o asociaciones.
El mercado objetivo son los clientes de clase alta y media.	Está dirigido a personas de pocos recursos en mercados emergentes.
En los mercados emergentes, no se tiene la cultura del seguro. En su mayoría solo a los clientes corporativos les es familiar esta cultura.	El concepto de seguro le es enteramente desconocido al mercado objetivo, por lo que se requiere una fuerte inversión en la promoción de esta cultura a través de educación.
Para protección de las aseguradoras, los requerimientos de aseguramiento pueden incluir un examen médico.	En caso de haber este tipo de requerimientos, se limitan a una declaración de buena salud.
Sumas aseguradas grandes.	Sumas aseguradas pequeñas.
Las primas se basan en la edad o en el riesgo específico según sea el ramo.	Se tarifica en base a una colectividad o grupo. En caso de primas individuales la prima es más alta debido al nivel de riesgo y a la falta de competencia en este sector.
Elegibilidad limitada con exclusiones estándares.	Amplia inclusión de asegurados, con pocas o ninguna exclusión.
Póliza compleja.	Póliza simple, documento fácil de entender.
El proceso de reclamaciones puede ser algo complejo.	Las reclamaciones deben de ser simples, pero evitando procesos fraudulentos.
<small><sup>a</sup> No aplicable para aseguradoras de los grandes grupos</small>	
<small>FUENTE: International Association of Insurance Supervisors (IAIS) &amp; Consultative Group to Assist the Poor (CGAP), "Issues in regulation and supervision of Microinsurance, June 2007".</small>	

**Fuente:** International Association of Insurance Supervisors (IAIS) & Consultative Group to Assist the Poor (CGAP), "Issues in regulation and supervision of Microinsurance, June 2007"

## INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONOMICO Y SOCIAL

## A- RESUMEN INDICADORES DE DESEMPEÑO ECONÓMICO

Indicador	Fórmula básica
1. Índice de Ingreso Neto	Índice de Ingreso Neto = Ingreso Neto / Prima Ganada
2. Índice de Gastos Incurridos	Índice de Gastos Incurridos = Gastos Incurridos / Primas Ganadas
3. Índice de Siniestralidad	Índice de Siniestralidad = Siniestralidad / Primas Ganadas
4. Índice de Renovaciones	Índice de Renovaciones= Cantidad de Renovaciones / Cantidad de Renovaciones Potenciales
5. Puntualidad en la Liquidación de Siniestros	Elija únicamente aquellos siniestros que hayan sido procesados y liquidados de entre un conjunto entero de siniestros para un determinado período. Luego prorratee este conjunto de siniestros pagados, en términos de cantidad de días que demandó el pago de cada siniestro, según un cronograma definido
6. Índice de Rechazo de Reclamos	Índice de Rechazo de Reclamos = Cantidad de Siniestros Rechazados / Todos los Siniestros Informados
7. Índice de Crecimiento	Índice de Crecimiento = $(\text{Cantidad de Asegurados}_n - \text{Cantidad de Asegurados}_{n-1}) / \text{Cantidad de Asegurados}_{n-1}$
8. Índice de Cobertura	Índice de Cobertura = $\text{Cantidad de Asegurados}_n / \text{Población Abordada}_n$
9. Índice de Solvencia	Índice de Solvencia = Activos Admitidos / Pasivos
10. Índice de Liquidez	Índice de Liquidez = Disponibilidades en Efectivo o Equivalentes en Efectivo / Pagadero en el Corto Plazo (3 meses)

## B- DATOS COMUNES Y REQUISITOS PARA LOS CALCULOS.

Indicador	Datos comunes y requisitos para los cálculos
Índice de ingreso neto	1) El Asegurador debe proveer un balance y estado de ingresos para el programa y no solo para toda la compañía de seguros; 2) La prima ganada debe ser informada por el asegurador; 3) Si se utiliza un tercero administrador, sus costos deben incluirse en el capítulo de gastos; 4) El tercero administrador podrá quedar a cargo de la base de datos de reclamo. Esto lo utiliza el asegurador para preparar los costos de los reclamos y las reservas de siniestros; 5) El agente/auspiciante debe generar sus propios datos sobre microseguros individuales en base a los datos de sus otras actividades, según se describe en los Principios 1 y 2, y preparar los estados financieros de microseguros, según el Principio 3.
Índice de gastos incurridos	Los gastos de todos los socios deben combinarse
Índice de reclamos incurridos	Los reclamos pagados y las reservas de siniestros deben basarse en datos de reclamos que se encuentren debidamente auditados. Si el agente brinda beneficios adicionales, estos deben incluirse.
Tasa de renovación	La tasa de renovaciones debe calcularse con frecuencia aplicando un MIS anexo a la base de datos del historial de cliente y coberturas. Dicha base de datos probablemente sea mantenida por el agente
Rapidez en la liquidación de los reclamos	La base de datos de reclamos y otras fuentes deben utilizarse para calcular este indicador
Índice de rechazo de reclamos	La base de datos de reclamos y otras fuentes deben utilizarse para calcular este indicador
Índice de crecimiento	La tasa de renovaciones debe calcularse frecuentemente con una aplicación MIS anexada a la base de datos del historial de clientes y coberturas. Dicha base de datos probablemente sea mantenida por el agente
Índice de cobertura	El agente debe definir el mercado que abordará, con el fin de calcular este indicador (ver Capítulo 2)
Índice solvencia	El índice de solvencia debe determinarse para el asegurador y también para el programa. Si el agente brinda algunos de los beneficios, requerirá ciertas reservas que también deben considerarse en el índice de solvencia del programa
Índice de liquidez	El índice de liquidez debe determinarse para el asegurador así como también para el agente en caso que el mismo brinde algunos de los beneficios

## C- INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL

- 1- Índice de inversión social: gasto total en información educación y comunicación (iec)/total de gastos del programa.
- 2- Porcentaje de asegurados por debajo de la línea de pobreza: cantidad de asegurados por debajo de la línea de pobreza/cantidad total de asegurados dentro del programa.
- 3- Valor de las reclamaciones incurridas en relación con el ingreso anual de los clientes.

## CUESTIONARIO GENERAL DEL TRABAJO DE CAMPO

### A- DATOS BASICOS

1- Para la aseguradora:

- Fecha de inicio de la actividad microaseguradora
- Mercado total abordado en los programas de microseguros
- Peso de la actividad microaseguradora sobre el total
- Programas de microseguros activos
- Programa de microseguros 1
  - Denominación:
  - Fecha del inicio del Programa:
  - Subsidios o subvenciones:
  - Producto/os:
  - Colectivo al que se dirige y cuantificación:
  - Modelo de asunción del riesgo:
  - Canal de distribución:
  - Comercializador:
  - Acuerdo asegurador con el canal:
  - Derechos y obligaciones con el distribuidor.
  - Costes del Canal de distribución:
  - Otros operadores intervinientes y papel en el proceso:
  - Importe de las primas de microseguros y prima media:
  - Número de Asegurados:
  - Aspectos de Innovación del programa e impacto en costes:
  - Otras singularidades, a reseñar:
  - Operativa básica:
  - Contratación:
  - Reclamo:
  - Indemnizaciones:
- Programa de microseguros 2
- Programa de microseguros 3

2- Para el comercializador:

- Fecha de inicio de la actividad microaseguradora:
- Mercado total abordado en los programas de microseguros:
- Peso de la actividad microaseguradora sobre el total:
- Programas de microseguros activos:

- Programa de microseguros 1: (mismo desarrollo que para el asegurador)
- Programa de microseguros 2:
- Programa de microseguros 3:

## **B- DATOS COMPLEMENTARIOS**

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Augusto Acosta, 2007

Augusto Acosta (2007), Superintendente Financiero, “*El sector asegurador y la Superintendencia Financiera*”, XVI Convención Internacional de Seguros, Cartagena, Mayo 2007. Acceso [http://www.fasecolda.com/fasecolda/BancoMedios/Documentos%20PDF/sector\\_superfinanciera.pdf](http://www.fasecolda.com/fasecolda/BancoMedios/Documentos%20PDF/sector_superfinanciera.pdf) (consultado el 12-06-2011).

### Bejarano, 2008

V. Bejarano (2008), “*Distribución masiva y eficiencia de microseguros. La alianza Mapfre Codensa*”. Ponencia del Congreso Internacional de Microseguros del 2008, en Cartagena de Indias. [www.munichre-foundation.org](http://www.munichre-foundation.org) (consultado el 12-04-2011)

### Carla Chiape, 2008

Carla Chiape (2008) “*Microseguros, regulación y Supervisión en el Perú*”. Conferencia sobre Microseguros de Noviembre del 2008 en Cartagena de Indias. Superintendencia de Banca y Seguros de Perú y AFP. [www.munichre-foundation.org](http://www.munichre-foundation.org) (consultado el 16-06-2011)

### C. Contador, 2009

C.Contador (2009), “*Pesquisas sobre o microseguro no Brasil*”. Director de Pesquisa y Desenvolvimento. Escola Nacional de Seguros. Rio de Janeiro. Acceso <http://www.funenseg.org.br/arquivos/00-Microsseguros-Vol%201.pdf> (consultado el 12-09-2011).

### C. Churchill, 2006

C.Churchill (2006), “*Protecting the poor. A Microinsurance Compendium*”. Edited by Craig Churchill, ed.2006.International Labour Office, CH -1211 Geneva, Switzerland. I.L.O. in association with Munich Re Foundation 80791, Munchen, Germany [www.munichre-foundation.org](http://www.munichre-foundation.org) y [www.ilo.org](http://www.ilo.org). Acceso directo [http://www.munichre-foundation.org/StiftungsWebsite/Projects/Microinsurance/2006Microinsurance/Microinsurance\\_Compndium.htm](http://www.munichre-foundation.org/StiftungsWebsite/Projects/Microinsurance/2006Microinsurance/Microinsurance_Compndium.htm) (consultado el 3-07-2011)

### CENFRI, 2010

CENFRI (2010), “*Micro Insurance in Brazil, towards a strategy for market development. 2010*”. CENFRI, The Centre for Financial Regulation &

Inclusion, y la Escola Nacional de Seguros, FUNENSEG, Autores Hennie Bester, Doubell Camberlain, C. Hougard y H. Sinit. Acceso [www.cenfri.org](http://www.cenfri.org) (consultado el 20-07-2011)

### **CEPAL, 2007**

CEPAL (2007), *“Panorama Social de América Latina, 2007”*. Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y Caribe, Capítulo 1. Publicaciones CEPAL 2007. [www.cepal.org/cgi-bin](http://www.cepal.org/cgi-bin) (consultado el 3-04-2011)

### **CEPAL, 2008**

CEPAL (2008), *“Panorama Social de América Latina 2008”*. Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y Caribe, Publicaciones CEPAL 2008. [www.cepal.org/cgi-bin](http://www.cepal.org/cgi-bin) (consultado el 4-05-2011)

### **CGAP, 2004**

CGAP (2004), “Caso de Serví Perú”, 2004, Máximo U. Rodríguez y Bernardo Miranda, Enero 2004, Grupo de Trabajo en Microseguros del CGAP. Buenas y malas prácticas en microseguros, estudio del caso N° 1, [www.microinsurancenetnetwork.org/networkpublication41.php](http://www.microinsurancenetnetwork.org/networkpublication41.php) (consultado el 27-07-2011).

### **CGAP, 2005**

CGAP (2005), “Caso de La Equidad, Colombia”, 2005, Gloria Almeida y Francisco de Paula Jaramillo, Grupo de Trabajo en Microseguros del CGAP. Buenas y malas prácticas en microseguros, estudio del caso n° 12, [www.microinsurancenetnetwork.org/networkpublication41.php](http://www.microinsurancenetnetwork.org/networkpublication41.php) (consultado el 20-06-2011)

### **FASECOLDA, 2007**

FASECOLDA (2007), “Microseguros”, FASECOLDA 2007, Roberto Junguito, J.M. Restrepo, A. Gonzalez, R. Herrera, A.M. Rojas. 2007 [www.fasecolda.comhttp://www.fasecolda.com/fasecolda/BancoMedios/Documentos%20PDF/microseguros.pdf](http://www.fasecolda.comhttp://www.fasecolda.com/fasecolda/BancoMedios/Documentos%20PDF/microseguros.pdf) (consultado 13-08-2011).

### **Fernando A. Freitas, 2009**

Fernando A. Freitas (2009), *“Relatorio de Pesquisa. Modelagem do plano de negócios de uma Unidade de Microseguros”*. Escola Nacional de Seguros -Funenseg-. Fernando Augusto Freitas de Araujo, Abril 2009,

Rio de Janeiro, Funenseg 2009, [www.funenseg.org.br](http://www.funenseg.org.br) (Revista de 150 ejemplares). (consultado el 24-05-2011)

## **FUNDACIÓN MAPFRE, 2011**

Fundación MAPFRE (2011), *“El mercado asegurador latinoamericano 2010-2011”*. Instituto de Ciencias del Seguro, Fundación MAPFRE, Diciembre 2011. [www.mapfre.com/fundacion](http://www.mapfre.com/fundacion) (consultado el 40-03-2012)

## **IAIS, 2007**

IAIS (2007), “Aspectos de Regulación y Supervisión de Microseguros, Junio 2007, CGAP Working Group on Microinsurance. Web de la IAIS [www.iaisweb.org](http://www.iaisweb.org)., [www.iaisweb.org/index.cfm?pageID=443](http://www.iaisweb.org/index.cfm?pageID=443) (consulta el 15-07-2011).

## **IBGE, 2005**

IBGE (2005), Instituto Brasileño de Geografía y Estadística, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicilios, PNAD 2005, [www.ibge.gov.br/home](http://www.ibge.gov.br/home) (consultado el 22-06-2011).

## **INEI, 2007**

INEI (2007), Instituto Nacional de Estadística e Informática de Peru. Resultados censales e indicadores 2007, base de datos REDATAM, [www.inei.gob.pe](http://www.inei.gob.pe) (consultado el 20-07-2011)

## **Jiménez, 2007**

Raúl Jiménez Mori (2007), *“Una aproximación a los microseguros”*. *Textos de discusión*. Diciembre 2007. *Centro de Estudios Económicos y Desarrollo Empresarial. Textos de discusión*, [www.ceede.org.pe/download/DTN5\\_microseguros.pdf](http://www.ceede.org.pe/download/DTN5_microseguros.pdf). (consultado el 14-06-2011).

## **Mac Cord, 2007**

Microinsurance Centre (2007), Jim Roth, Michael J. McCord, and Dominic Liber. 2007. *“The Landscape of Microinsurance in the World’s 100 Poorest Countries”*. Contact: Michael J. McCord, 1045 N. Lynndale Dr. Ste 2E Appleton, WI54914, [http://www.microlinks.org/ev\\_debug.php?ID=19163\\_201&ID2=DO\\_TOPI](http://www.microlinks.org/ev_debug.php?ID=19163_201&ID2=DO_TOPI) C [www.microinsurancecentre.org](http://www.microinsurancecentre.org) (consultado el 18-05-2011).

### **Manuel Peña, 2007**

Juan Manuel Peña (2007), “Casos de éxito en microseguros: Perú”, 2007, seminario de microseguros AMIS-FIDES del 6 de Septiembre del 2007, [www.microseguros.info/documentos/ponencias-presentadas-durante-el-seminario-microseguros-2007-amis-fides/](http://www.microseguros.info/documentos/ponencias-presentadas-durante-el-seminario-microseguros-2007-amis-fides/) (consultado el 27-04-2011).

### **Martínez J., 2007**

Martínez J., González A., Restrepo J.M. (2007), “Seguros populares: Oportunidades de negocio que reducen la pobreza”. Revista FASECOLDA, edición 121, año 2007. Carrera 26-20, Bogotá, Colombia. [www.fasecolda.com](http://www.fasecolda.com) (consultado el 17-03-2011)

### **Munich Re, 2008**

Munich Re (2008), “Programa piloto en Perú para los algodoneros de Pisco”. Microinsurance Conference 2008. Cartagena de Indias. Steve Boucher, [www.munichre-foundation.orghttp://www.munichre-foundation.org/NR/rdonlyres/34EF4633-48A3-4A4E-B68E-DFF1B5CAFDAF/0/MIC2008\\_Summary\\_Boucher\\_Esp.pdf](http://www.munichre-foundation.orghttp://www.munichre-foundation.org/NR/rdonlyres/34EF4633-48A3-4A4E-B68E-DFF1B5CAFDAF/0/MIC2008_Summary_Boucher_Esp.pdf) (consultado el 16-05-2011)

### **Murulanda B. y Otero M., 2005**

Murulanda B. y Otero M. (2005), “*Perfil de las Microfinanzas en Latinoamérica en 10 años: Visión y características.*”, 2005, Acción Internacional, publicaciones, [www.accion.orghttp://www.fidamerica.cl/admin/docdescargas/centrodoc/centrodoc\\_549.pdf](http://www.accion.orghttp://www.fidamerica.cl/admin/docdescargas/centrodoc/centrodoc_549.pdf) (consultado el 14-02-2011).

### **Navajas S. Tejerina L., 2006**

Navajas S. Tejerina L. (2006), “*Las microfinanzas en América latina y el Caribe. ¿Cuál es la magnitud del mercado?*” BID, Banco Interamericano de Desarrollo, Publicaciones, Estudios, Diciembre 2006, <http://www.microfinanzas.org/uploads/media/MSM-135s.pdf> (consultado el 14-07-2011).

### **Neri, 2008**

Marcelo Neri (2008), “Metade Nova classe media”, 2008, área de política social de la Fundación Getulio Vargas, [www.fgv.br/ibrecps/retcm/midia/kc1615.pdf](http://www.fgv.br/ibrecps/retcm/midia/kc1615.pdf) (consultado el 27-04-2011).

## **PNAD, 2006**

PNAD (2006), Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2006. Síntesis de indicadores sociales. Estudos e Pesquisas: informacao demográfica e socioeconómica, numero 19. Editado por el Instituto Brasileiro de Geografia y Estadística -IBGE- [www.ibge.gov.br/home](http://www.ibge.gov.br/home) (consultado el 17-05-2011).

## **Roth J., 2005**

Roth J., (2005), *“Microseguros en América Latina y el Caribe: Alcanzando una escala sostenible. ¿Qué rol pueden adoptar los donantes?”*. Este artículo es una continuación de una edición previa de Microempresa, informe de avances, Junio 2005, Vol. 8 N°1, editado por el Banco Interamericano de Desarrollo, 1300 New York Ave, NW, Washington, DC 20577, Vol. 9 N°1 pag.9, Junio 2006. [http://www.microseguros.info/uploads/media/4\\_\\_MICROSEGUROS\\_EN\\_AMERICA\\_LATINA\\_Y\\_EL\\_CARIBE.PDF](http://www.microseguros.info/uploads/media/4__MICROSEGUROS_EN_AMERICA_LATINA_Y_EL_CARIBE.PDF) (consultado el 14-06-2011).

## **Swiss Re, 2004**

Swiss Re (2004), “Descubriendo el potencial de los mercados emergentes, China y la India en el punto de mira”. Sigma report n° 5 del 2004. Acceso [www.swissre.com/sigma](http://www.swissre.com/sigma) (consultado el 13-07-2011).

## **Swiss Re, 2008**

Swiss Re (2008), “El seguro mundial en 2007: Los mercados emergentes se sitúan a la cabeza”. Sigma Report n° 3 del 2008. [www.swissre.com/sigma](http://www.swissre.com/sigma) (consultado el 13-06-2011).

## **Swiss Re, 2010**

Swiss Re, Almit Karba (2010), “Protección contra el riesgo para 4000 millones de personas” Estudios de Swiss Re, Sigma report n°6. [www.swissre.com/sigma](http://www.swissre.com/sigma) (consultado el 13-05-2011).

## **UPC, 2010**

UPC, Silvia Bustamante (2010), “Empresas sociales y salud”. Escuela de postgrado de la UPC, cuadernos de Investigación, EPG Edición n° 11, Agosto 2010. [http://www.upc.edu.pe/bolsongei/bol/29/724/Silvia\\_Bustamante\\_cuadernos\\_de\\_investigacion.pdf](http://www.upc.edu.pe/bolsongei/bol/29/724/Silvia_Bustamante_cuadernos_de_investigacion.pdf) (consultado el 14-05-2011).

## **Webb y Savage & Asociados, 2009**

Webb, Ian, Lawrie Savage & Associates (2009), "Hacia el desarrollo de los microseguros en el Perú". Conferencia Internacional de Microseguros, del 25 de Septiembre del 2009, Lima.

[www.microseguros.info/documentos/presentaciones-de-la-conferencia-internacional-sobre-microseguro-en-el-peru/](http://www.microseguros.info/documentos/presentaciones-de-la-conferencia-internacional-sobre-microseguro-en-el-peru/) (consultado el 27-06-2011).

## **Wipf y Garand, 2008**

Denis Garand y Jhon Wipf (2008), "*Indicadores de Microseguros. Un manual para practicantes en microseguros.*" Septiembre 2008, ADA, microinsurance expertise, BRS, Fundación Raiffersen, Belgica, CGAP Working Group in Microinsurance. <http://www.microfinanzas.org/centro-de-informacion/documentos/indicadores-de-desempeno-para-microseguros-un-manual-para-practicantes-en-microseguros/> (consultado el 14-05-2011).

## **A- Fuentes Bibliográficas generales sobre los microseguros**

### 1- Autores/Obras

**Protecting the Poor. A Microinsurance compendium** Edited by Craig Churchill, Ed. 2006, International Labour Office, and CH -1211 Geneva, Switzerland. ILO in association with Munich Re Foundation 80791 Munchen, Germany <http://www.munichre-foundation.org> y [www.ilo.org](http://www.ilo.org)

**"THE NEXT FOUR BILLION: Market Size and Business Strategy at the Base of the Pyramid"**. Hammond, Allen, L., William, J., Katz, R., Walker, C., (2007), World Resources Institute and International Finance Corporation. February 2007  
<http://www.wri.org/publication/the-next-4-billion>

**The Fortune at the Bottom of the Pyramid. Eradicating poverty through profits.** Prahalad, C.K., Book Wharton School Publishing, primera edición publicada el 26 de Julio 2004, copyright 2005, Upper Saddle River, NJ. Accesibilidad  
<http://www.whartonsp.com/bookstore/product.asp?isbn=0131467506>

**The Landscape of Microinsurance in the World's 100 Poorest Countries**". Microinsurance Centre, (2007), Jim Roth, Michael J. McCord, and Dominic Liber. Contact: Michael J. McCord, 1045 N.Lynndale Dr., Ste 2E Appleton, WI54914. Acceso  
[http://www.microlinks.org/ev\\_debug.php?ID=19163\\_201&ID2=DO\\_TOPIC](http://www.microlinks.org/ev_debug.php?ID=19163_201&ID2=DO_TOPIC)

**Microseguros: Fundamentos técnicos y ámbito de aplicación de un producto en expansión.** Albarrán, I., Alonso, P., (2007). *n. R. E. S.* 2007, nº 131 –AIDA-. Julio-Septiembre 2007 Págs. 297-310

**Banco Mundial, Informe sobre el desarrollo Mundial 2006. –Equidad y desarrollo.** Documento disponible en [www.worldbank.org/wdr2006](http://www.worldbank.org/wdr2006)

**Informe sobre el desarrollo Mundial 2009 – Una nueva geográfica económica.- -Panorama general –.** Acceso en [www.worldbank.org/wdr2009](http://www.worldbank.org/wdr2009)

**Informe Anual 2008. Fondo de Innovación en Microseguros,** OIT 2009, Publicado por la Oficina Internacional del Trabajo. Acceso Web [www.ilo.org/microinsurance](http://www.ilo.org/microinsurance)

**Indicadores de Microseguros. Un manual para practicantes en Microseguros.** Septiembre 2008, Denis Garand y John Wipf/ADA. ADA Micro Insurance Expertise, BRS, Fundacion Raiffersen Belgian, CGAP Working Group in Microinsurance.

**Microinsurance: Breaking the paradigm,** October 2009. José Luis Contreras C., Aon Bolivia S.A.,

**El estado de la inseguridad de alimentos en el mundo 2008.** Hafez Ghanem., FAO 2008 – “El estado de la inseguridad de alimentos en el mundo 2008”. Publicaciones de la División de Alimentación y agricultura de las Naciones Unidas. [www.fao.org](http://www.fao.org)

**Microseguros: “Fundamentos técnicos y ámbito de aplicación de un producto en expansión”.** Albarrán, I., y Alonso, P., Documentos AIDA, RES, 2007 N° 131 AIDA

**World Insurance in 2007, emergent markets leading the way, with the statistical appendix update, December 2008.** Swis-Re, Sigma Report N°3/2008, Zúrich. <http://www.swissre.com>

**Hacia un mundo sin pobreza.** Yunus, M., (1998). “*hacia un mundo sin pobreza*”. Edita. Andrés Bello, Barcelona.

## **B- Fuentes bibliográficas específicas, por Región/País**

### **1- América Latina, general y países: autores/obras**

**Microseguros en América Latina y el Caribe: Alcanzando una escala sostenible ¿Qué rol pueden adoptar los donantes?.** Roth J. Este artículo es una continuación de una edición previa de *Microempresa, Informe de Avances, Junio 2005, Vol.8, N°1*, editado por el Banco Interamericano de

Desarrollo 1300 New York Ave., N.W, Washington, DC 20577  
<http://www.microseguros.info/uploads/media/4>

**Health Micro-Insurance: an overview of experiences and program potential in Central America., Executive Summary.** Basado en los datos de resultados de Octubre del 2007 a Junio/Julio 2008, Alexandra Tulnstra Gomez, editado por CDR, Central for Rural Development Studies. Web [www.cdr.or.cr](http://www.cdr.or.cr)

**Panorama Social de América Latina.** Naciones Unidas, Comisión Económica para América Latina y el Caribe, CEPAL, Capitulo. 1. Publicaciones CEPAL, 2007, <http://www.cepal.org/cgi-bin>

**Las Microfinanzas y los Microseguros en América Latina y el Caribe: Situación y perspectivas.** 2009, Jesús Rivera Velasco y Jorge Caro Crapivinsky. Editado en la Revista Comunica, año 5, Enero-Abril 2009.

**Regulación de los Microseguros: Casos de Colombia, Perú Brasil, México, Bolivia y Sudáfrica.** Septiembre 2007, Editado por FASECOLDA, Federación de Aseguradores Colombianos, Documento de Presidencia Ejecutiva. (Acceso vía Web de FASECOLDA)

**Comportamiento económico de consumidores en Riesgo Social para el desarrollo de los microseguros.** 2009, Publicado por International Microinsurance Research, Estudio de Micro seguros. (Acceso via Web de International Microinsurance Research)

**Implementación de Servicios de Microseguros en FOLADE. Principios básicos de los Microseguros.** 2008, Erick Schulze Muñoz. Editado en Documentos del congreso de Managua de 24 de Abril del 2008. (Web de acceso.....)

**Microseguros. Un complemento efectivo a las soluciones de Microcrédito.** 2008, documento publicado del congreso anual de Microseguros del 2008, en Cartagena de Indias, Colombia. (Acceso Web de Munich-Re)

**Las Microfinanzas en América Latina y el Caribe. ¿Cual es la magnitud del mercado?** Navajas, S., y Tejerina L, BID, Banco Interamericano de Desarrollo. Publicaciones, Estudios, Diciembre 2006, <http://idbdocs.iadb.org>

**Regulación, Supervisión y Políticas Públicas. Principios guía para la regulación de los microseguros. Experiencia Mexicana y Tendencias Internacionales.** Noviembre del 2008, Recaredo Árias J., editado por AMIS, Asociación Mexicana de Instituciones de seguros, A.C.

**Perfil de las Microfinanzas en Latinoamérica en 10 años: Visión y características.** Marulanda, B. y Otero, M., (2005).ACCION Internacional, en publicaciones, [www.accion.org](http://www.accion.org)

**La Industria de los Microseguros en Bolivia, diagnostico al 2004.** De Mayo del 2005. Fernando Prado Guachalla y Katya Collao Grandi. FOLADE

**Servicios de Microseguros en Bolivia.** Abril 2008, lic. Msc. C. Marcelo Diaz Quevedo. Centro AFIN, La Paz Bolivia. (Web Centro AFIN)

**Microseguros, la experiencia en Bolivia.** Mayo 2007, Erick Schulze, Taxco de Alarcón. Acceso Web  
[www.microbancos.com/seminario/ppt/MICROSEGUROS-EN-BOLIVIA.pdf](http://www.microbancos.com/seminario/ppt/MICROSEGUROS-EN-BOLIVIA.pdf).

## **2- Específico de Colombia: autores/obras**

**Una aproximación a los Microseguros.** Textos de discusión Diciembre 2007, Raúl Jiménez Mori. Centro de Estudios Económicos y Desarrollo Empresarial.- Textos de discusión,  
[http://www.ceede.org.pe/download/DTN5\\_microseguros.pdf](http://www.ceede.org.pe/download/DTN5_microseguros.pdf)

**Microseguros.** Octubre 2007, Roberto Junguito, Juan Manuel Restrepo, Alejandra González, Rebeca Herrera, Ana María Rojas. Federación de Aseguradores Colombianos, FASECOLDA.

**El Seguro de Salud en Colombia. ¿Cobertura Universal?** 2002, Restrepo Zea, Jairo Humberto. Revista Gerencia y políticas de salud, Septiembre 2002, volumen 1, número 002, Págs. 25-40. Universidad Pontificia Javeriana. Red AL y C Wev. [www.redalyc.org](http://www.redalyc.org)

**El sector asegurador y la Superintendencia Financiera.** Mayo 2007, Superintendencia Financiera de Colombia.

***Buenas y malas prácticas. Caso de estudio nº 12. La Equidad Seguros – Colombia-*** Gloria Almeida y Francisco de Paula Jaramillo- Sept. 2005- . CGAP Grupo de Trabajo en Microseguros. <http://www.microfinancegateway.org>

***Microseguros o seguros populares: Oportunidades de negocio que reduce la pobreza.*** Martínez J., González A., Restrepo J.M., 2007, Revista FASECOLDA, edición 121, año 2007, Carrera 7 nº 26-20 Bogotá <http://www.fasecolda.com>

## **3- Especifico de Perú. autores/obras**

**La Positiva, Seguros Perú y la Junta Nacional de Usuarios de los Distritos de Riego de Perú.** Acceso Web [www.lapositiva.com.pe](http://www.lapositiva.com.pe) . Proyecto ganador del concurso convocado por el Fondo de Innovación en Microseguros de la OIT

**Un acercamiento estratégico para el área de los seguros. Lecciones de un programa piloto en Perú.** Documento de la Conferencia de Microseguros

del 2008, sesión 6, Steve Boucher, editado por Munich-Re Foundation. (Web de Munich-Re)

**Buenas y malas prácticas en microseguros, Serviperú, Estudio del caso** 1.Enero 2004, Máximo U. Rodríguez y Bernardo Miranda. Grupo de Trabajo en Microseguros, CGAP (Web CGAP) y <http://www.oit.org/public/english>

**Ponencia: Regulación, Supervisión y Políticas de Actuación. La Perspectiva Latinoamericana. “Microseguros, Regulación y Supervisión en el Perú”.** Carla Chiape Conferencia sobre Microseguros del 5-7 de Noviembre del 2008 en Cartagena, -Colombia- Superintendencia de Banca y Seguros de Perú y AFP. <http://www.munichre-foundation.org>

**Programa piloto en Perú para los algodóneros de Pisco.** Munich Re, (2008), Microinsurance Conference 2008, Cartagena- Colombia- :- Steave Boucher-. <http://www.munichre-foundation.org>

#### **4- Específico de Brasil: autores/obras**

##### **ACCESO A TODOS LOS RELATORIOS PARCIALES- (SUSEP)**

**III Relatorio Parcial.** Mayo 2009, Identificación de las partes interesadas en los Microseguros y sus respectivos papeles. Documento elaborado por el Grupo de Trabajo en Microseguros de SUSEP.

**IV Relatorio Parcial.** Agosto 2009, Identificación de los principales parámetros para los productos de Microseguros. Documento elaborado por el Grupo de Trabajo en Microseguros de SUSEP.

**Inovações em Micros seguros.** Craig Churchill Facilite Inovadora de Micros seguros. Publicações de ILO, Organização Internacional do trabalho.

**Pesquisas sobre o micro seguro no Brasil.** Cláudio Contador, Director de Pesquisa y desenvolvimento Escola Nacional de Seguros. Rio de Janeiro – Funenseg- [www.funenseg.org.br](http://www.funenseg.org.br).

**Relatório de Pesquisa Modelagem, do plano de Negócios de uma Unidade de Micro seguros.** Escola Nacional de Seguros – Funenseg- Fernando Augusto Freitas de Araújo. – Abril 2009- Rio de Janeiro –Funenseg 2009- [www.funenseg.org.br](http://www.funenseg.org.br) (Revista de 150 ejemplares.)

**Relatório de Pesquisa. Produtos da iniciativa Privada correlacionados com o Micro seguros.** Francisco Galiza. Escola Nacional de Seguros. Funenseg. Julio 2009. ( Revista de 50 Ejemplares.)

**Relatorio de Pesquisa. Demanda por Microseguros e deposicao a pagar.** Jose L. Carvalho, Escola Nacional de Seguros. Funenseg, Rio de Janeiro 2009. (Revista de 50 Ejemplares) [www.funenseg.org.br](http://www.funenseg.org.br) .

**Estimativa de potencial do mercado do Microseguros no Brasil.** Kaizo Iwakami Beltrao, Sonoe Sugahara, Fernando Paes. Rio de Janeiro 2009 [www.fgv.br/cps](http://www.fgv.br/cps) (Comprobar activo)

## **PÁGINAS WEB**

<http://www.accion.org/>. Acción Internacional.

<http://www.centroafin.org/>. Centro Internacional de apoyo a las innovaciones financieras.

<http://www.cepal.org/> La Comisión Económica para América Latina de Naciones Unidas. CEPAL.

<http://www.cgap.org/p/site/c/home/>. Consultative Group to Assist the Poor.

<http://www.fao.org/>. Food and Agriculture Organization of the United Nations.

<http://www.fasecolda.com/fasecolda/home.asp?Cambiar=Inicio>. Federación de Aseguradores Colombianos.

<http://www.fideseguros.com/fides/index.html>. Federación Interamericana de Empresas de Seguros

<http://www.folade.org/new/>. Fondo Latinoamericano de Desarrollo.

<http://www.gatesfoundation.org>. Fundación Bill y Melinda Gates.

<http://www.iadb.org/>. Inter-American Development Bank.

<http://www.ilo.org/public/spanish/employment/mifacility/index.htm>. Organización Internacional del Trabajo. Fondo para la innovación en microseguros.

<http://www.mapfre.com/documentacion>. Fundación Mapfre. Centro de documentación.

<http://www.microfinancegateway.org/p/site/m/template.rc/1.11.48248/>. Consultative Group to Assist the Poor

<http://www.microinsurance.org/gimi/ShowMainPage.do>. Microinsurance Network.

<http://microinsurancecentre.org/UI/Home.aspx>. Microinsurance Centre.

<http://www.microinsurancenetwork.org/es/index.php>. Microinsurance Network.

[http://www.microlinks.org/ev\\_en.php](http://www.microlinks.org/ev_en.php). USAID

[http://www.microlinks.org/ev.php?ID=8719\\_201&ID2=DO\\_TOPIC](http://www.microlinks.org/ev.php?ID=8719_201&ID2=DO_TOPIC). USAID

<http://www.microseguros.info/>. Microseguros América latina y Caribe

<http://www.munichre-foundation.org/StiftungsWebsite/>. Munich Re Foundation.

<http://www.munichre-foundation.org/StiftungsWebsite/Projects/Microinsurance/>. Munich Re Foundation.

<http://www.portalmicrofinanzas.org/p/site/s/>.  
Portal de microfinanzas. Microfinance Gateway.

<http://www.planetrating.com/EN/index.php> Planet Rating

<http://www.sed.manchester.ac.uk/idpm/>. The University of Manchester.

<http://www.susep.gov.br/principal.asp>. Ministerio de Fazenda. Superintendencia de seguros privados.

<http://www.swissre.com/>. Swiss Re.

<http://www.usaid.gov/> USAID.

<http://www.wharton.upenn.edu/>. Wharton School

<http://www.worldbank.org/>. Banco Mundial.

<http://www.zurich.com/main/home/welcome.htm>. Zurich Financial Services Group.

## RELACION DE TABLAS Y FIGURAS

### TABLAS

Tabla 1: Concentración de mercado 2010 .....	28
Tabla 2: Dificultades y complejidad por tipos de microseguros .....	29
Tabla 3: Modalidades de microseguros en América Latina .....	29
Tabla 4: Peso de los operadores de microseguros en los países más pobres de América del Sur y Caribe .....	30
Tabla 5: Penetración de los microseguros y densidad en los países más pobres de América del Sur y Caribe .....	30
Tabla 6: Vidas con coberturas de microseguros en los países más pobres de América latina y Caribe .....	32
Tabla 7: América Latina, datos de pobreza .....	32
Tabla 8: Detalle de coberturas por microseguros .....	33
Tabla 9 Tipología de regulación según el IAIS .....	37
Tabla 10: Perú, población total y tasa de crecimiento promedio anual (1940-2007) .....	58
Tabla 11: Población total y tasa de crecimiento promedio anual .....	59
Tabla 12: Perú, población por grupos de edad, 1993 y 2007 .....	59
Tabla 13: Datos de pobreza en Perú .....	61
Tabla 14: Empresas de seguros autorizadas al 30-11-2008 .....	65
Tabla 15: Actividad microaseguradora en N.Soles .....	65
Tabla 16: Índice de penetración y prima per cápita .....	69
Tabla 17: Visitas realizadas .....	110
Tabla 18: Operadores e instituciones visitadas .....	111
Tabla 19: Programas de referencia por operadores .....	111

### FIGURAS

Figura 1: Esquema del mercado potencial de los microseguros .....	20
Figura 2: Mercado de los microseguros a nivel mundial .....	21
Figura 3: Distribución del mercado potencial de los microseguros .....	22
Figura 4: Diferencias entre el seguro y el microseguro .....	23
Figura 5: Primas de seguros y proyecciones 2004-2014 .....	25
Figura 6: Penetración y densidad, 2010, por país en América Latina .....	26
Figura 7: La penetración del seguro en América Latina, 2010 .....	27
Figura 8: Latinoamérica, primas per cápita 2010 .....	27
Figura 9: Cobertura de los microseguros de vida en América Latina y Caribe .....	31
Figura 10: Perfil de vulnerabilidad por ingresos país .....	34
Figura 11: Datos de pobreza .....	41
Figura 12: Esquema de la base de la pirámide y mercado potencial .....	42
Figura 13: Economía formal e informal, evolución .....	42

Figura 14: Comparativo de penetración de los microseguros en la B.P .....	43
Figura 15: Datos de estructura de actividad .....	44
Figura 16: Sensibilidad y demanda de los microseguros .....	45
Figura 17: Soluciones ante los siniestros por estratos .....	45
Figura 18: Estructura de mercado y operadores .....	46
Figura 19: Tipología de microseguros .....	47
Figura 20: Periodo de cobertura y periodicidad de pagos .....	48
Figura 21: Concentración de la contratación por importe de las primas .....	49
Figura 22: Participación de los microseguros sobre el total de las primas ..	50
Figura 23: PIB en el Perú en el 2008 .....	58
Figura 24: Población por edades en Perú .....	60
Figura 25: Incidencia de la pobreza total en Perú (2004-2007 en %) .....	60
Figura 26: Datos de la pirámide de pobreza en Perú .....	61
Figura 27: Mercado potencial de los microseguros en Perú .....	62
Figura 28: Barreras para la contratación de los microseguros .....	63
Figura 29: Mercado de los seguros en Perú, en 2010 .....	64
Figura 30: Primas de microseguros por compañías (Junio 2009) .....	66
Figura 31: Asegurados con microseguros por compañías .....	66
Figura 32: Productos de microseguros registrados y asegurados al tercer trimestre del 2009 .....	67
Figura 33: Topología de productos de microseguros comercializados y asegurados por topología .....	67
Figura 34: Tipos de microseguros y peso sobre el total (0,33 USD-3,33 USD) .....	68
Figura 35: Tipos de microseguros y peso sobre el total (3,33 USD-16 USD) .....	69
Figura 36: Estructura económica de Brasil por sectores .....	74
Figura 37: Cuantificación de población activa .....	75
Figura 38: Pirámide de pobreza por unidades familiares y su evolución .....	76
Figura 39: Distribución de ingresos per cápita (mensuales) .....	77
Figura 40: Concentración por áreas geográficas según tramos de edad ..	77
Figura 41: Modelo PASI .....	80
Figura 42: Gráfico del modelo Socio agente .....	89
Figura 43: Canales de comercialización .....	90
Figura 44: Canales de distribución .....	92
Figura 45: Operativa por redes de comercialización en Colombia .....	93
Figura 46: Canales de comercialización de los microseguros .....	98
Figura 47: Esquema del canal de distribución de servicios públicos .....	104
Figura 48: Estructura operativa del canal minorista .....	105
Figura 49: Modelo operativo del programa .....	143
Figura 50: Índice de ingreso neto .....	154
Figura 51: Índice de gasto incurrido .....	157
Figura 52: Índice de siniestralidad .....	159
Figura 53: Índice de renovaciones .....	161
Figura 54: Índice de rechazos .....	162
Figura 55: Índice de crecimiento .....	163
Figura 56: Índice de cobertura .....	164
Figura 57: Asegurados por debajo de la línea de pobreza .....	166

Figura 58: Peso de la prima de riesgos .....	167
Figura 59: Peso del coste del canal de comercialización .....	168
Figura 60: Margen bruto del asegurador .....	169
Figura 61: Esquema de eficiencia económica y social .....	180
Figura 62: El reto de la inclusión financiera .....	182
Figura 63: Esquema de modelos de referencia .....	183
Figura 64: Elementos clave para los programas de microseguros .....	187

## COLECCIÓN “CUADERNOS DE LA FUNDACIÓN”

Instituto de Ciencias del Seguro

*Para cualquier información o para adquirir nuestras publicaciones  
puede encontrarnos en:*

FUNDACIÓN MAPFRE

Publicaciones

Paseo de Recoletos 23 – 28004 Madrid – (España)

Tel.: + 34 915 818 768 Fax: +34 915 818 409

[www.fundacionmapfre.com/cienciasdelseguro](http://www.fundacionmapfre.com/cienciasdelseguro)

- 179. Experiencias de Microseguros en Colombia, Perú y Brasil. Modelo socio agente. 2012
- 178. El agente de seguros y su Responsabilidad Civil. 2012
- 177. Riesgo operacional en el marco de Solvencia II. 2012
- 176. Un siglo de seguros marítimos barceloneses en el comercio con América. (1770-1870). 2012
- 175. El seguro de Caución. 2012
- 174. La contabilidad de los corredores de seguros y los planes y fondos de pensiones. 2012
- 173. El seguro de Vida en América Latina. 2011
- 172. Gerencia de riesgos sostenibles y Responsabilidad Social Empresarial en la entidad aseguradora. 2011
- 171. Investigaciones en Seguros y Gerencia de Riesgos. 2011
- 170. Introdução ao Resseguro. 2011
- 169. La salud y su aseguramiento en Argentina, Chile, Colombia y España. 2011
- 168. Diferencias de sexo en conductas de riesgo y tasa de mortalidad diferencial entre hombres y mujeres. 2011
- 167. Movilización y rescate de los compromisos por pensiones garantizados mediante contrato de seguros. 2011
- 166. Embedded Value aplicado al ramo No Vida. 2011

165. Las sociedades cautivas de Reaseguro. 2011
164. Daños del amianto: litigación, aseguramiento de riesgos,y fondos de compensación.. 2011
163. El riesgo de tipo de interés: experiencia española y Solvencia II. 2011
162. I Congreso sobre las Nuevas Tecnologías y sus repercusiones en el Seguro: Internet, Biotecnología y Nanotecnología. 2011
161. La incertidumbre bioactuarial en el riesgo de la longevidad. Reflexiones bioéticas. 2011
160. Actividad aseguradora y defensa de la competencia. La exención antitrust del sector asegurador. 2011
159. Estudio empírico sobre la tributación de los seguros de vida. 2010
158. Métodos estocásticos de estimación de las provisiones técnicas en el marco de Solvencia II. 2010
157. Introducción al Reaseguro. 2010
156. Encuentro Internacional sobre la Historia del Seguro. 2010
155. Los sistemas de salud en Latinoamérica y el papel del seguro privado. 2010
154. El Seguro de Crédito en Chile. 2010
153. El análisis financiero dinámico como herramienta para el desarrollo de modelos internos en el marco de Solvencia II. 2010
152. Características sociodemográficas de las personas con doble cobertura sanitaria. Un estudio empírico. 2010
151. Solidaridad impropia y seguro de Responsabilidad Civil. 2010
150. La prevención del blanqueo de capitales en las entidades aseguradoras, las gestoras y los corredores de seguros 2010
149. Fondos de aseguramiento agropecuario y rural: la experiencia mexicana en el mutualismo agropecuario y sus organizaciones superiores. 2010
148. Avaliação das Provisoes de Sinistro sob o Enfoque das Novas Regras de Solvência do Brasil. 2010

147. El principio de igualdad sexual en el Seguro de Salud: análisis actuarial de su impacto y alcance. 2010
146. Investigaciones históricas sobre el Seguro español. 2010
145. Perspectivas y análisis económico de la futura reforma del sistema español de valoración del daño corporal. 2009
144. Contabilidad y Análisis de Cuentas Anuales de Entidades Aseguradoras (Plan contable 24 de julio de 2008). 2009
143. Mudanças Climáticas e Análise de Risco da Indústria de Petróleo no Litoral Brasileiro. 2009
142. Bases técnicas dinámicas del Seguro de Dependencia en España. Una aproximación en campo discreto. 2009
141. Transferencia Alternativa de Riesgos en el Seguro de Vida: Titulización de Riesgos Aseguradores. 2009
140. Riesgo de negocio ante asegurados con múltiples contratos. 2009
139. Optimización económica del Reaseguro cedido: modelos de decisión. 2009
138. Inversiones en el Seguro de Vida en la actualidad y perspectivas de futuro. 2009
137. El Seguro de Vida en España. Factores que influyen en su progreso. 2009
136. Investigaciones en Seguros y Gestión de Riesgos. RIESGO 2009.
135. Análisis e interpretación de la gestión del fondo de maniobra en entidades aseguradoras de incendio y lucro cesante en grandes riesgos industriales. 2009
134. Gestión integral de Riesgos Corporativos como fuente de ventaja competitiva: cultura positiva del riesgo y reorganización estructural. 2009
133. La designación de la pareja de hecho como beneficiaria en los seguros de vida. 2009
132. Aproximación a la Responsabilidad Social de la empresa: reflexiones y propuesta de un modelo. 2009
131. La cobertura pública en el seguro de crédito a la exportación en España: cuestiones prácticas-jurídicas. 2009

130. La mediación en seguros privados: análisis de un complejo proceso de cambio legislativo. 2009
129. Temas relevantes del Derecho de Seguros contemporáneo. 2009
128. Cuestiones sobre la cláusula cut through. Transferencia y reconstrucción. 2008
127. La responsabilidad derivada de la utilización de organismos genéticamente modificados y la redistribución del riesgo a través del seguro. 2008
126. Ponencias de las Jornadas Internacionales sobre Catástrofes Naturales. 2008
125. La seguridad jurídica de las tecnologías de la información en el sector asegurador. 2008
124. Predicción de tablas de mortalidad dinámicas mediante un procedimiento bootstrap. 2008
123. Las compañías aseguradoras en los procesos penal y contencioso-administrativo. 2008
122. Factores de riesgo y cálculo de primas mediante técnicas de aprendizaje. 2008
121. La solicitud de seguro en la Ley 50/1980, de 8 de octubre, de Contrato de Seguro. 2008
120. Propuestas para un sistema de cobertura de enfermedades catastróficas en Argentina. 2008
119. Análisis del riesgo en seguros en el marco de Solvencia II: Técnicas estadísticas avanzadas Monte Carlo y Bootstrapping. 2008
118. Los planes de pensiones y los planes de previsión asegurados: su inclusión en el caudal hereditario. 2007
117. Evolução de resultados técnicos e financeiros no mercado segurador iberoamericano. 2007
116. Análisis de la Ley 26/2006 de Mediación de Seguros y Reaseguros Privados. 2007
115. Sistemas de cofinanciación de la dependencia: seguro privado frente a hipoteca inversa. 2007

114. El sector asegurador ante el cambio climático: riesgos y oportunidades. 2007
113. Responsabilidade social empresarial no mercado de seguros brasileiro influências culturais e implicações relacionais. 2007
112. Contabilidad y análisis de cuentas anuales de entidades aseguradoras. 2007
111. Fundamentos actuariales de primas y reservas de fianzas. 2007
110. El Fair Value de las provisiones técnicas de los seguros de Vida. 2007
109. El Seguro como instrumento de gestión de los M.E.R. (Materiales Especificados de Riesgo). 2006
108. Mercados de absorción de riesgos. 2006
107. La exteriorización de los compromisos por pensiones en la negociación colectiva. 2006
106. La utilización de datos médicos y genéticos en el ámbito de las compañías aseguradoras. 2006
105. Los seguros contra incendios forestales y su aplicación en Galicia. 2006
104. Fiscalidad del seguro en América Latina. 2006
103. Las NIC y su relación con el Plan Contable de Entidades Aseguradoras. 2006
102. Naturaleza jurídica del Seguro de Asistencia en Viaje. 2006
101. El Seguro de Automóviles en Iberoamérica. 2006
100. El nuevo perfil productivo y los seguros agropecuarios en Argentina. 2006
99. Modelos alternativos de transferencia y financiación de riesgos "ART": situación actual y perspectivas futuras. 2005
98. Disciplina de mercado en la industria de seguros en América Latina. 2005
97. Aplicación de métodos de inteligencia artificial para el análisis de la solvencia en entidades aseguradoras. 2005

96. El Sistema ABC-ABM: su aplicación en las entidades aseguradoras. 2005
95. Papel del docente universitario: ¿enseñar o ayudar a aprender? 2005
94. La renovación del Pacto de Toledo y la reforma del sistema de pensiones: ¿es suficiente el pacto político?. 2005
92. Medición de la esperanza de vida residual según niveles de dependencia en España y costes de cuidados de larga duración. 2005
91. Problemática de la reforma de la Ley de Contrato de Seguro. 2005
90. Centros de atención telefónica del sector asegurador. 2005
89. Mercados aseguradores en el área mediterránea y cooperación para su desarrollo. 2005
88. Análisis multivariante aplicado a la selección de factores de riesgo en la tarificación. 2004
87. Dependencia en el modelo individual, aplicación al riesgo de crédito. 2004
86. El margen de solvencia de las entidades aseguradoras en Iberoamérica. 2004
85. La matriz valor-fidelidad en el análisis de los asegurados en el ramo del automóvil. 2004
84. Estudio de la estructura de una cartera de pólizas y de la eficacia de un Bonus-Malus. 2004
83. La teoría del valor extremo: fundamentos y aplicación al seguro, ramo de responsabilidad civil autos. 2004
81. El Seguro de Dependencia: una visión general. 2004
80. Los planes y fondos de pensiones en el contexto europeo: la necesidad de una armonización. 2004
79. La actividad de las compañías aseguradoras de vida en el marco de la gestión integral de activos y pasivos. 2003
78. Nuevas perspectivas de la educación universitaria a distancia. 2003
77. El coste de los riesgos en la empresa española: 2001.

76. La incorporación de los sistemas privados de pensiones en las pequeñas y medianas empresas. 2003
75. Incidencia de la nueva Ley de Enjuiciamiento Civil en los procesos de responsabilidad civil derivada del uso de vehículos a motor. 2002
74. Estructuras de propiedad, organización y canales de distribución de las empresas aseguradoras en el mercado español. 2002
73. Financiación del capital-riesgo mediante el seguro. 2002
72. Análisis del proceso de exteriorización de los compromisos por pensiones. 2002
71. Gestión de activos y pasivos en la cartera de un fondo de pensiones. 2002
70. El cuadro de mando integral para las entidades aseguradoras. 2002
69. Provisiones para prestaciones a la luz del Reglamento de Ordenación y Supervisión de los Seguros Privados; métodos estadísticos de cálculo. 2002
68. Los seguros de crédito y de caución en Iberoamérica. 2001
67. Gestión directiva en la internacionalización de la empresa. 2001
65. Ética empresarial y globalización. 2001
64. Fundamentos técnicos de la regulación del margen de solvencia. 2001
63. Análisis de la repercusión fiscal del seguro de vida y los planes de pensiones. Instrumentos de previsión social individual y empresarial. 2001
62. Seguridad Social: temas generales y régimen de clases pasivas del Estado. 2001
61. Sistemas Bonus-Malus generalizados con inclusión de los costes de los siniestros. 2001
60. Análisis técnico y económico del conjunto de las empresas aseguradoras de la Unión Europea. 2001
59. Estudio sobre el euro y el seguro. 2000
58. Problemática contable de las operaciones de reaseguro. 2000

56. Análisis económico y estadístico de los factores determinantes de la demanda de los seguros privados en España. 2000
54. El corredor de reaseguros y su legislación específica en América y Europa. 2000
53. Habilidades directivas: estudio de sesgo de género en instrumentos de evaluación. 2000
52. La estructura financiera de las entidades de seguros, S.A. 2000
51. Seguridades y riesgos del joven en los grupos de edad. 2000
50. Mixturas de distribuciones: aplicación a las variables más relevantes que modelan la siniestralidad en la empresa aseguradora. 1999
49. Solvencia y estabilidad financiera en la empresa de seguros: metodología y evaluación empírica mediante análisis multivariante. 1999
48. Matemática Actuarial no vida con MapleV. 1999
47. El fraude en el Seguro de Automóvil: cómo detectarlo. 1999
46. Evolución y predicción de las tablas de mortalidad dinámicas para la población española. 1999
45. Los Impuestos en una economía global. 1999
42. La Responsabilidad Civil por contaminación del entorno y su aseguramiento. 1998
41. De Maastricht a Amsterdam: un paso más en la integración europea. 1998
39. Perspectiva histórica de los documentos estadístico-contables del órgano de control: aspectos jurídicos, formalización y explotación. 1997
38. Legislación y estadísticas del mercado de seguros en la comunidad iberoamericana. 1997
37. La responsabilidad civil por accidente de circulación. Puntual comparación de los derechos francés y español. 1997
36. Cláusulas limitativas de los derechos de los asegurados y cláusulas delimitadoras del riesgo cubierto: las cláusulas de limitación temporal de la cobertura en el Seguro de Responsabilidad Civil. 1997
35. El control de riesgos en fraudes informáticos. 1997

34. El coste de los riesgos en la empresa española: 1995
33. La función del derecho en la economía. 1997
32. Decisiones racionales en reaseguro. 1996
31. Tipos estratégicos, orientación al mercado y resultados económicos: análisis empírico del sector asegurador español. 1996
30. El tiempo del directivo. 1996
29. Ruina y Seguro de Responsabilidad Civil Decenal. 1996
28. La naturaleza jurídica del Seguro de Responsabilidad Civil. 1995
27. La calidad total como factor para elevar la cuota de mercado en empresas de seguros. 1995
26. El coste de los riesgos en la empresa española: 1993
25. El reaseguro financiero. 1995
24. El seguro: expresión de solidaridad desde la perspectiva del derecho. 1995
23. Análisis de la demanda del seguro sanitario privado. 1993
22. Rentabilidad y productividad de entidades aseguradoras. 1994
21. La nueva regulación de las provisiones técnicas en la Directiva de Cuentas de la C.E.E. 1994
20. El Reaseguro en los procesos de integración económica. 1994
19. Una teoría de la educación. 1994
18. El Seguro de Crédito a la exportación en los países de la OCDE (evaluación de los resultados de los aseguradores públicos). 1994
16. La legislación española de seguros y su adaptación a la normativa comunitaria. 1993
15. El coste de los riesgos en la empresa española: 1991
14. El Reaseguro de exceso de pérdidas 1993
12. Los seguros de salud y la sanidad privada. 1993

10. Desarrollo directivo: una inversión estratégica. 1992
9. Técnicas de trabajo intelectual. 1992
8. La implantación de un sistema de controlling estratégico en la empresa. 1992
7. Los seguros de responsabilidad civil y su obligatoriedad de aseguramiento. 1992
6. Elementos de dirección estratégica de la empresa. 1992
5. La distribución comercial del seguro: sus estrategias y riesgos. 1991
4. Los seguros en una Europa cambiante: 1990-95. 1991
2. Resultados de la encuesta sobre la formación superior para los profesionales de entidades aseguradoras (A.P.S.). 1991
1. Filosofía empresarial: selección de artículos y ejemplos prácticos. 1991

## **ÚLTIMOS LIBROS PUBLICADOS**

Historia del seguro en Chile (1810-2010). 2011

Modelo de proyección de carteras de seguros para el ramo de decesos. 2011

Desarrollo comercial del seguro colectivo de dependencia en España. 2010

La mediación de seguros en España: análisis de la Ley 26/2006, de Mediación de Seguros y Reaseguros Privados. 2010

Museo del Seguro. Catálogo. 2010

Diccionario MAPFRE de Seguros. 2008

Teoría de la credibilidad: desarrollo y aplicaciones en primas de seguros y riesgos operacionales. 2008

El seguro de caución: una aproximación práctica. 2007

El seguro de pensiones. 2007

Las cargas del acreedor en el seguro de responsabilidad civil. 2006

Diccionario bilingüe de expresiones y términos de seguros: inglés-español, español-inglés. 2006

El seguro de riesgos catastróficos: reaseguro tradicional y transferencia alternativa de riesgos. 2005

La liquidación administrativa de entidades aseguradoras