

Microseguros o Seguros Populares:

oportunidad de negocio que reduce la pobreza

Los microseguros surgen como una herramienta formal para proteger a la población desfavorecida, protección que se obtiene a cambio de una pequeña suma de dinero recogida periódicamente, con coberturas específicas y limitadas que logran suavizar el consumo de quienes están más expuestos a perderlo todo.

Jimmy Martínez

Director de Estudios Económicos
FASECOLDA

Alejandra González

Analista Dirección de Estudios Económicos
FASECOLDA

Juan Manuel Restrepo

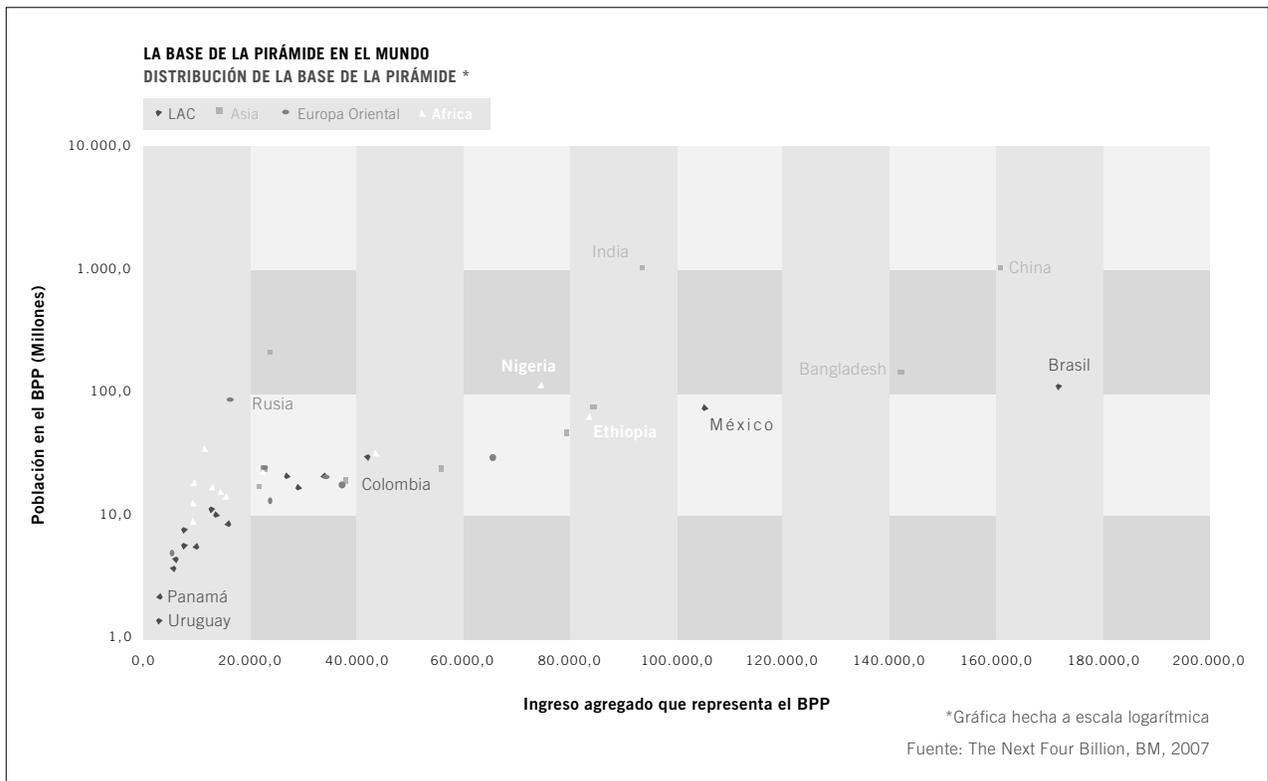
Analista Dirección Financiera
FASECOLDA

La población en la Base de la Pirámide: Un mercado inexplorado

En el libro del profesor C.K Prahalad¹ The Fortune at the Bottom of the Pyramid, así como en otros estudios² del Banco Mundial y la Corporación Financiera Internacional se estima que el total de la población mundial en la Base de la Pirámide Poblacional (BPP)³ o población de más bajos ingresos es de 4 mil de millones de personas. El ingreso anual de esta población suma 5 mil millones de dólares en el mundo, por

lo que ha comenzado a percibirse como un mercado potencial y atractivo para las grandes compañías multinacionales y empresas domésticas.

Desde hace algunos años, contrario a la creencia popular “empresarial”, se ha descubierto que la población de bajos ingresos representa importantes oportunidades de negocio. No se trata de filantropía y tampoco de responsabilidad social. Por lo general, según Prahalad, los mercados en la BPP son controlados por mono-



Gráfica 1

polios locales donde el precio, calidad y características de los bienes y servicios no atienden las necesidades de las personas pobres.

Sin embargo, es posible ofrecer bienes y servicios ajustados a la capacidad de pago de la población de la BPP. Así lo demuestran experiencias en países como India, Bangladesh y Brasil, donde compañías multinacionales han penetrado mercados en la BPP gracias al tamaño del mercado que facilita el aprovechamiento de economías de escala, a la innovación en productos y a un nuevo enfoque empresarial que les ha facilitado ofrecer productos y servicios a precios ba-

jos y de alta calidad. Esto asegura que dicho segmento de la población pueda percibir los beneficios de la globalización al acceder a productos y servicios con estándares de calidad internacional.

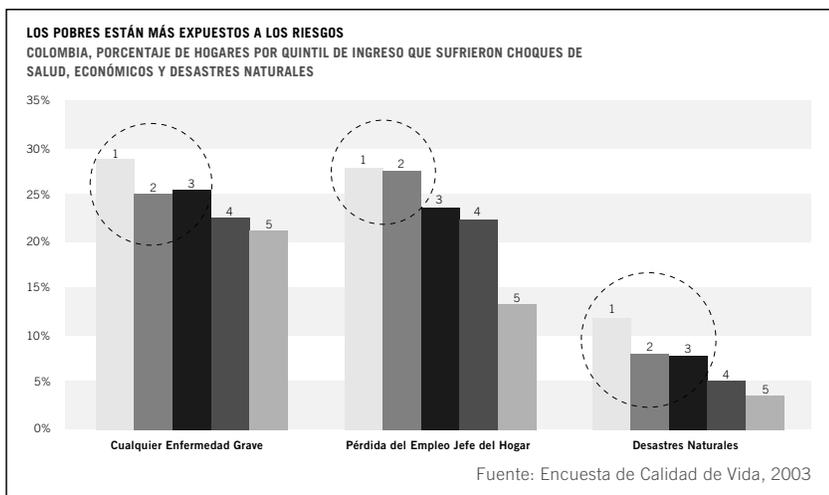
Si bien cerca de 50% de la población en la BPP mundial se concentra en China e India, existen oportunidades de negocios importantes en países de América Latina dado que la región representa 10% de la BPP. Por ejemplo, Brasil y México tienen cerca de 190 millones de personas, mientras Colombia tiene 30.5 millones de personas que perciben un ingreso agregado anual de 42 mil millones de dólares (Ver gráfica 1).

» Es posible ofrecer bienes y servicios ajustados a la capacidad de pago de la población de la BPP.

¹ Profesor de Estrategia Corporativa y Negocios Internacionales en la Universidad de Michigan.

² HAMMOND, Allen L., KRAMER, William J., KATS, Robert S., TRAN, Julia T., WALKER, Counteland. THE NEXT FOUR BILLION: Market Size and Business Opportunities at the Base of the Pyramid. World Resources Institute and International Finance Corporation. February, 2007

³ Las personas que se encuentran en la base de la pirámide poblacional son las que sobreviven con menos de \$2 USD diarios.



Gráfica 2

» Uno de los principales problemas para la reducción de la pobreza es la interacción perversa entre la dificultad para incrementar los ingresos y la alta exposición de los pobres a los riesgos.

Microseguros: Oportunidad de negocio que reduce la pobreza

Una de las principales metas del milenio, propuestas por las Naciones Unidas, es reducir a la mitad el número de personas que viven con menos de un dólar al día para 2015. Si bien se han logrado avances significativos en el Sudeste Asiático, diversos estudios muestran que es bastante probable que dicha meta no se logre, especialmente en África⁴.

En las últimas dos décadas no se han hecho avances considerables en reducción de pobreza en América Latina por lo que se deben seguir adelantando los esfuerzos necesarios. Es de resaltar que Colombia ha logrado avances significativos en esta materia pues en los últimos años de recuperación de la economía, el porcentaje de pobres se ha reducido en cerca de ocho puntos porcentuales al alcanzar el 49.2% de la población en 2005. No

obstante, en el país se requieren de mayores esfuerzos para continuar con esta tendencia.

Uno de los principales problemas para la reducción de la pobreza es la interacción perversa entre la dificultad para incrementar los ingresos y la alta exposición de los pobres a los riesgos. Estas dos desventajas se refuerzan entre sí, ya que la pobreza es una fuente de vulnerabilidad y la exposición repetida a los riesgos la incrementa⁵. Esta dinámica genera lo que se conoce como trampa de pobreza⁶, dado que, por sus propias condiciones los pobres no pueden incurrir en actividades más riesgosas que impliquen mayor ingreso y les permita superar la línea de pobreza.

En Colombia, las personas de escasos recursos se encuentran expuestos a riesgos económicos, de salud y desastres naturales. La Encuesta de Calidad de Vida (ECV) de 2003

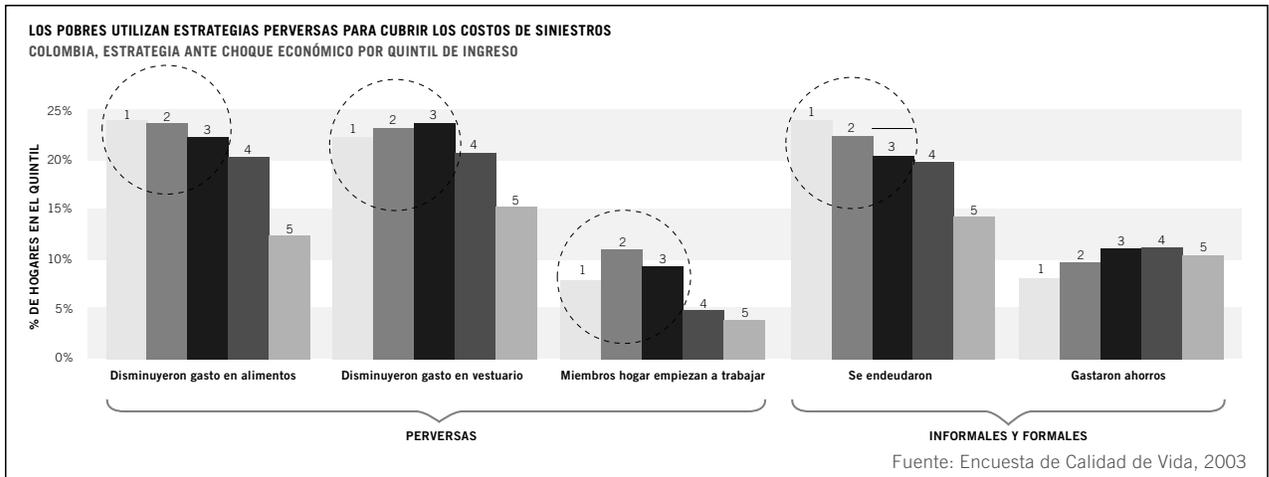
evidencia que cerca de 25% de los hogares de más bajos ingresos tuvieron por lo menos algún miembro que sufrió de enfermedades graves, mientras los de más altos ingresos sufrieron de dicha calamidad en menor proporción (Ver gráfica 2). Igual situación se presenta en casos de desastres naturales y pérdida del empleo del hogar, donde los hogares más pobres se vieron afectados con mayor intensidad.

Para afrontar las calamidades los hogares tienen un abanico de estrategias, que podrían calificarse de perversas pues podrían llegar a empeorar su situación. Por ejemplo, en Colombia más de 20% de los hogares de bajos ingresos disminuyeron su gasto en alimentos y vestuario para cubrir los costos que les generó situaciones como la pérdida del empleo de la cabeza del hogar (Ver gráfica 3). Igualmente, utilizan otras estrategias como el endeudamiento, que en el caso de las personas de bajos

⁴ Munich Re (2005).

⁵ Matin et. al. (1999). Citado en Brown y Churchill (1999).

⁶ Bold, et. al. (2004), pág. 3.



Gráfica 3

ingresos, son préstamos informales y adversos para los hogares. No obstante, los pobres también utilizan estrategias formales y más eficaces en el manejo de riesgos como el ahorro, pero en menor proporción que los de altos ingresos.

Dentro de este contexto, los seguros se configuran como una herramienta formal óptima para mitigar los riesgos de los más desfavorecidos ya que permiten una mayor diversificación y el cubrimiento de riesgos a un costo más bajo.

El término usado en la práctica para referirse a los seguros destinados a hogares de bajos ingresos es microseguros o seguros populares. A diferencia de los productos tradicionales, estos seguros tienen cobertura limitada y primas de bajo costo.

Los microseguros son herramientas importantes para la reducción de la pobreza ya que permiten que los hogares puedan salir de las trampas de pobreza al asegurar posibilidades de inversión en actividades productivas más riesgosas pero de mayor retorno. Por ejemplo, personas que están expuestas a riesgos de desastres naturales pueden dejar de invertir en pequeñas empresas por el miedo a perder dicha inversión en caso de inundación; con los microseguros, se facilita el acceso a estas inversiones.

Este tipo de seguros también permite que los pobres puedan suavizar el consumo a través de una indem-

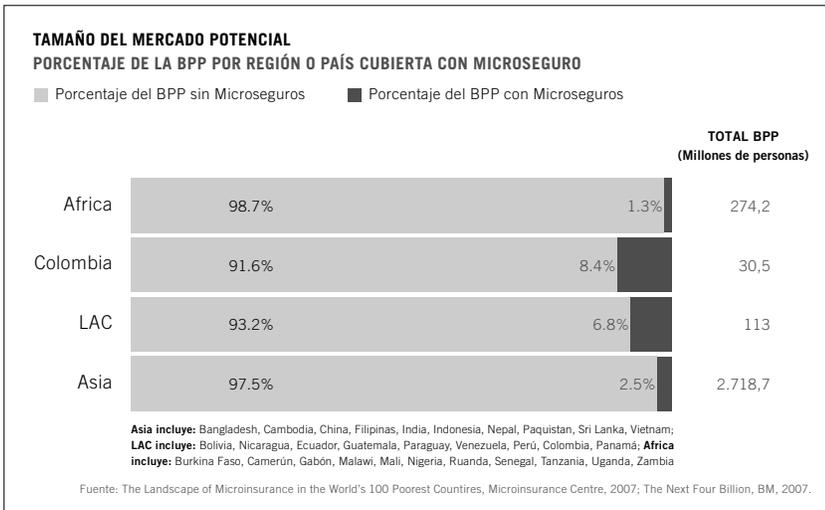
nización en caso de siniestros. Por ejemplo, un seguro de vida permite que una familia que sufre la muerte del cabeza de familia mantenga, al menos por algún tiempo, su nivel de consumo de bienes básicos como alimentos, vestuario y servicios públicos.

En el mundo, el mercado de microseguros no se encuentra desarrollado. En Africa, Asia y América Latina solo una pequeña porción de la población en la BPP se encuentra cubierta por algún tipo de seguros populares (1.3%, 2.5% y 6.8%, respectivamente). Se debe resaltar el desarrollo de este mercado en Colombia donde 8.4% de la BPP se encuentra cubierta (Ver gráfica 4). No obstante, todavía existe en el país y en el mundo una gran proporción de la población de bajos ingresos que carecen de microseguros.

Por lo tanto, la industria aseguradora tiene el reto y la oportunidad de desarrollar productos que se adecuen a las necesidades de la BPP, con lo cual, se contribuiría directamente a la reducción de la pobreza y se incentivaría el desarrollo de nuevos mercados para los seguros.

Microseguros en Colombia

En Colombia 92% de la BPP no está cubierta con ningún producto de microseguros. Teniendo en cuenta que las necesidades a atender de esta población son diferentes a las de otros segmentos con ingresos superiores se hizo un análisis de oferta y demanda de microseguros en el país a través de encuestas.



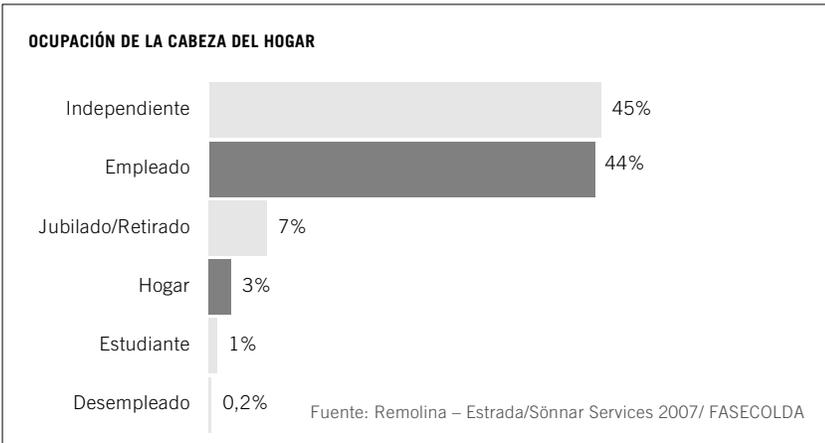
Gráfica 4

El objetivo principal es tener una visión completa del mercado que permita identificar las necesidades de aseguramiento de la población más vulnerable del país y establecer las características de los productos de microseguros ofrecidos actualmente por las compañías aseguradoras colombianas. Esto a su vez permitirá proponer soluciones a los posibles obstáculos que impiden un mayor desarrollo de los seguros populares.

Demanda de seguros

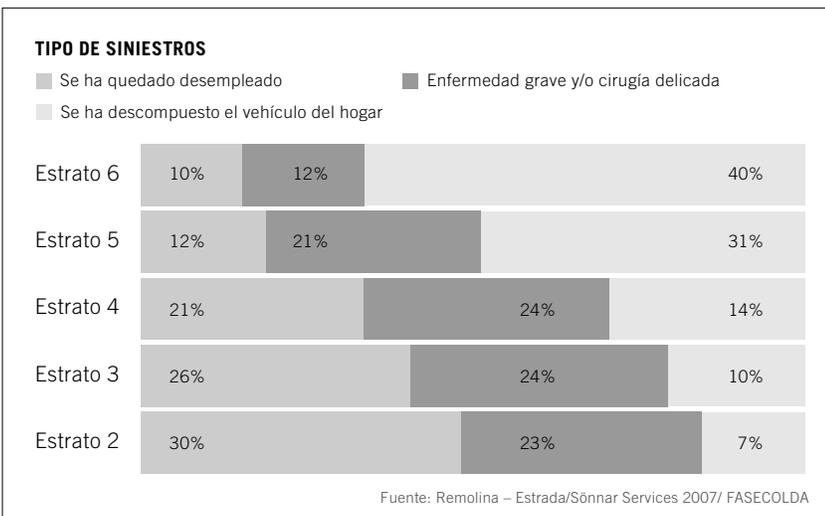
Ficha Técnica

Para el análisis de la demanda de microseguros en Colombia se contrató una encuesta de percepción y tenencia de seguros en Colombia con Remolina – Estrada / Sönnar Services. La encuesta, realizada en 2006, es bietápica e incluye 1100 hogares de las seis principales ciudades del país⁷ para los estratos 2, 3, 4, 5, y 6.⁸



Gráfica 5

Los estratos se definen teniendo en cuenta la clasificación que hace el Sistema Único de Información de servicios públicos (SUI) para las facturas de servicio eléctrico en las principales ciudades del país.



Gráfica 6

En cada uno de los hogares se encuestó a la persona cabeza de familia, que se define como el individuo que aporta más del 50% de los gastos del hogar y es responsable de más del 50% de la toma de las decisiones financieras.

Principales Resultados

Como era de esperarse la población de bajos ingresos (estratos 2

⁷ Pereira, Barranquilla, Bucaramanga, Cali, Medellín, Bogotá

⁸ Según los realizadores de la encuesta no incluyeron hogares del estrato 1 dado que acceder a esa población representaba problemas de movilidad y seguridad que dificultaban el proceso.

y 3) concentra 60% de los hogares encuestados, que representan el mercado natural para los microseguros.

El primer resultado importante, que aplica tanto para los seguros tradicionales como para los microseguros, es que 45% de las cabezas de hogar en Colombia son personas cuya ocupación se clasifica como independiente. Esto representa un reto para los aseguradores ya que implica una mayor inestabilidad en los ingresos. Por lo tanto, los productos de seguros deben ser flexibles para adaptarse a este hecho.

Por otra parte, lo que es consistente con los resultados de la ECV (2003), es que los hogares de más bajos ingresos presentan una mayor exposición a los riesgos más graves. Por ejemplo, mientras solo el 12% de los hogares en estrato 6 manifestaron haber sufrido de alguna enfermedad grave y/o una cirugía delicada, 23% de los hogares de estrato 2 sufrieron estas calamidades (Ver Gráfica 6). Por el contrario, el mayor siniestro al que están expuestos los hogares más ricos es el daño del vehículo del hogar, mientras esto sólo representa una pequeña parte de los riesgos que sufren los más pobres.

En cuanto a la fuente de los recursos que destinan las personas para cubrir los costos de las diferentes calamidades, se encontró que los hogares colombianos utilizan principalmente recursos propios (Ver gráfica 7). Es de resaltar que los hogares de más bajos ingresos usan en mayor proporción préstamos personales o informales que préstamos con Instituciones Financieras (Ver gráfica 7). Este resultado enfatiza la importancia de adelantar esfuerzos para incrementar el acceso de los pobres a servicios financieros.

De otra parte, una de las fuentes más utilizadas por los estratos altos son los seguros, mientras que en los hogares de más bajos ingresos se registra un acceso menor. Sin embargo, es interesante observar cómo el porcentaje de los hogares que usan dicho instrumento pasa de 23% en el estrato 2 a 31% en el estrato 4 para luego decrecer levemente hasta

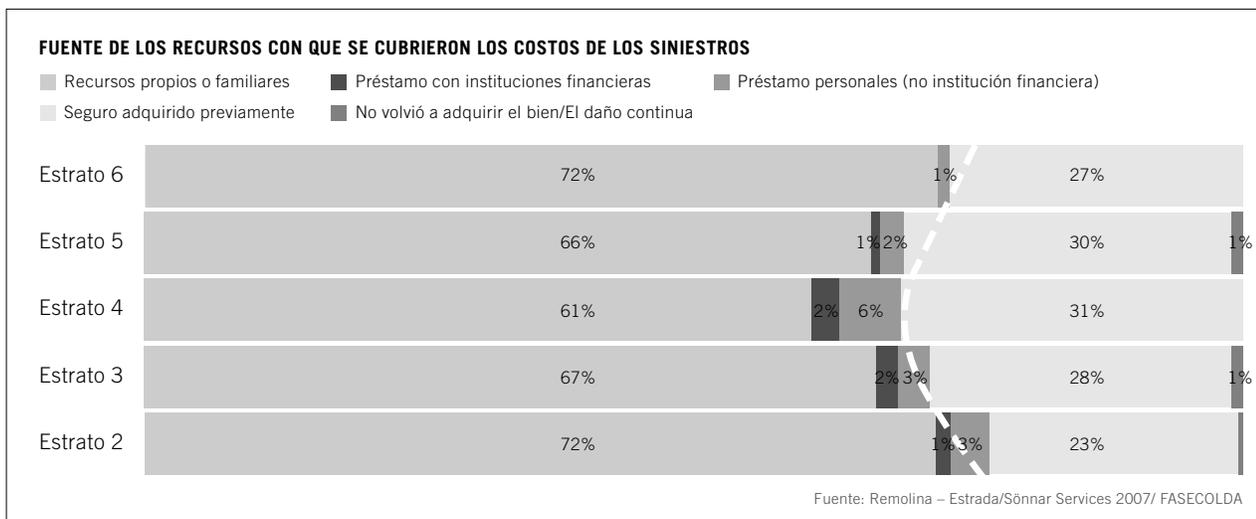
registrar en el estrato 6 un total de 27%. Esto se debe a que, si bien la utilización de los seguros para cubrir riesgos crece a medida que se incrementa el ingreso, existe un nivel de riqueza a partir del cual los hogares pueden asumir más riesgos ya que tienen la solvencia para afrontar los costos que estos implican⁹ y por tanto autoasegurarse.

Como se puede apreciar, el acceso a seguros representa 2.1% de los gastos anuales de los hogares en estratos 2 y 3, lo cual es significativamente inferior al gasto del resto de estratos, que representa casi 3% (Ver gráfica 8).

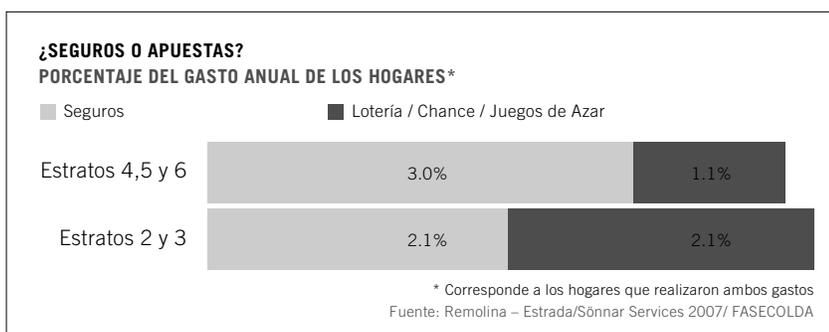
También se les preguntó a los cabeza de familia el porcentaje del gasto anual que asignaban a juegos de azar y loterías. Los hogares de más bajos ingresos, que son los más expuestos a los riesgos y que utilizan las estrategias más perversas para cubrirlos, asignan la misma proporción a loterías que a seguros, a pesar de que, por ejemplo, la probabilidad de muerte de un hombre de 30 años es 50 veces mayor que ganarse una de las loterías más usadas en Colombia. Este hecho resalta la importancia de incrementar la cultura de seguros, y en general la cultura financiera, de las personas menos favorecidas de tal forma que las personas puedan tener un manejo adecuado del riesgo.

Los esfuerzos para incrementar la cultura financiera en los hogares de bajos ingresos deben ir acompañados de campañas de concientización de riesgos. Esto se debe a que ese segmento de la población en Colombia subestima los riesgos a los cuales están expuestos. Por ejemplo, en el estrato 2, segmento bastante vulnerable, 42% de los hogares manifestaron estar confiados que nada malo les ocurriría o que si ocurría no veían la necesidad de cubrirlos, lo que contrasta con 27% de los hogares en estrato 6 que manifestaron la misma percepción (Ver gráfica 9).

⁹ Ziyou et. al.(2005)



Gráfica 7



Gráfica 8

Sobre la forma de pago, los hogares colombianos de más bajos ingresos prefieren pagar las primas de los seguros de forma mensual. Esto es precisamente lo que se ha encontrado en las experiencias a nivel internacional, donde las personas pagan las primas con una alta periodicidad, siendo en algunos casos de forma semanal. Esto les permite a las compañías de seguros cobrar primas de muy bajo monto que sean accesibles a los pobres.

Oferta de Microseguros

Ficha Técnica

La encuesta se realizó a todas las compañías de seguros que ejercen su actividad en Colombia y que manifestaron estar comercializando pro-

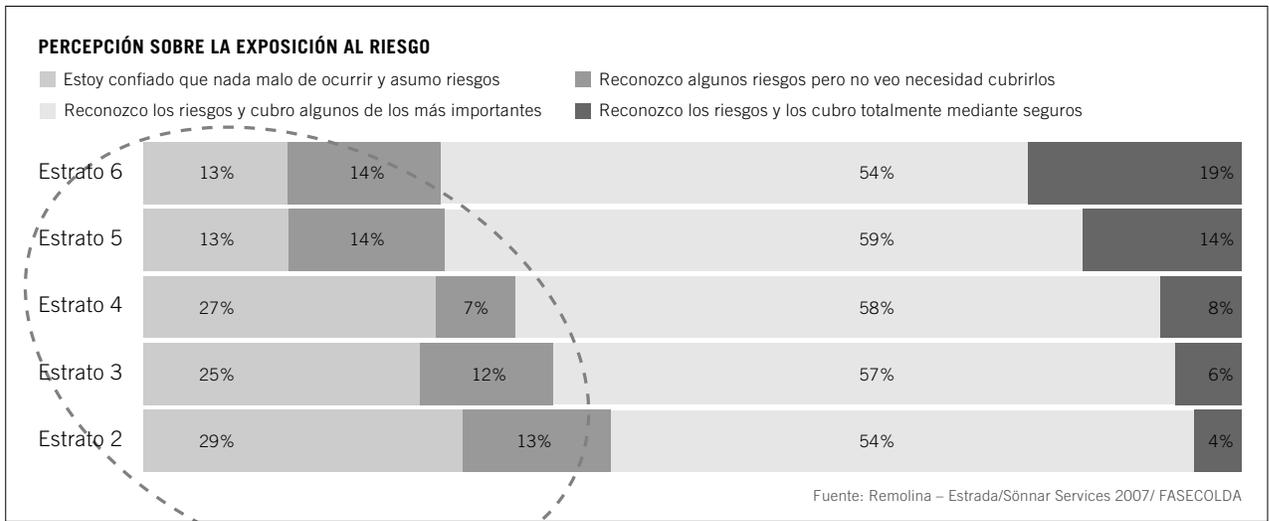
ductos de microseguros al 31 de diciembre de 2006.

Vale la pena aclarar que la definición de microseguro utilizada en la encuesta es aquel producto de seguros que se ofrece a personas cuyo nivel socio-económico las ubica dentro de los estratos 1, 2 o 3.

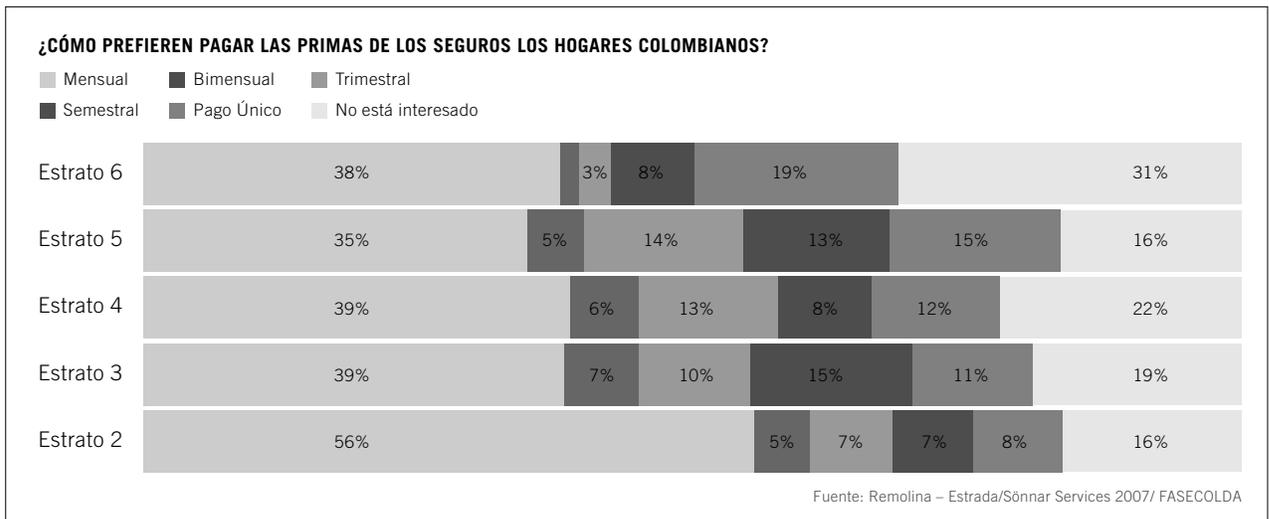
Principales Resultados

El primer resultado que sobresale de la encuesta es que a finales de 2006 el 41% de las compañías legalmente establecidas en Colombia ofrecían algún tipo de microseguros. De ese porcentaje la mitad corresponde a compañías de seguros nacionales y el restante a extranjeras. Esto muestra un interés conside-

table de las compañías de seguros en este mercado, lo que explica en parte el considerable desarrollo que Colombia ha tenido en microseguros. No obstante su participación, las primas de microseguros solo sumaron el 5% del total de las primas del sector asegurador en 2006. La mayor parte de las primas y del número de pólizas emitidas de microseguros se encuentran concentradas en seguros de propiedad, lo que se explica en buena parte por los seguros a los celulares que tienen una penetración importante en la población de bajos ingresos. No obstante, se encuentra también una diversidad de productos en seguros de vida, exequiales y riesgos profesionales (Ver gráfica 12 y 13). Se resalta la gran variedad de coberturas adicionales que se encontraron en los productos. Éstas representan valores agregados para los clientes, por encima de las coberturas básicas, que van desde coberturas por enfermedades graves y auxilios funerarios hasta compensaciones por desmembración y trasplantes de órganos.



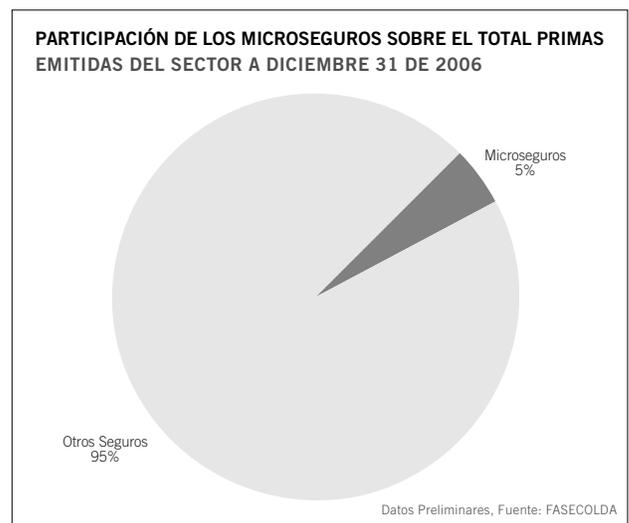
Gráfica 9



Gráfica 10

La encuesta también arrojó que 90% de los productos de microseguros en el mercado tienen una cobertura mensual, lo que implica que el sector asegurador ha entendido una de las principales necesidades de los hogares de bajos ingresos a la hora de comprar seguros: la flexibilidad en el pago de la prima. Actualmente, en el mercado existen microseguros que cuestan menos de \$2.200 mensuales; sin embargo, el promedio se encuentra entre \$4.500 y \$6.700 pesos mensuales.

Igualmente, también se encontró que 40% de los productos tienen cobertura mensual, en contraste con la cobertura anual de los productos tradicionales de seguros. Esto también permite una mayor flexibilidad



Gráfica 11

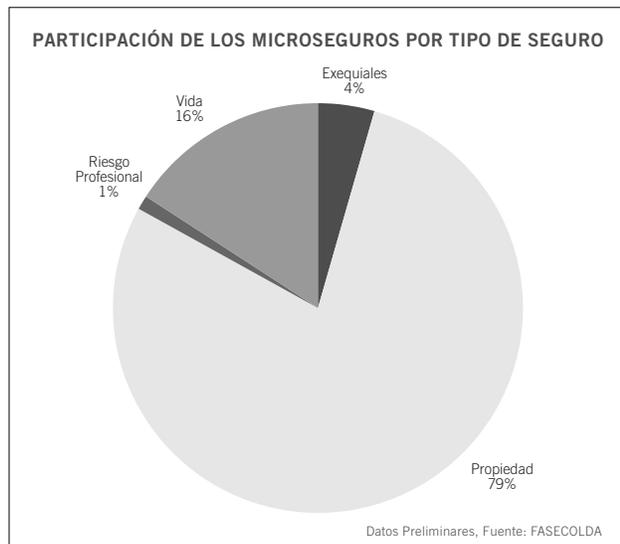
al asegurado pues una persona que tiene un seguro de cobertura anual y una alta incertidumbre en su fuente de ingresos puede tener para pagar la prima de un mes y la del siguiente no, en cuyo caso perdería la cobertura. En el caso mensual la persona que tiene para pagar solo la prima de un mes se beneficia de la cobertura por ese mismo periodo.

Por otra parte, uno de los principales factores que ha permitido el desarrollo considerable de los seguros populares en Colombia es la gran diversidad de canales de distribución que las compañías han utilizado para comercializar sus productos. Esto les ha permitido reducir sus costos de comercialización al utilizar canales de distribución tan diversos y de gran alcance como Microfinancieras, ONG's, bancaseguros y facturas de servicios públicos (Ver gráfico 15). Vale la pena destacar el importante papel que las cooperativas han desempeñado en este mercado pues en asocio con compañías de seguros cooperativas han desarrollado productos para personas de bajos ingresos por más de tres décadas.

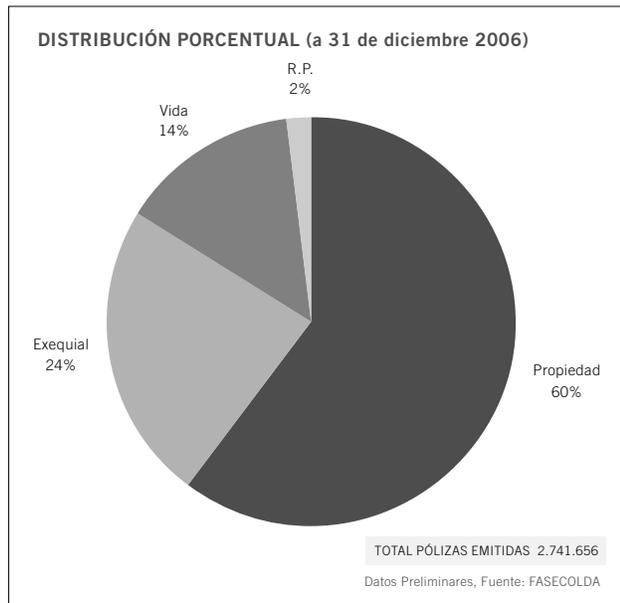
uno de los principales factores que ha permitido el desarrollo considerable de los seguros populares en Colombia es la gran diversidad de canales de distribución que las compañías han utilizado para comercializar sus productos.

Finalmente, cabe resaltar que la gran mayoría de las compañías encuestadas no cuenta con beneficios otorgados por alguna institución no gubernamental, pública o de otro tipo, de hecho, sólo una compañía tiene este tipo de ayuda.

Lo anterior plantea una importante discusión: si ha pesar del importante desarrollo, más no suficiente, de la cobertura de la población más vulnerable en Colombia desarrollo basado en soluciones de mercado, debería, en unión con esta experiencia colombiana, reconocerse algún tipo de subsidio para que los hogares más pobres del país puedan acceder a productos formales de mitigación de riesgo como los microseguros.



Gráfica 12



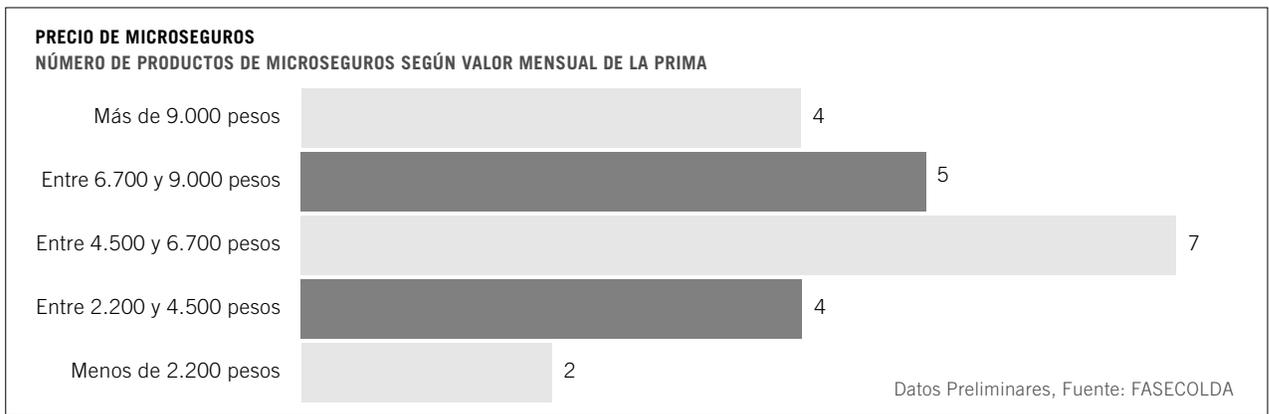
Gráfica 13

Conclusiones

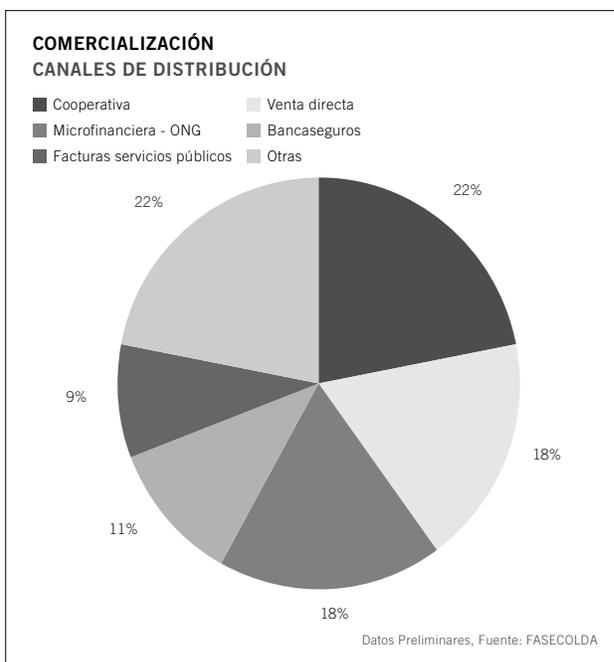
Colombia ha tenido un desarrollo sobresaliente en el campo de los microseguros. No obstante, más del 90% de la población en la BPP se encuentra descubierta.

En Colombia, los hogares más pobres son los más expuestos y subestiman los riesgos. Adicionalmente, los riesgos se siguen cubriendo principalmente con recursos propios y estrategias inapropiadas.

Existe evidencia de que el gasto de las familias pobres en juegos de azar es igual al de los seguros, lo que se



Gráfica 14



Gráfica 15

constituye en una señal de alerta para adelantar esfuerzos que profundicen la cultura del seguro y financiera.

El 41% de las compañías en Colombia ofrecen actualmente una gran variedad de productos de microseguros, donde las cooperativas juegan un rol especialmente importante.

Finalmente, el desarrollo de los microseguros en Colombia se ha fundamentado en soluciones de mercado, no obstante, se debe debatir sobre la conveniencia de algún tipo de subsidio para que la población más vulnerable pueda acceder a herramientas de riesgo más formales como los seguros populares.

Bibliografía

- Bold, T., Calvo, C. y Dercon, S. (2004). Insurance for the poor. QHE Working Paper Series. Versión revisada en julio de 2004.
- Brown, W. y Churchill, C. (1999). Providing Insurance to Low-Income Households, Part I: Primer on Insurance Principles and Products. Microenterprises Best Practices Project. Bethesda, MD: DAI/USAID, +
- Departamento de Estadística Nacional (Dane). Encuesta de Calidad de Vida 2003
- Encuesta Fasecolda de Microseguros a aseguradores (2007)
- Hammond, Kramer, Kats, Tran and Walker (2007). The Next Four Billion: Market Size and Business Strategy at the Base of the Pyramid. World Resource Institute and International Finance Corporation.
- Matin, Hulme and Rutherford (1999). Financial Services for the poor and the poorest: Deepening Understanding to Improve Provision.
- Munich Re (2005). Microinsurance Conference 2005: Making insurance work for the poor: Current practices and lessons learnt. Editado por Craig Churchill, Dirk Reinhard y Zahid Qureshi.
- Ziyou et. Al.(2005)
- Prahalad, C.K (2005). The Fortune at the Bottom of the Pyramid
- Sönnar Services y Remolina – Estrada Consultoría Gerencial (2007). BlueBook Capítulo de Seguros.
- Roth, McCord and Liber (2007). The Landscape of Microinsurance in the World's 100 Poorest Countries. The Microinsurance Centre.