

EL PANORAMA DE LOS MICROSEGUROS

EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE





El presente informe, preparado por **Michael J. McCord, Molly Ingram y Clémence Tatin-Jaleran**, y el equipo de **MicroInsurance Centre**, fue financiado por el **Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN)**, miembro del **Grupo BID**; la **Fundación Citi**; y la **Fundación Munich Re**.

María Victoria Sáenz, Especialista Líder del FOMIN, estuvo a cargo de la coordinación de este trabajo.

El contenido y las opiniones expresadas son de los autores y no necesariamente representan la posición oficial del Fondo Multilateral de Inversiones, la Fundación Citi o la Fundación Munich Re.

FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES (FOMIN)

www.fomin.org

mifcontact@iadb.org

FUNDACIÓN CITI

www.citifoundation.com

FUNDACIÓN MUNICH RE

www.munichre-foundation.org

info@munichre-foundation.org

/ ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS	4
ÍNDICE DE TABLAS	5
ABREVIACIONES	6
AGRADECIMIENTOS	8
RESUMEN EJECUTIVO	9
1 ANTECEDENTES Y MOTIVACIÓN DEL PROYECTO	12
1.1 Objetivos del estudio	13
1.2 Definición de microseguros	14
1.3 Metodología	15
1.4 Panorama de los microseguros en ALC	17
1.4.1 Cobertura	18
1.4.2 Primas suscritas	20
1.5 Riesgos cubiertos	24
1.6 Productos	25
1.7 Primas	27
1.8 Tasas de pérdida y valor para el cliente	29
2 CARACTERÍSTICAS DE LAS PÓLIZAS	30
2.1 De grupo e individual	30
2.2 Microseguros obligatorios, voluntarios y automáticos	31
2.3 Plazos	33
2.4 Crecimiento / madurez en los productos	33

3	COBERTURAS Y RIESGOS	34
3.1	Productos de vida	34
3.2	Productos contra accidentes	34
3.3	Productos de salud	34
3.4	Productos de propiedad	34
4	PROVEEDORES	34
4.1	Percepciones de los proveedores	34
5	REASEGURADORAS	34
6	CANALES DE DISTRIBUCIÓN	34
7	REGULACIÓN	34
7.1	Tributación	34
8	DONANTES E INVERSIONISTAS	34
8.1	Donantes	34
8.2	Inversionistas	34
9	BRECHAS	34
10	RECOMENDACIONES	34
10.1	Bienes públicos	70
10.2	Bienes privados	75
11	CONCLUSIONES	34
12	PRESENTACIONES DE PAÍSES	34
12.1	Argentina	79
12.2	Belice	81
12.3	Bolivia	83
12.4	Brasil	85
12.5	Chile	88
12.6	Colombia	90

12.7	Costa Rica	92
12.8	República Dominicana	94
12.9	Ecuador	96
12.10	El Salvador	98
12.11	Guatemala	100
12.12	Haití	102
12.13	Honduras	105
12.14	Jamaica	107
12.15	México	109
12.16	Nicaragua	112
12.17	Panamá	114
12.18	Paraguay	115
12.19	Perú	118
12.20	Venezuela	121
APÉNDICES		123
APÉNDICE 1: Definición de microseguros y metodología para este estudio		123
APÉNDICE 2: Países estudiados		129
APÉNDICE 3: Datos de los países sobre vidas y propiedades cubiertas en ALC		130
APÉNDICE 4: Cuestionario del asegurador		133
REFERENCIAS		138

/ ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tasas de cobertura de MS	12
Tabla 2: Crecimiento en cobertura de MS 2005-2011	13
Tabla 3: Primas suscritas totales y primas suscritas de MS	16
Tabla 4: Crecimiento en primas suscritas de MS	17
Tabla 5: Primas anuales promedio por características de producto	21
Tabla 6: Primas anuales promedio por subcategoría (USD)	23
Tabla 7: Tipos de póliza por riesgo	27
Tabla 8: Riesgos principales por cobertura voluntaria y obligatoria/automática	27
Tabla 9: Componentes del plazo de las pólizas (solamente riesgos principales)	29
Tabla 10: Subcategorías de MS de vida por relación con crédito	33
Tabla 11: Subcategorías de MS de accidentes personales	35
Tabla 12: Subcategorías de MS de salud	39
Tabla 13: Subcategorías de MS de propiedad	41
Tabla 14: Subcategorías de productos con base en índices (coberturas agrícolas y no agrícolas con base en índices)	41
Tabla 15: Porcentaje de primas de microseguros	44
Tabla 16: Principales canales de distribución en países seleccionados	52
Tabla 17: Niveles de impuestos por país	57
Tabla 18: Asignación de países por tipología	
Tabla 19: Brechas de mercado identificadas por tipología	

/ ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Resumen de resultados	9
Figura 2: Vidas y propiedades cubiertas en ALC (en MM)	11
Figura 3: Crecimiento de la cobertura de 2005 a 2011	18
Figura 4: Coberturas primarias y secundarias	19
Figura 5: Distribución de prima promedio por riesgos	22
Figura 6: Distribución de ratios de pérdida por riesgo en 2011	24
Figura 7: Tasa de pérdida en cuatro países de alto crecimiento en 2011	25
Figura 8: Proporción de pólizas por tipo	26
Figura 9: Madurez de los productos	30
Figura 10: Vidas cubiertas por MS de vida, excluyendo productos que son solo de crédito vida (MM)	32
Figura 11: Cobertura de vida en combinación con otros productos	34
Figura 12: Vidas cubiertas contra accidentes (MM)	36
Figura 13: Vidas cubiertas por salud	38
Figura 14: Maneras en las que las aseguradoras enfocan los microseguros	45
Figura 15: Usos de TI en microseguros	46
Figura 16: Percepciones de las aseguradoras sobre los mercados de microseguros	47
Figura 17: Tipos de canales de distribución por número de productos	50
Figura 18: Tipos de productos ofrecidos por canal de distribución	51
Figura 19: Intervenciones por país	58
Figura 20: Los cinco receptores más importantes de intervenciones de donantes	59
Figura 21: Intervenciones por donantes	60
Figura 22: Intervenciones de donantes por propósitos	60
Figura 23: Financiación de bienes públicos/privados	62
Figura 24: Financiación de donantes con cifras de personas o propiedades cubiertas por país	63
Figura 25: Compromisos de donantes por año y monto	64

/ ABREVIACIONES

A	Accidente
ACP	Acción Comunitaria del Perú
ADD	Muerte y Discapacidad por Accidente, por sus siglas en inglés
AIC	Alternative Insurance Company
ALC	América Latina y el Caribe
AMUCSS	Asociación Mexicana de Uniones de Crédito del Sector Social
AMIS	Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros
BANSEFI	Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros, S.N.C.
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CDB	Banco de Desarrollo del Caribe (CDB)
Centro AFIN	Centro Internacional de Apoyo a las Innovaciones Financieras
CNSeg	Confederación Nacional de las Empresas de Seguros Generales, Previsión Privada y Vida, Salud Suplementaria y Capitalización (Confederação Nacional das Empresas de Seguros Gerais, Previdência Privada e Vida, Saúde Suplementar e Capitalização)
CNSF	Comisión Nacional de Seguros y Finanzas
CONDUSEF	Comisión Nacional para la Defensa de los Usuarios de las Instituciones Financieras
DFID	Department for International Development, UK
FASECOLDA	Federación de Aseguradoras Colombianas
FIDES	Federación Interamericana de Empresas de Seguros
FOMIN	Fondo Multilateral de Inversiones
IAIS	Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS)
ICP	Principios Básicos de Seguros (ICP)
IFC	Corporación Financiera Internacional, por sus siglas en inglés
PIB	Producto Interno Bruto
IMF	Institución de Microfinanzas
INISER	Instituto Nicaragüense de Seguros y Reaseguros

IVA	Impuesto al Valor Agregado
MS	Microseguros
MiCRO	Microinsurance Catastrophe Risk Organization
MM	Millones
OIT	Organización Internacional del Trabajo
ONG	Organización No Gubernamental
P	Propiedad
PEN	Nuevos Soles Peruanos
PPP	Paridad del Poder Adquisitivo
PS	Primas suscritas
REDCAMIF	Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas
S	Salud
TI	Tecnología de la Información
TS	Tasa de Siniestralidad
USD	Dólares de los Estados Unidos de América
V	Vida
VC	Vida-crédito (desgravamen)



/ AGRADECIMIENTOS

Los autores agradecen el gran trabajo del equipo de investigación que reunió los datos que forman la base de este documento. El equipo, dirigido por Barbara Magnoni de EA Consultants, desplegó tremendos esfuerzos y fue integrado por:

Isabel Creixell, EA Consultants

Sarah Ebrahimi, EA Consultants

Derek Poulton, EA Consultants

Patricia Rojas, EA Consultants

Emily Zimmerman, EA Consultants

Leticia Gonçalves

José Miguel Solana, del Fondo para la Innovación en Microseguros de la OIT, proporcionó orientación y apoyo de gran ayuda gracias a su extenso conocimiento y experiencia sobre los microseguros y sus relaciones en toda la región.

Agradecemos a las numerosas aseguradoras que participaron en el estudio. Sin su trabajo y tiempo para llenar los cuestionarios, responder a nuestras preguntas y confirmar nuestras respuestas, no habiéramos tenido nada que decir sobre el panorama de los microseguros en América Latina y el Caribe. Por razones de confidencialidad, no se nombrarán (ni en el resto de este documento) a dichas aseguradoras, cuyas contribuciones apreciamos sobremanera.

La recolección de datos contó con la asistencia de varias fuentes de información, a quienes estamos muy agradecidos, incluyendo a:

FASECOLDA en Colombia

FIDES en México

REDCAMIF en América Central

CNSeg, la Confederación Brasileña de Seguros

Asociación de Aseguradoras de Chile A. G.

También apreciamos la investigación de gabinete y la asistencia con la producción proporcionada por Mariah Mateo y Aimen Khan, ambos del MicroInsurance Centre.

Finalmente, nada de esto hubiera sido posible sin el apoyo de María Victoria Sáenz y del BID/FOMIN, así como de los co-financiadores Fundación Citi y Fundación Munich Re Foundation.



RESUMEN EJECUTIVO

El sector de los microseguros en Latinoamérica y el Caribe (ALC) ha experimentado en los últimos años un importante crecimiento en la cobertura de vida y accidentes, así como un notable incremento en los productos que cubren riesgos múltiples. A pesar de algunas iniciativas significativas, la cobertura de microseguros de salud y de propiedad sigue siendo muy limitada. En los once países para los cuales se disponían datos previos, el número total de personas y propiedades cubiertas por los microseguros se incrementó en 125% entre 2005 y finales de 2011. Los cinco mercados más grandes de microseguros en la región son México, Brasil, Colombia, Perú y Ecuador, que representan el 90% de toda la cobertura de microseguros en ALC.

RESULTADOS CLAVES

Un total de 108 entrevistados de 19 países en donde se identificó la existencia de microseguros respondieron a la encuesta, proporcionando datos de 99 proveedores (ver Recuadro 1). El número de productos de microseguros identificados es de 159. A finales de 2011, proveían cobertura en seguros de vida y de propiedad a más de 45,5 millones de personas. Como resultado el 7,6% de la población total de ALC se beneficia de cobertura de microseguros. Más del 55% de esta cobertura se encuentra en México y Brasil, en donde se identificaron 14,7 millones de asegurados y 10,4 millones de vidas y propiedades cubiertas.

El estudio identificó que los productos de microseguros de vida llegaron a 32,5 millones de personas, mientras que 15,9 millones de personas estaban cubiertas a través de seguro de vida-crédito o desgravamen. Los productos de microseguros de salud cubrían 10,3 millones de personas y 24 millones gozaban de cobertura contra accidentes. Alrededor de 2,9 millones de propiedades se encontraban protegidas a través de los correspondientes productos de microseguros. Muchos de estos productos se ofrecen como cláusulas adicionales a un producto de microseguros principal, lo cual se refleja en el hecho de que la suma de vidas y propiedades cubiertas por tipos de productos individuales es mayor que los 45,5 millones de productos identificados por el estudio como únicamente de vida o propiedad.

RECUADRO 1:

CIFRAS CLAVES:

20 países estudiados

19 países con MS

108 encuestados

99 proveedores

159 productos en total

EL ESTUDIO IDENTIFICÓ:

7,6% de ALC está cubierto

45,5 MM de vidas o propiedades

32,5 MM Vida

24,0 MM Accidentes

15,9 MM Crédito vida

10,3 MM Salud

2,9 MM Propiedad

0,3 MM Agricultura

CRECIMIENTO

Un estudio de 2005 sobre los 100 países más pobres del mundo¹ encontró que la cobertura en 11 países de ALC abarcaba un total de 7,9 millones de vidas y propiedades. El estudio actual identificó que 45,5 millones de vidas y propiedades están cubiertas en 20 países. En los 11 países del estudio de 2005, se registró un incremento del 125% entre 2005 y 2011, añadiendo 9,9 millones de vidas para un total de 17,8 millones de vidas y propiedades cubiertas. En términos absolutos, cerca del 90% de este incremento se debe al crecimiento de Colombia, Ecuador y Perú. Otros mercados de microseguros en ALC se han estancado o se han reducido, debido a restricciones regulatorias, particularmente en Panamá, con un crecimiento total del 3%, y en Venezuela, donde se experimentó una caída de 97%.

Aunque la cobertura de microseguros se ha incrementado de manera considerable, el mercado descrito en 2005 no ha cambiado drásticamente. Los productos de vida siguen siendo dominantes, aunque la cobertura no crediticia de vida es ahora mayor que la cobertura crediticia de vida. La cobertura de accidentes es la que ha crecido más. Sin embargo, esto está ligado al crecimiento de los productos de vida, puesto que más del 50% de los asegurados contra accidentes está cubierto a través de una cobertura secundaria, principalmente en productos de vida. Las coberturas secundarias también representan una cantidad sustancial de las coberturas de salud y propiedad, 96% y 84% de los asegurados, respectivamente.

En términos de la distribución relativa de microseguros, el panorama ha cambiado poco desde 2005. De los 11 países estudiados en 2005, Colombia, Perú y Ecuador representaban el 91% de toda la cobertura; en 2011, representaron el 89% de toda la cobertura en ese grupo de países. Aunque sea positivo que la brecha en la distribución no haya aumentado, los mercados más pequeños de microseguros no han crecido lo suficiente para cerrarla.

PROVEEDORES Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Las aseguradoras comerciales son el tipo más común de proveedor de microseguros en ALC y cubren la vasta mayoría de todos los seguros de vida y propiedad. Las cooperativas y mutuales fueron el segundo tipo más común de proveedor junto con un grupo reducido de ONG, organizaciones comunitarias y compañías del gobierno que también ofrecen microseguros. Las IMF siguen siendo el canal de distribución más importante para la provisión de microseguros a clientes finales. Corredores de seguros, minoristas y personal propio de las aseguradoras también son canales frecuentes, mostrando que en ALC la gama de canales de distribución es muy amplia.

DESEMPEÑO FINANCIERO

Los participantes en la encuesta entregaron información sobre primas para el 87% de las vidas y propiedades cubiertas; asimismo, reportaron tasas de siniestralidad de alrededor el 70%. En 2011, reportaron primas generadas totales por USD 860 millones. Las tasas de siniestralidad informadas para productos de vida, accidente y salud varían ampliamente, aunque casi todas oscilan entre el 10% y el 70%. Los productos de propiedad mostraron tasas menores, de alrededor el 30%. Sin embargo, las tasas de siniestralidad de propiedad presentan mayor volatilidad anual, lo que hace difícil llegar a conclusiones acerca de la propuesta de valor al cliente.

¹ Roth, Jim, Michael J. McCord, y Dominic Liber. "The Landscape of Microinsurance in the World's 100 Poorest countries". (El Panorama de los microseguros en los 100 países más pobres del mundo) Appleton: MicroInsurance Centre, 2007.

CLASIFICACIÓN DE PAÍS

Son muchas las diferencias que presentan los distintos países de ALC en relación con la cantidad de público al que llegan los microseguros, el crecimiento reciente y la diversidad de productos. Los esfuerzos para explicar estadísticamente el reciente crecimiento en los microseguros por medio de indicadores macroeconómicos, el índice de desarrollo humano u otras variables no arrojaron resultados estadísticamente significativos. Ante la ausencia de indicadores simples y objetivos sobre la dinámica de los mercados nacionales de microseguros, el equipo de investigación definió criterios observables que permiten establecer un sistema de clasificación. Cada país se clasificó dentro de uno de los cuatro siguientes tipos de mercado: el modelo híbrido, en donde se conjugan elementos del mercado masivo y del mercado liderado por el crédito, el *Modelo Masivo*, liderado por un mercado masivo, el modelo liderado por el crédito, liderado por el mercado de créditos, y el *Mercado de Frontera*.

Desde la perspectiva de la expansión masiva de los microseguros en ALC, cada tipo de mercado plantea desafíos únicos y exigirá intervenciones diferentes. Los mercados de frontera requieren elementos básicos para ayudar a las aseguradoras, a los canales de distribución y a los clientes potenciales a comprender los microseguros y necesitan herramientas para contribuir eficazmente a la gestión de riesgo de buena calidad. Los países liderados por el crédito han tendido a mantener una oferta de productos y canales de distribución limitados. Estos mercados necesitarán variedad de productos, una gama más amplia de intermediarios, maneras de manejar y monitorear mejor la cadena de valor, introducir intervenciones de protección al consumidor y una serie de productos que no esté ligada al crédito, incluyendo productos voluntarios. Los países liderados por el mercado masivo tienden a atender a una clase media importante y en crecimiento, cuyo volumen puede esconder la necesidad de llegar a grupos de menores ingresos. Estos países tienen importantes brechas en términos de asuntos regulatorios, y no han expandido los canales de distribución fuera de los mercados minoristas. Además de ampliar sus canales de distribución, estos países también tendrán que ofrecer una gama más amplia de productos. Los países del mercado híbrido constituyen el tope de la evolución actual de los microseguros en ALC. Utilizan un amplio rango de canales de distribución que les ha permitido un gran alcance y que los prepara para el futuro crecimiento. Sin embargo, carecen de lineamientos regulatorios que ayuden a mantener un crecimiento continuo, tales como consideraciones de protección al consumidor y mejores estructuras normativas y, debido a la importancia de los canales de distribución, estos países experimentan fuertes presiones de comisiones que pueden subir las primas y bajar el valor para el cliente.

CONCLUSIONES

A pesar de la tasa de cobertura relativamente alta en la región del 7,6% (casi el doble que en África, por ejemplo), hay todavía mucho por mejorar para cubrir las necesidades de gestión de riesgos del mercado de bajos ingresos. Este estudio ha identificado algunas áreas clave que requerirán serios esfuerzos para el desarrollo del mercado de microseguros en América Latina y el Caribe:

- ▶ **MARCO LEGAL:** Aunque los microseguros han evolucionado en ALC, incluso en ausencia de un marco legal específico, resulta claro, de acuerdo con las respuestas de las aseguradoras, que se hace necesario un marco regulatorio para promover los microseguros, y para aclarar los asuntos legales relacionados con los mismos. Los temas clave que quedan por resolver

se refieren a seguros inclusivos, canales de distribución, implementación, protección a los consumidores y política tributaria.

- ▶ **EDUCACIÓN DEL MERCADO:** Es importante ayudar al mercado a comprender los beneficios, problemas y usos de los microseguros: 85% de las aseguradoras consideran que el mercado de bajos ingresos en ALC no entiende los seguros. Se deberían desarrollar estrategias para satisfacer las necesidades de cada país. Será crucial monitorear la eficacia de los enfoques de educación del mercado para encontrar los métodos más eficientes desde el punto de vista financiero.
- ▶ **ESTRUCTURA DE COSTOS Y DETERMINACIÓN DE PRECIOS:** Algunos países experimentan fuertes presiones de comisiones por parte de los grandes canales de distribución. Falta hacer esfuerzos para comprender el nivel de costos y poder así ayudar a racionalizar la exigencia de comisiones para proceder a bajar el costo de las primas. En general, ayudar a las instituciones a entender su estructura de costo no beneficiará solamente a las instituciones, sino que también les ayudará a ofrecer un mayor valor a los clientes.
- ▶ **CAPACIDAD ACTUARIAL:** En ALC la cuantificación del riesgo de los microseguros se basa, por lo general, en experiencia institucional más que en datos actuariales sobre el mercado de bajos ingresos. La expansión de los microseguros en la región ganaría con el desarrollo de capacidades actuariales, incluyendo el desarrollo de tablas de riesgo para el mercado de bajos ingresos.
- ▶ **NIVEL INTERMEDIO:** Construir y fortalecer el nivel intermedio de apoyo a los microseguros en la región ayudará a mejorar el valor y los volúmenes de los microseguros. Esto podría incluir el desarrollo de capacidades en las asociaciones de aseguradoras y el desarrollo de conocimientos en microseguros en instituciones de capacitación en seguros como FASECOLDA en Colombia y CNSeg en Brasil, incluyendo la formación a distancia y componentes de seguimiento.
- ▶ **MEJORES TECNOLOGÍAS:** Los microseguros eficientes dependen de tecnologías, tanto de atención al público como de apoyo administrativo. Los resultados de las encuestas indican que el sector parece enfrentar limitaciones en relación con los sistemas para administrar de manera más eficiente mayores volúmenes de microseguros. Una tecnología que facilite la experiencia al cliente, desde la solicitud hasta la solución de los siniestros a la vez que reduzca los costos operativos, podría generar un cambio masivo en los microseguros que se ofrecen en la actualidad.

En todo esfuerzo futuro para desarrollar el sector de microseguros será crucial difundir con eficacia las lecciones adquiridas y las herramientas desarrolladas. En la región hay muchos aspectos que se desconocen. Se podría desarrollar un sistema que ayude a los actores del mercado a recibir y usar la información. Distribuir documentos no basta para provocar un cambio significativo en la región. También hay que probar e implementar métodos alternativos, incluyendo intercambio de experiencias, difusión entre audiencias segmentadas y focalizadas, estudios de caso y evaluaciones de implementación. Este podría ser un papel importante que pueden cumplir las asociaciones de seguros locales y regionales, así como los donantes.



ANTECEDENTES Y MOTIVACIÓN DEL PROYECTO

Durante la última década, los microseguros han recibido el reconocimiento de las entidades de desarrollo por los beneficios que pueden proporcionar a las poblaciones de bajos ingresos; y de la industria de los seguros, por su capacidad de permitir el acceso a mercados antes no explotados. Sin embargo, los microseguros siguen siendo una industria naciente y compleja que involucra a muchas partes interesadas y que opera en una variedad de entornos. Su juventud y complejidad hacen difícil responder a preguntas que surgen en toda la industria respecto a los mejores canales de distribución o lo que sería una tasa apropiada de siniestralidad.

Estos tipos de preguntas sobre las “mejores prácticas” también plantean un reto debido principalmente a que la industria carece de datos. La mayor parte de lo que se sabe sobre microseguros proviene de estudios de caso de países o de compañías de seguros, en su mayoría fuera de ALC. Aunque estos trabajos pueden ser informativos a nivel de la entidad, generan poca información sobre la industria de los microseguros en su conjunto. De este modo, es difícil identificar brechas de productos o coberturas e inferir sobre las tendencias temporales. A la fecha, solo se han realizado dos estudios panorámicos de gran escala a nivel de toda la industria de microseguros².

Es importante conocer en profundidad el panorama de los microseguros para su desarrollo y expansión eficaces. Este estudio general de los microseguros es el primero que abarca la región de manera específica e integral. Este trabajo puede traer beneficios a una gran variedad de partes interesadas:

LAS ASEGURADORAS comenzarán a comprender cómo encajan sus resultados en el ámbito más amplio de los microseguros. Al generar información con una base confiable, las aseguradoras tendrán *benchmarks* —o puntos de referencia— para poder comparar y, es de esperar, mejorar sus productos y multiplicar su éxito. Este documento debería ayudar a las aseguradoras para que comprendan las brechas y tendencias en microseguros, y posiblemente para que identifiquen oportunidades.

LOS DONANTES necesitan entender mejor qué está ocurriendo en los microseguros para enfocar sus intervenciones de modo eficaz y mejorar la coordinación entre los distintos donantes. Es importante que los donantes que intervienen en estos mercados se concentren en áreas donde tengan potencialmente mayor impacto. En principio, se deberían concentrar en áreas donde se han identificado brechas.

² “Landscape of Microinsurance in the World’s 100 Poorest Countries” (Roth, McCord y Liber, 2007) y el estudio “Landscape of Microinsurance in Africa” (Matul, McCord, Phily y Harms, 2010).

LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN tienen que conocer lo que existe en otros países que, aunque diferentes, pueden presentar rasgos similares. También tienen que saber cómo interpretar los indicadores clave de los microseguros, de modo que sepan qué pueden esperar razonablemente de sus socias aseguradoras.

LOS CONSULTORES también se beneficiarán al comprender los detalles del desarrollo de los microseguros en la región y, de esta forma, ofrecer mejores servicios de consultoría.

Si no sabemos lo que está ocurriendo en el mercado, no podemos mejorar lo que hacemos. Este estudio debería ayudar a todas las partes a identificar aspectos positivos que conduzcan a mejores productos y servicios para los clientes de bajos ingresos.

1.1.

OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ha reconocido la necesidad de contar con un estudio regional de los microseguros en América Latina y el Caribe (ALC) y ha financiado este estudio como parte de la estrategia para perfeccionar el desarrollo de los microseguros en la región.³ Para que el FOMIN intervenga eficazmente en el desarrollo y mejora de los microseguros, es necesario comprender el panorama actual en la región. Entender las brechas y su importancia relativa como, por ejemplo, trabas al desarrollo de los microseguros y a su mejora, proporcionará un esquema para que las intervenciones de los donantes se orienten a mejorar el acceso.

Los objetivos específicos de este proyecto panorámico son tres:

- ▶ Comprender el estado del conocimiento sobre los microseguros, así como información básica sobre acceso a fin de que se constituya en la línea de base para la agenda de microseguros del FOMIN.
- ▶ Identificar las brechas de conocimiento y acceso en el campo de los microseguros.
- ▶ Identificar oportunidades apoyadas por datos para tener un impacto significativo y sólido en el crecimiento de los microseguros.

1.2.

DEFINICIÓN DE MICROSEGUROS

A pesar de las diferencias ampliamente reconocidas entre los microseguros y los seguros tradicionales, no hay ninguna definición aceptada en la industria de los microseguros.⁴ Distintas personas, organizaciones y países definen los microseguros de diferentes maneras. Para los propósitos de este

³ Este estudio también fue financiado en parte por Fundación Citi y Fundación Munich Re.

⁴ Ingram, Molly y Michael J. McCord. "A Discussion Paper – Defining 'Microinsurance': Thoughts for a journey towards a common understanding". (Documento de Debate-Definición de microseguro: Ideas para un camino hacia el entendimiento común) Appleton: MicroInsurance Centre, 2011.

estudio, se define un producto como microseguro si satisface, en general, la definición que aparece a continuación. Un microseguro es un seguro modesto, tanto en cobertura como en prima. Los niveles de las primas deben basarse en los tipos y montos de riesgos asegurados (se puede encontrar una definición más detallada en el Apéndice 1). Adicionalmente, para considerarse microseguros, los productos deben tener las siguientes características:

- ▶ Población objetivo: el producto se desarrolla intencionalmente para servir a las personas de bajos ingresos; no es un seguro que la población de bajos ingresos también compre, sino que es un seguro diseñado para llegar a personas de bajos ingresos.
- ▶ El gobierno no asume el riesgo: el gobierno no es el encargado de asumir el riesgo; los programas de seguridad social, incluso si se dirigen a los sectores de bajos ingresos, no se consideran microseguros, al menos en el contexto de este estudio
- ▶ Meta de sostenibilidad: el objetivo del producto es, en último término, la rentabilidad y, de este modo, debe tender hacia la rentabilidad o al menos a la sostenibilidad.
- ▶ Subsidios mínimos: el producto no debe requerir subsidios, o debe solamente requerir subsidios directos mínimos.

Para determinar si un producto debía considerarse como microseguro, se examinaron también los niveles de las primas. Debido a que las primas varían según los riesgos que cubren, en este estudio se consideró que los microseguros son aquellas cuya prima es igual o menor al 1% del del Producto Interno Bruto (PIB) per cápita para productos de vida y accidentes, del 4% para salud y de 1,5% para productos de propiedad y agricultura.

Como esta definición excluye productos que otros estudios, gobiernos u organizaciones podrían comercializar y considerar como microseguros, las cifras aquí utilizadas pueden resultar diferentes. Esto es importante cuando se consideran los microseguros en torno a la propiedad, en particular los productos de agricultura, los que con frecuencia incluyen fuerte participación del gobierno. También el caso de algunos productos de seguros utilizados principalmente por la población de ingresos medios que también son accesibles a las personas de bajos ingresos. Además, en los países de América Latina con una clase media grande y en expansión, como Brasil, se hace muy poca distinción entre los productos del mercado masivo y los microseguros. Encontrar diferencias en las definiciones entre seguros masivos y microseguros para este estudio ha sido un desafío. La Figura 1 muestra los resultados de los esfuerzos del equipo. Nótese que la suma de los componentes de los productos es mayor que el total de vidas o propiedades cubiertas debido a los productos con cobertura múltiple y a las cláusulas adicionales.⁵

⁵ Por ejemplo, un producto de cobertura múltiple que incluya cobertura de vida, salud y propiedad se reportaría como un producto para vida, uno para salud y uno para propiedad, pero sólo cubriría una vida o una propiedad.

FIGURA 1: RESUMEN DE RESULTADOS

20 países estudiados
19 países con MS
108 encuestados
99 proveedores
159 productos en total
EL ESTUDIO IDENTIFICÓ:
7,6% de ALC está cubierto
45,5 MM de vidas o propiedades
32,5 MM Vida
15,9 MM Vida-crédito
24,0 MM Accidentes
10,3 MM Salud
2,9 MM Propiedad
0,3 MM Agricultura

1.3.

METODOLOGÍA

En conjunto con el FOMIN, se identificaron 20 países en los cuales efectuar una revisión detallada del mercado de microseguros. Esta selección se basó en el entendimiento que se tenía sobre actividades de microseguros en dichos países. Una rápida revisión de los otros países en la región no permitió identificar otros programas de microseguros.

Se desarrolló un cuestionario (ver Apéndice 4) que se comprobó con actores apropiados. Se hizo un piloto con tres aseguradoras y se realizaron los ajustes necesarios con base en los comentarios de los revisores y participantes en las pruebas. El cuestionario se tradujo al español y al portugués y se cargó en "Survey Monkey" para facilitar el llenado y posterior análisis.

Se enviaron correos electrónicos de presentación a todas las aseguradoras en los países seleccionados. Los correos electrónicos incluían cartas del Microinsurance Centre y del FOMIN. Los correos electrónicos y las cartas explicaban el propósito de la encuesta y proporcionaban información logística detallada para llenarla. Las cartas incluyeron una declaración de confidencialidad para dar seguridad de que no se divulgarían los datos de las instituciones. Adicionalmente, varias compañías exigieron la firma de acuerdos de confidencialidad.

Con base en el volumen de microseguros se seleccionaron nueve países, para visitas por parte de los miembros del equipo. Estos se reunieron con altos ejecutivos de cada una de las compañías de los países seleccionados para explicarles el cuestionario y resolver cualquier pregunta o preocupación. También se visitaron o contactaron instituciones que "agregan" datos de aseguradoras para que proporcionaran los datos que pudieran tener sobre microseguros en sus países. Se realizaron contactos de seguimiento por teléfono, Skype, correo electrónico y, en algunos casos, visitas adicionales, para alentarlos a responder y confirmar los datos proporcionados.

Este informe se refiere a lo que el equipo identificó como microseguro de acuerdo con la definición establecida. Los investigadores se basaron, principalmente, en la buena disposición de los proveedores de microseguros para compartir, de manera voluntaria, información de la compañía. Además de su buena disposición, era necesario que las aseguradoras pudiesen identificar los datos de microseguros en sus registros. Como no hay un método estándar para rastrear microseguros de vida, propiedad o pólizas vigentes, ubicar esta información planteó un desafío para algunas aseguradoras⁶. Por estas razones, los datos para este estudio no son una medida absoluta de los microseguros en ALC. Sin embargo, el conjunto de datos es suficientemente grande como para presentar razonablemente el “panorama” de los microseguros y una imagen exacta del mercado y su destino. Véase una discusión más detallada sobre cómo se recolectó los datos y otras consideraciones del estudio, en el Apéndice 1⁷.

1.4.

PANORAMA DE LOS MICROSEGUROS EN ALC

Los investigadores estudiaron en profundidad 20 países de Latinoamérica y el Caribe y encontraron microseguros en 19 de ellos⁸. En estos 19 países se identificaron un total de 45,5 millones de vidas y propiedades cubiertas por microseguros. La Figura 2 es un mapa de la región que muestra las vidas o propiedades cubiertas en cada país (en millones). Los círculos indican la cobertura relativa de microseguros en cada país, que aquí se define como el porcentaje de la población de un país con cobertura de microseguros. Esto es particularmente importante cuando se comparan los mercados de países con poblaciones tan diferentes como Brasil y Bolivia⁹.

Al leer este estudio es importante recordar que el panorama de los microseguros es complejo, formado por las interacciones de una gran variedad de actores, como reguladores, donantes, proveedores, canales de distribución y clientes. Esto afecta los resultados y percepciones sobre los productos de microseguros. Aunque ese informe presenta los diferentes elementos del panorama de los microseguros de manera independiente, en la práctica no se pueden separar por completo unos de otros.

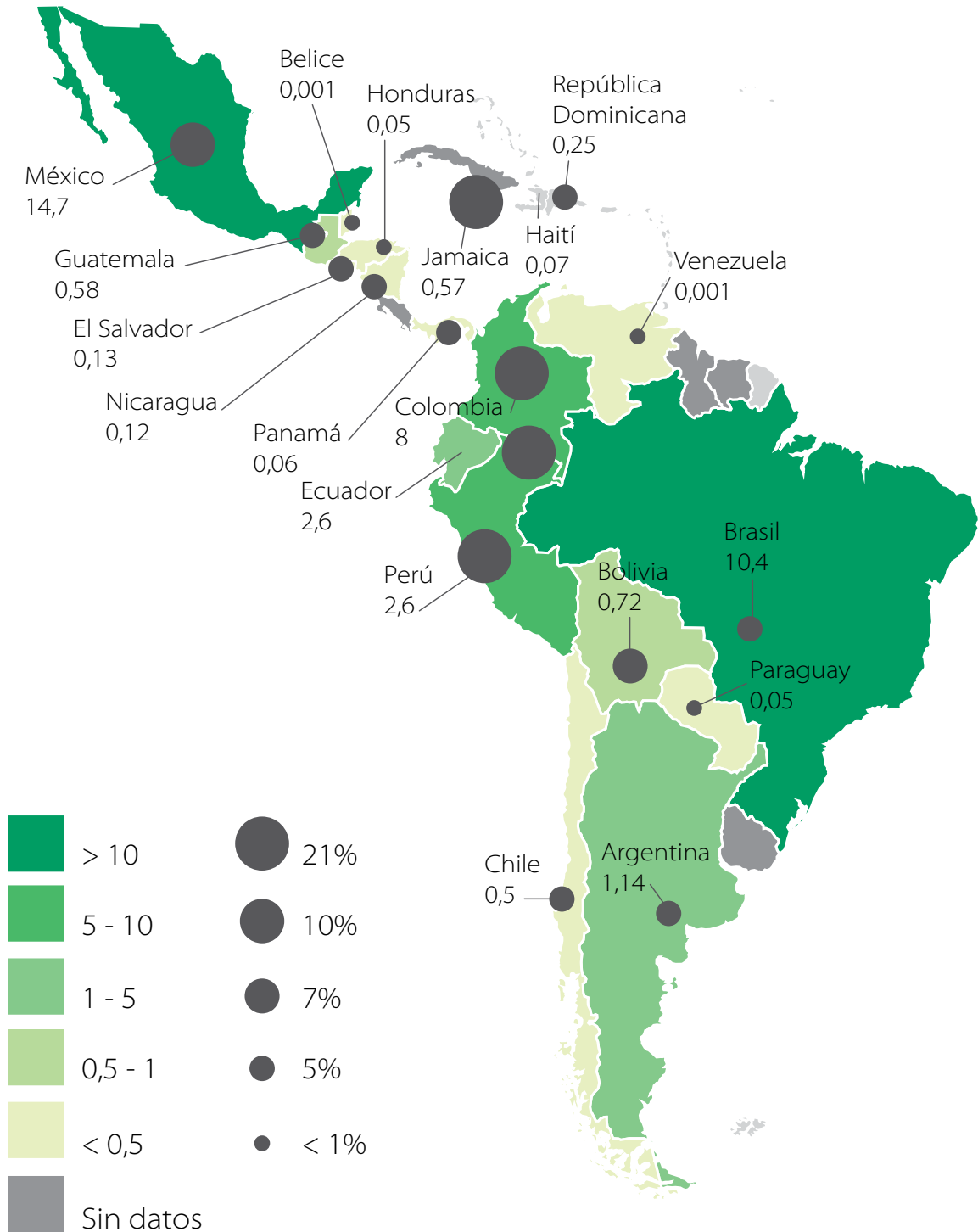
6 El MicroInsurance Centre ha propuesto un enfoque consistente para contabilizar varios componentes de vidas cubiertas y ha estado tratando recientemente de crear consenso sobre estas definiciones. El apoyo a este enfoque ayudaría a generar un “lenguaje” más consistente respecto de los microseguros. Ver Koven y McCord, 2012.

7 Finalmente, los supervisores de seguros y las asociaciones de aseguradores tendrán que hacer un seguimiento más eficiente de los microseguros en toda su amplitud, utilizando indicadores de desempeño clave como los desarrollados por micro Insurance Network (Wipf y Garand, 2010). Dos excelentes ejemplos son (1) las Filipinas, en donde la ley exige que el supervisor de seguros recopile una versión adaptada de los indicadores de desempeño, y (2) FASECOLDA de Colombia, en donde la asociación de aseguradores se ocupa de recopilarlos. Se debe alentar a los supervisores y asociaciones a promover la segregación de datos y el rastreo de datos de microseguros entre las aseguradoras.

8 En el Apéndice 2 se puede encontrar una lista completa de los países estudiados en profundidad. No se encontraron Microseguros en Costa Rica. Se puede bajar todos los datos del estudio de mapas interactivos en: <http://www5.iadb.org/mif/default.aspx> y www.microinsurancecentre.org.

9 Para cada país, el número cubierto por microseguros se dividió entre la población total del país, con base en las cifras de población de 2010 proporcionadas por los Indicadores de Desarrollo Mundial, publicados por el Banco Mundial. Aunque podría ser más útil utilizar la población en condición de pobreza como denominador, no se hizo debido al efecto probablemente distorsionador de las diferencias de definición. Las cifras de población de pobres se basan en cifras de ingreso. Razonablemente, no es posible recolectar datos de aseguradoras basados en los niveles de ingreso de sus asegurados. De este modo, creemos que habría una fuerte posibilidad de sobrestimar los ratios de cobertura si usamos cifras de población de bajos ingresos como denominador para el cálculo de la cobertura.

FIGURA 2: VIDAS Y PROPIEDADES CUBIERTAS EN ALC (EN MM)



Para establecer el panorama actual, este informe detalla primero la cobertura de microseguros en la región, así como la variedad de productos disponibles. A continuación, tenemos una descripción independiente de cada una de las partes interesadas en el sector de microseguros, el papel que cada involucrado juega en la construcción del panorama presente, así como la manera en que pueden dar forma al futuro de los microseguros en la región.



Que haya una tasa de cobertura significativa de microseguros en un país o región no significa, necesariamente, que las personas estén bien cubiertas por una variedad buena y apropiada de productos de microseguros.

1.4.1.

COBERTURA

TABLA 1: TASAS DE COBERTURA MS

RANGO	PAÍS	TASA DE COBERTURA DE MICROSEGUROS
1	JAMAICA	20,9%
2	PERÚ	18,2%
3	ECUADOR	18,2%
4	COLOMBIA	17,2%
5	MÉXICO	13,0%
6	BOLIVIA	7,2%
7	BRASIL	5,4%
8	GUATEMALA	4,0%
9	ARGENTINA	3,4%
10	CHILE	2,9%

Los microseguros se describen como una industria en rápido crecimiento, expansión y con gran futuro. Los resultados de este estudio panorámico apoyan en gran medida dicha noción. El estudio efectuado en 2005 sobre el panorama de los microseguros en los 100 países más pobres, identificó 79 millones de vidas y propiedades cubiertas por microseguros en 11 países de ALC¹⁰. El estudio actual identificó 45,5 millones de vidas y propiedades en 19 países. La cobertura de microseguros creció en los últimos seis años en un 125% en los 11 países considerados en el estudio anterior; el crecimiento para la región, en conjunto, probablemente sea mucho mayor dado que el estudio anterior no incluyó dos importantes mercados de microseguros, como son México y Brasil.

Este nivel de cobertura es muy importante. Sin embargo, no está distribuido por igual en toda la región. En 2005, se identificó que más del 90% de vidas y propiedades aseguradas se concentraba en tres países: Perú, Colombia y Ecuador. En 2011, México y Brasil representaron el

¹⁰ Los 11 países incluidos tanto en Roth, McCord y Liber, 2007 como en el estudio actual son Bolivia, Colombia, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, y Venezuela.

55% de toda la cobertura de microseguros y, si se combinan los datos de estos países con los de los mercados importantes identificados en 2005 (Perú, Colombia y Ecuador), estos cinco países representan más del 90% de todas las vidas y propiedades identificadas.

TABLA 2: CRECIMIENTO EN COBERTURA DE MS 2005-2011

	CRECIMIENTO TOTAL 2005-2011	CRECIMIENTO ANUAL COMPUESTO 2005-2011 ¹¹	VIDAS Y PROPIEDADES NETAS AGREGADAS (MILLONES) 2005-2011
BOLIVIA	187%	19%	0,468
COLOMBIA	212%	21%	5,417
REPÚBLICA DOMINICANA	48,235%	180%	0,253
ECUADOR	378%	30%	2,085
EL SALVADOR	50%	7%	0,043
GUATEMALA	163%	18%	0,357
NICARAGUA	316%	27%	0,091
PANAMÁ	3%	0,4%	0,002
PARAGUAY	27%	4%	0,011
PERÚ	29%	4%	1,191
VENEZUELA	-97%	-44%	(0,037)
TOTAL	125%	14%	9,885

En términos de cobertura relativa, el estudio encontró que 7,6% de toda la población de ALC estaba cubierta por algún producto de microseguros¹². La tasa total de cobertura para los 20 países estudiados en el panorama actual es 8,0%. Cuando se excluyen Brasil y México de estos 20 países, la tasa de cobertura es 7,8% y cuando se excluyen los cinco primeros países por volumen de cobertura, esta cobertura cae al 2,6% de la población de los países remanentes. Estas cifras muestran que todavía hay mucho potencial en el mercado, ya que una meta razonable de cobertura podría ser entre el 40% y 50% de la población. También es importante considerar que los microseguros se relacionan con una serie de tipos de productos (vida, salud, discapacidad y otros), y que estas tasas de cobertura reportadas solo indican la cobertura general de las personas por cualquiera de los productos.

La Tabla 1¹³ (más arriba) muestra los 10 países con mayores tasas de cobertura de microseguros en la región al 31 de diciembre del 2011. La comparación por tasa de cobertura es útil para identificar

¹¹ Se calcularon las tasas de crecimiento anual compuesto por medio de la siguiente fórmula: (datos de 2011 /datos de 2005)^(1/6)-1.

¹² Se consideró una población total en la región de 595,2 millones a partir de la población de 2011 reportada en los World Development Indicators 2012 (Indicadores del Desarrollo Mundial) del Banco Mundial.

¹³ El equipo hizo esfuerzos para mitigar la duplicación de cifras de cobertura por aseguradoras individuales. Sin embargo, sin una lista de clientes no es posible asegurar que todas las personas cubiertas por un asegurador no estuvieran también cubiertas por otro. De este modo, es posible, aunque probablemente no significativo, que se esté sobrestimando la cobertura única y, de esta manera, las tasas de cobertura.

brechas, ya que los valores relativos exponen rápidamente las fortalezas y las debilidades. Sin embargo, podría parecer que los países que tienen relativamente poca población tienen más MS que los países más poblados. Jamaica es uno de estos casos, ya que tiene un nuevo programa de MS que ha experimentado un despegue rápido debido a su cobertura automática ligada al pago de facturas. Los altos niveles de cobertura son importantes, ya que ayudan a construir más eficazmente una cultura de seguros (si se cuenta con productos de microseguros de buena calidad con servicio rápido y simple, lo cual es un supuesto importante). Las altas tasas de cobertura también ayudan a las aseguradoras a mitigar la selección adversa y a reducir los costos de distribución, factores ambos que ayudan a reducir las primas para los clientes de bajos ingresos.

Los once países estudiados en 2005 experimentaron un crecimiento agregado de 125% (de 7,9 millones a 17,8 millones) a lo largo de los seis años transcurridos entre los dos estudios. La Tabla 2 muestra las tasas de crecimiento de cada uno de los once países para los que se disponen datos, tanto de 2005 como de 2011. Dentro de este grupo, hubo una divergencia sustancial en los patrones de crecimiento. La cifra para Venezuela, por ejemplo, declinó en 97% debido a cuestiones de política gubernamental. En el otro extremo, la República Dominicana se expandió en más del 48,000%. En 2005, los investigadores identificaron una aseguradora con un tipo de producto y muy pocos asegurados de bajos ingresos (545). Posteriormente, para finales de 2011, ocho aseguradoras con trece productos diferentes proporcionaban cobertura a más de 250.000 personas. Otros países como Bolivia, Colombia, y Ecuador, que ya eran relativamente fuertes en 2005, han continuado su crecimiento basándose en varios factores, incluyendo la identificación y promoción de numerosos nuevos canales de distribución. En 2005, los canales de distribución predominantes fueron las IMF. Aunque estas siguen siendo importantes para la distribución, otros canales han generado cifras mayores y, por ende, mayor cobertura. También contribuyen al crecimiento las aseguradoras que entran al mercado. En 2005, muchos microseguros eran relativamente pequeños y eran el reino de unas cuantas aseguradoras innovadoras. En 2011, igual que en el caso de la República Dominicana, nuevas aseguradoras y corredores han entrado al mercado y están compitiendo fuertemente.

En términos absolutos, cerca del 90% del crecimiento de la región proviene de Colombia, Ecuador y el Perú. El crecimiento en estos países, por sí solo, representó 8,7 millones de nuevas vidas y propiedades cubiertas de los 9,9 millones identificados para los once países (7,9 millones en 2005 a 17,8 millones en 2011). Estos tres países fueron los más grandes en el estudio de 2005. Su mayor crecimiento sugiere que los países que empiezan pronto continuarán expandiéndose con fuerza a medida que más aseguradoras vean el "éxito" e ingresen al mercado. La cuestión que hay que considerar es a qué nivel de crecimiento se comenzaría a ralentizar la cobertura. Estos países todavía tienen que llegar a ese nivel, ya que parecen continuar con un fuerte crecimiento.

En contraste con los casos de crecimiento importante, la Tabla 2 indica que, en algunos países, los mercados de microseguros se estancaron o redujeron. Esto ofrece una lección importante: aunque los microseguros tienen gran potencial, el entorno los afecta significativamente. Los dos ejemplos más llamativos en este grupo son Panamá y Venezuela. En el periodo de 2005 a 2011, Panamá solo creció en un 3%. El mercado de Panamá estuvo restringido por la regulación que exigía a todas las aseguradoras que operasen a través de corredores, lo que les permitió a estos cobrar comisiones exorbitantes. Las altas tasas de comisiones fuerzan a las aseguradoras a elegir entre operar a pérdida y cobrar primas más altas, lo que puede implicar que la población de bajos ingresos no pueda pagar el seguro. A inicios de 2012, Panamá aprobó una nueva reglamentación que eliminaba el requisito de operar con corredores. Es de esperar, entonces, que Panamá ahora pueda ampliar el mercado. Venezuela fue un caso extremo de política

gubernamental implementada a través de regulaciones que perjudicaron a la industria de los microseguros, cuando se forzó a las compañías a cumplir con estrictos requisitos o a abandonar sus productos. Tal como lo indica la tasa negativa de crecimiento de Venezuela, la mayoría de compañías optó por prescindir de los microseguros.

1.4.2. PRIMAS SUSCRITAS

Durante 2011, los productos de microseguros reeditaron USD 860 millones en primas suscritas (PS) entre las aseguradoras que reportaron primas para el estudio. De manera similar a la distribución de coberturas, más del 90% de estas primas provino de los cinco mercados de microseguros más grandes: Brasil, México, Colombia, Ecuador y Perú. Además de reportar las primas suscritas totales para los productos de microseguros, se pidió a las organizaciones que ofrecen microseguros que también proporcionaran el monto total de primas suscritas recibidas en 2011 por la compañía por seguros tradicionales y microseguros. A partir de esas cifras, este estudio pudo identificar el porcentaje del negocio que los microseguros representan dentro del total del negocio de las compañías que ofrecen microseguros. El estudio también obtuvo datos nacionales sobre primas totales de seguro, lo cual permite comprender mejor la importancia de los microseguros en el mercado global de seguros del país, así como la porción del total del mercado de seguros que se identificó que participaba en microseguros (es decir, solo de aquellas compañías que reportaron a los investigadores sus primas de seguros y microseguros).

Como indica la Tabla 3, a pesar de llegar a 45,5 millones de personas y de reeditar USD 860 millones de primas, los microseguros siguen siendo una porción muy pequeña del mercado total de seguros en los 20 países estudiados. Las primas suscritas de microseguros son solamente el 0,57% de todas las primas de seguros suscritas en estos países y el 1,9% de todas las primas y seguros suscritos por las organizaciones que reportan datos. Sin embargo, comparando el monto total de primas suscritas de seguros en un país y el monto total de primas de seguros reportadas en este panorama por compañías que ofrecen microseguros, se puede mostrar qué porción de un mercado de seguros de un país ofrece microseguros. El examen de la porción del mercado que ofrece microseguros nos entrega una imagen más optimista que la ofrecida al solo examinar el porcentaje de primas de microseguros suscritas. Como muestra la Tabla 3, países como Bolivia, Nicaragua y Perú tienen casi todo el mercado de seguros con oferta de microseguro, ya sea que esto se haga a través de una o dos aseguradoras que representan la mayoría del mercado de seguros o a través de varias aseguradoras que constituyen el total o gran parte del mercado de seguros. Esto es muy interesante porque, de cierta manera, representa el interés de un país en los microseguros. Por ejemplo, en Bolivia todas las organizaciones que ofrecen seguros también informaron que ofrecían microseguros. En Brasil, las organizaciones que reportaron ofrecer microseguros dan cuenta de algo más del 40% de todo el mercado de seguros del país. Aunque las primas suscritas de microseguros en Brasil representan solo el 0,56% de todas las primas suscritas de seguros, las compañías que ofrecen microseguros ganan confianza y redoblan sus esfuerzos, logrando, así, una expansión importante de la cobertura de microseguros. Las primas suscritas de microseguros pueden estar inherentemente limitadas en cuanto a su contribución total de las primas de seguros suscritas en el país, debido a que las primas de microseguros son más pequeñas, pero el darnos cuenta que una porción significativa del mercado de seguros de un país está ofreciendo microseguros es, por supuesto, positivo.

TABLA 3: PRIMAS TOTALES SUSCRITAS Y PRIMAS SUSCRITAS DE MS

PAÍS	INGRESO BRUTO POR PRIMAS / PRIMAS DIRECTAS NETAS / VOLUMEN TOTAL DE PRIMAS (EN MILLONES DE USD)	TOTAL DE PRIMAS SUSCRITAS REPORTADAS AL ESTUDIO (EN MILLONES DE USD)	PRIMAS SUSCRITAS REPORTADAS COMO % DEL TOTAL NACIONAL DE PRIMAS SUSCRITAS	PRIMAS SUSCRITAS DE MS REPORTADAS AL ESTUDIO (EN MILLONES DE USD)	PRIMAS SUSCRITAS DE MS COMO % DEL TOTAL NACIONAL DE PRIMAS SUSCRITAS	PRIMAS SUSCRITAS DE MS COMO % DE PRIMAS SUSCRITAS REPORTADAS SOLAMENTE DE LAS COMPAÑÍAS QUE REPORTARON
ARGENTINA	12.846,0*	412,8	3,21%	35,8	0,28%	8,68%
BELICE	59,3^	5,7	9,56%	0,006	0,01%	0,11%
BOLIVIA	220,2`	224,4	101,93%	6,5	2,97%	2,92%
BRASIL	78.287,0*	32.428,6	41,42%	437,3	0,56%	1,35%
CHILE	9.669,0*	2.532,8	26,20%	9,1	0,09%	0,36%
COLOMBIA	7.624,0*	3.622,4	47,51%	131,8	1,73%	3,64%
COSTA RICA	815,0*	0,0	0,00%	0,0	0,00%	-
REPÚBLICA DOMINICANA	740,0*	335,4	45,32%	2,5	0,20%	0,44%
ECUADOR	1.337,0*	514,8	38,51%	52,6	3,94%	10,2%
EL SALVADOR	409,9~	3,2	0,77%	1,5	0,38%	48,90%
GUATEMALA	555,0*	47,4	8,54%	15,6	2,81%	32,87%
HAITÍ	37,5"	10,0	26,7%	0,3	0,80%	2,58%
HONDURAS	252,5+	7,7	3,05%	0,4	0,15%	4,75%
JAMAICA	676,0*	45,0	6,66%	-	-	0,00%
MÉXICO	22.231,0*	2.230,6	10,03%	127,4	0,57%	5,71%
NICARAGUA	113,2+	111,8	98,72%	1,0	0,92%	0,93%
PANAMÁ	1.053,0*	59,5	5,65%	0,7	0,06%	1,09%
PARAGUAY	245,9+	11,0	4,47%	1,1	0,44%	9,81%
PERÚ	2.613,0*	2.452,9	93,87%	37,5	1,43%	1,53%
VENEZUELA	10.803,0*	-	-	-	-	-
TOTAL	150.549,9	45.055,9	29,93%	861,0	0,57%	1,91%

Total de fuentes de primas suscritas: *=Swiss Re, Sigma 2011; ^= Government of Belize, Total Insurance Industry Audited Revenue Account 2011; `=Anuario de Fiscalización y Control de Pensiones y Seguros, Anuario de Seguros 2010; ~ = Superintendencia del Sistema Financiero, Anuario estadístico de seguros 2011; += Asociación de Supervisores de Seguros de América Latina (ASSAL), Prima Directa, el año disponible más reciente; " =Axco Haiti life and non-life insurance market report 2011

En términos de crecimiento, las primas de microseguros, como era de esperar, han crecido en los países que han aumentado la cobertura. Sin embargo, las primas agregadas de microseguros han experimentado un crecimiento aún mayor que la cobertura. La Tabla 4 ilustra el crecimiento en primas suscritas, comparando datos de 2005 con datos actuales. Aunque la cobertura en estos once países creció anualmente en 14%, las primas crecieron anualmente en 44%. Si bien esta diferencia parece extrema, la prima promedio de microseguros de vida se elevó de USD 3,57 por año a USD 14,08 por año. Este incremento en las primas es consistente con el hecho de que los productos se hacen más complejos y cubren más riesgos. En 2005, el panorama estuvo dominado por coberturas básicas de desgravamen con primas muy bajas (ver la Figura 3, a continuación). Desde entonces, el seguro de desgravamen (vida-crédito) solo se ha incrementado alrededor del 50%, mientras que otros productos de vida y los productos contra accidentes y muerte (ADD, por sus siglas en inglés), lo han alcanzado en gran medida. Los productos de salud y propiedad resultan relevantes en 2011, mientras que, en 2005, apenas figuraban. Todos estos productos resultan más costosos que los productos básicos del seguro de desgravamen de 2005. Adicionalmente, los productos con cobertura múltiple son más frecuentes en la región en 2011 que en 2005. Esto también añade costo a la prima promedio. En general, el mayor crecimiento de las primas en la región es un signo positivo de una mayor evolución de los microseguros.

TABLA 4: CRECIMIENTO EN PRIMAS SUSCRITAS DE MICROSEGUROS

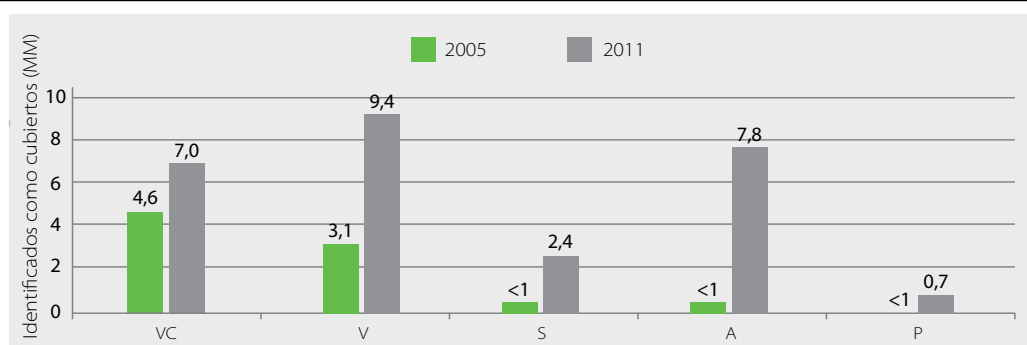
	PRIMAS DE MICROSEGUROS (USD)		CRECIMIENTO TOTAL	CRECIMIENTO ANUAL COMPUESTO (2005-11)
	2005 (MM)	2011 (MM)		
BOLIVIA	0,489	6,542	1.238%	54%
COLOMBIA	18,598	131,753	608%	39%
REPÚBLICA DOMINICANA	0,030	2,495	8,218%	109%
ECUADOR	1,189	52,622	4,327%	88%
EL SALVADOR	0,497	1,548	212%	21%
GUATEMALA	0,974	15,588	1,501%	59%
NICARAGUA	0,035	1,038	2,904%	76%
PANAMÁ	1,100	0,651	-41%	-8%
PARAGUAY	<0,001	1,080	288,166%	277%
PERÚ	5,169	37,476	625%	39%
VENEZUELA	0,227	<0,001	-100%	-100%
TOTAL	28,308	250,793	786%	44%

1.5.

RIESGOS CUBIERTOS

El crecimiento general de los microseguros en la región entre 2005 y 2011 es significativo y es un paso importante para lograr mayor cobertura de mercado. Sin embargo, la visión panorámica presentada hasta el momento sólo incluye a las personas con microseguros y no ofrece ninguna consideración del tipo o calidad de los microseguros que se les provee. Los dos estudios de 2005 y 2011 se concentraron en productos y subproductos particulares dentro de los microseguros que se estaban vendiendo. La Figura 3 muestra el crecimiento de los microseguros en los once países por producto entre 2005 y 2011.

FIGURA 3: CRECIMIENTO DE LA COBERTURA DE 2005 A 2011



En 2005, debido a que la mayoría de microseguros se distribuyó a través de IMF, la cobertura predominante era el seguro de desgravamen (VC), seguido por los productos de vida (V), salud (S), accidentes (A) y propiedad (P), pólizas que cubrían un número muy limitado de vidas y propiedades. Tal como lo ilustra la Figura 3, ahora el panorama es muy diferente. En los once países con datos de 2005, los productos de vida y accidentes¹⁴ han añadido un volumen sustancial de cobertura de vida, con 9,4 millones y 7,8 millones de vidas, respectivamente (de los 3,1 millones y 0,2 millones que cubrían, respectivamente, en 2005). La cobertura de desgravamen experimentó un crecimiento moderado de 4,6 millones a 7,0 millones en el mismo período. Las distintas tasas de crecimiento de productos en estos países ilustran que el seguro de desgravamen ya no es el motor principal de los microseguros en la región. Esto es probablemente resultado de la entrada de nuevos canales de distribución, así como de la evolución natural de un producto hacia otros que cubren una gama más amplia de riesgos. Para un desglose detallado de las vidas y propiedades cubiertas por producto de cada país, ver el Apéndice 3 o explorar los detalles con un mapa interactivo disponible en la página web <http://www5.iadb.org/mif/es-es/portada/proyectos/accesoafinanciamiento/microseguros.aspx> y en <http://www.microinsurancecentre.org/landscape-studies.html>.

La evolución de los microseguros en ALC se inició con las IMF y con oferta básica de microseguros de vida-crédito o desgravamen. Las aseguradoras que impulsan la expansión de los microseguros en la región son entidades comerciales que pronto se dieron cuenta que las

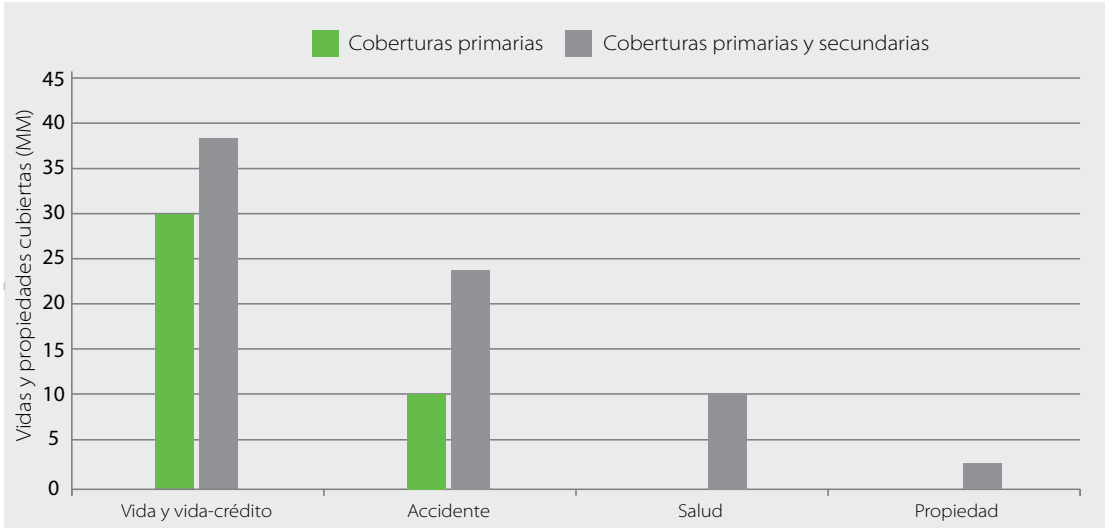
¹⁴ En este documento, la cobertura contra accidentes se refiere a pólizas que cubren solamente muerte y discapacidad debido a causas accidentales.

IMF se limitaban a sus mercados crediticios y, por tanto, decidieron buscar otros canales de distribución donde pudieran llegar a muchas más personas. Esto tuvo como resultado ofrecer una cobertura de vida más amplia. Al mismo tiempo, las aseguradoras que trabajaban con productos que no eran de vida vieron el crecimiento y potencial de los microseguros para apuntalar sus cifras. Al encontrar canales de distribución apropiados para las pólizas de accidentes, estas aseguradoras ingresaron con fuerza al mercado con pólizas de accidentes normalmente ligadas a otros productos. En cierto sentido, los años iniciales permitieron “probar el concepto” de los microseguros. Las nuevas aseguradoras han aprovechado estas lecciones para crecer de manera significativa, mientras que los canales de las IMF se han limitado mayormente a su crecimiento natural, basado en el crédito.

1.6. PRODUCTOS

El panorama de los microseguros en ALC se está haciendo más amplio y complejo, en principio en respuesta a las necesidades de los posibles clientes. En esta siguiente sección, a fin de determinar el valor que los productos proporcionan a los clientes y los factores que impulsan el crecimiento, se presentan y se debaten elementos específicos de los productos disponibles en el mercado de microseguros de ALC.

FIGURA 4: COBERTURAS PRIMARIAS Y SECUNDARIAS



Los investigadores identificaron 159 productos de microseguros¹⁵ que se ofrecen actualmente y nueve productos que las organizaciones prevén lanzar. De estos 159 productos, la mayoría son productos de vida y desgravamen (vida-crédito). Sin embargo, un número sustancial de productos, casi el 70% de todos los productos identificados, tienen coberturas secundarias, lo cual significa que un producto puede tener una cobertura primaria y, por ende, ser clasificado como un producto de vida o salud, pero también proporciona una cobertura secundaria para otro tipo de riesgo, como accidentes o propiedad. Como lo muestra la Figura 4, añadir

¹⁵ Este número de productos está ligeramente subestimado, ya que algunos de los datos comunicados son datos agregados y no especificaban el número de productos incluidos. Ver el debate sobre el tema en la sección de Metodología.

una cobertura secundaria podría mejorar sustancialmente la evolución y expansión de los productos. La mayoría de coberturas secundarias son adiciones a los productos de vida. Por ejemplo, más de la mitad de todas las vidas cubiertas contra accidentes cuentan con esta cobertura debido a coberturas secundarias. Para salud y propiedad, casi todas las vidas y propiedades están cubiertas como cobertura secundaria.

Como los productos de vida tienden a ser más fáciles de ofrecer, representan un punto de partida para los MS. A partir de este punto, es relativamente fácil añadir otros productos y venderlos en el mismo mercado. Los productos de salud y accidentes también contienen coberturas secundarias, pero en mucho menor medida que los productos de vida.

Alcance

El alcance es un elemento de mucha importancia en los microseguros. Un mayor alcance no solamente significa más vidas o propiedades cubiertas, sino que también resulta crucial para la rentabilidad de los microseguros. Los productos de vida, desgravamen (vida-crédito) y accidentes tienden a cubrir más vidas, mientras que los productos de salud y propiedad todavía enfrentan dificultades para atender a gran número de clientes. La mitad de todos los productos de vida, desgravamen (vida-crédito) y accidentes, por ejemplo, atienden entre 10.000 y 200.000 vidas. En contraste, la mitad de todos los productos de salud y propiedad atienden, según el reporte, entre 500 y 60.000 vidas.

Los esquemas de vida y accidentes no necesariamente tienen más clientes porque sean más demandados. Más bien, los productos de vida y accidentes tienen la ventaja de que se ofrecen a través de canales con mayor cobertura y son productos relativamente más fáciles de vender y administrar. Las coberturas de salud y propiedad en ALC pueden ser más demandadas, pero tienden a ofrecerse a través de mecanismos más personales debido a los niveles de las primas, asuntos de control, y a la necesidad de una mayor explicación y "enfoque humano" en la venta. Esto puede plantear retos para la rentabilidad en estos tipos de productos de MS, ya que, sin importar el tipo de producto, para que los MS tengan éxito, se requiere una masa crítica o grandes volúmenes. Adicionalmente, varios países tienen estrategias nacionales de salud que otorgan cierta cobertura de salud y esto reduce el posible alcance de los seguros de salud ofrecidos por otras organizaciones.

TABLA 5: PRIMAS ANUALES PROMEDIO POR CARACTERÍSTICAS DE PRODUCTO

	CARACTERÍSTICA DEL PRODUCTO ¹⁶	PRIMA ANUAL PROMEDIO EN USD						
		TODOS LOS RIESGOS	VIDA	ACCIDENTES	SALUD	PROPIEDAD	AGRICULTURA	COBERTURA MÚLTIPLE
	Todos los productos	19	15	14	31	38	43	18
TIPO DE PÓLIZA	Voluntaria	19	16	13	34	24	69	28
	Obligatoria	10	7	NA	NA	39	18	8
	Ambos	14	12	24	11	9	NA	18
FORMATO DE PÓLIZA	Individual	21	18	28	39	18	43	14
	De grupo	14	11	10	39	32	NA	10
	Ambas	15	11	11	23	NA	NA	28
VIDA ENLAZADA CON CRÉDITO	Sí	14	13	2	25	42	18	14
	No	19	15	18	33	19	69	22
PRODUCTOS SECUNDARIOS	Vida	21		15	36	NA	43	18
	Accidente	18			30	NA	18	20
	Salud	20	19	31		NA	NA	11
	Propiedad	21	16	NA	39		43	20
	índice	10	15	9	NA	NA	69	8

Aunque esta tabla no debería ser la base para la fijación de precios, sí provee luces importantes respecto a las distintas estrategias de fijación y control de precios. En general, los productos de vida y accidentes cuestan menos que los productos de salud y propiedad, y los productos con coberturas secundarias cuestan más. Los productos que pueden controlar la selección adversa, como los productos ligados a crédito, las pólizas de grupo y las pólizas obligatorias, cuestan evidentemente menos que sus contrapartes.

1.7. PRIMAS

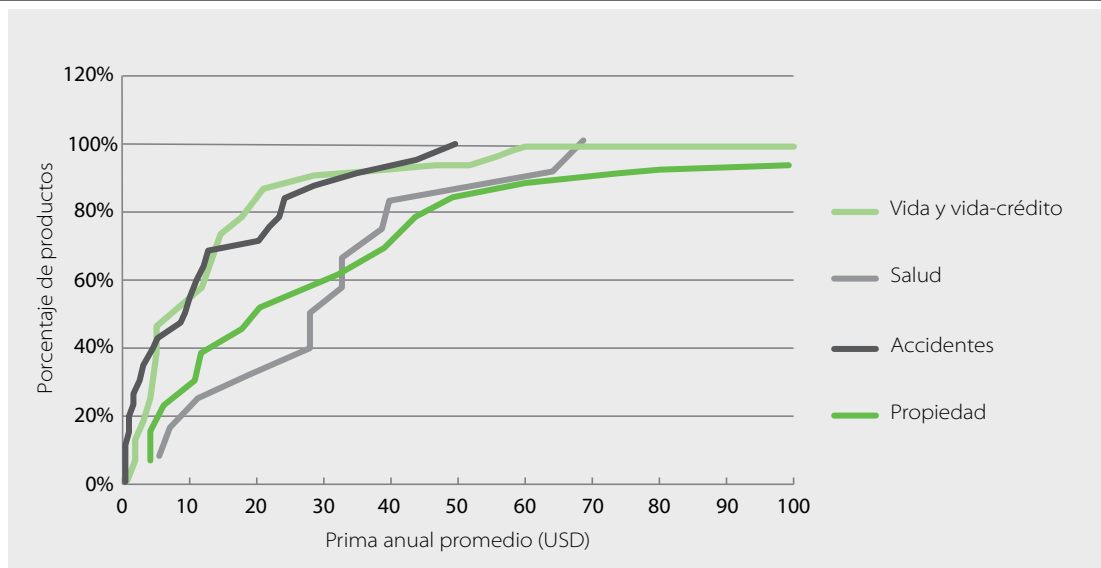
Las primas son otro elemento crucial. Son indicadores de la accesibilidad para la población de bajos ingresos y de la rentabilidad potencial para los proveedores de microseguros. Las primas se fijan basándose en los tipos de riesgos y los niveles de cobertura. La Tabla 6 indica la prima anual promedio de productos a partir del riesgo principal cubierto y otras características del producto¹⁷. Por ejemplo, un producto de vida que incluye una cobertura secundaria contra

¹⁶ Se calcularon las primas anuales promedio para 152 productos. Estas primas promedio otorgan una visión razonable de las primas, pero se las debe interpretar teniendo en cuenta que combinan datos de una serie de países y economías diferentes y de productos con distintos componentes, cobertura y plazos.

¹⁷ Del total de los 159 productos del informe, 155 productos cuentan con primas suscritas totales y número de vidas o propiedades cubiertas que se utilizaron para determinar la prima anual promedio.

accidentes cuesta, en promedio, USD 16 al año, y un producto obligatorio de vida cuesta un promedio de USD 7 al año, en comparación con un producto de vida voluntario que cuesta USD 16 por año, en promedio.

FIGURA 5: DISTRIBUCIÓN DE PRIMA PROMEDIO POR RIESGOS



La Figura 5 ilustra la distribución de primas promedio para los distintos riesgos principales. Todos los productos tienen distribuciones similares o curvas similares, aunque, como era de esperar, salud y propiedad son más caros que vida y accidentes, tal como lo evidencian las líneas de tendencia que se inclinan más a la derecha en el eje de las primas.

TABLA 6: PRIMAS ANUALES PROMEDIO POR SUBCATEGORÍA (USD)

SUBCATEGORIA	V	A	S	P
VIDA-CRÉDITO	12			
VIDA-CRÉDITO PLUS	20			
SEPELIO	13			
VIDA CON PLAZO	22			
TODAS LAS CAUSAS		12		
EMPLEO		13		
VIAJE		25		
PACIENTE AMBULATORIO			39	
HOSPITALIZACIÓN			29	
INTEGRAL			38	
RENTA HOSPITALARIA			26	
CULTIVOS				5
VIVIENDA				26
PYME				37

La Tabla 6 desglosa cada uno de los tipos de riesgos principales en subcategorías y presenta el valor de la prima promedio asociado con cada subcategoría. Una vez más, es importante reconocer que estos productos, aunque comparten el mismo rótulo, son agregados de distintos países, distintos tipos de canales, distintas economías y, por ello, los valores que se muestran son más indicativos que absolutos.

1.8.

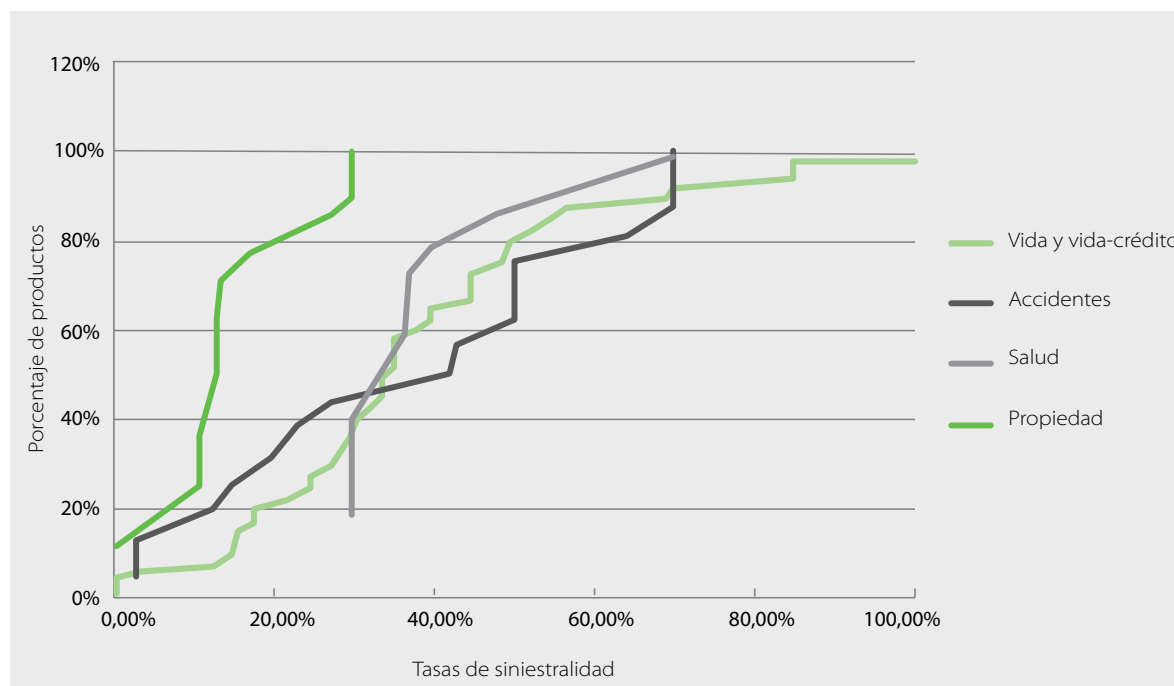
TASAS DE SINIESTRALIDAD Y VALOR PARA EL CLIENTE

Un componente clave de las primas es la prima de riesgo. Esta es la porción de las primas utilizada para pagar los siniestros. El porcentaje de las primas se utiliza para pagar por los siniestros se conoce comúnmente como la tasa de siniestralidad. Las aseguradoras deben equilibrar sus tasas de siniestralidad. Si la tasa de siniestralidad de un producto es demasiado alta, no habrá suficientes fondos para cubrir la comisión, los gastos administrativos, el mercadeo y otros costos. Sin embargo, si la tasa de siniestralidad de un producto es demasiado baja, entonces los clientes probablemente no están obteniendo tanto valor de los productos como podrían. No obstante, como no hay una comparación de referencia aceptada para las tasas de siniestralidad, estas varían para productos que cubren distintos riesgos. Los productos de vida y accidentes deberían tener tasas de siniestralidad bastante estables de un año a otro, dada su significativa escala. La siniestralidad en salud, propiedad, seguros con base en índices climáticos y agricultura es más volátil y se representaría mejor por una tasa de siniestralidad promedio sobre un periodo de cinco o diez años.

Aproximadamente la mitad de todos los productos encuestados incluyeron información sobre la tasa de siniestralidad del producto¹⁸. Los productos para los cuales se dispone de información sobre siniestralidad cubren 20,7 millones de vidas y propiedades del total de 45,5 millones identificados en ALC. La Figura 6 muestra la distribución de tasas de siniestralidad, reportadas para 2011, para productos que cubren diferentes riesgos. Los productos de vida, accidente y salud tienen distribuciones similares: 60% de ellos reportan tasas de siniestralidad de 40% o menos. Los productos de propiedad reportaron tasas de siniestralidad considerablemente menores. Sin embargo, como la siniestralidad en propiedad es mucho más volátil que los otros riesgos, este cálculo no arroja mucha luz sobre el valor que los productos de propiedad otorgan a los clientes.

¹⁸ Para obtener la tasa de siniestralidad, el equipo recolectó datos de primas y siniestros de las aseguradoras. Esto fue difícil porque la mayoría de las aseguradoras no querían proporcionar estos datos y a otros les resultó difícil identificar esta información estrictamente en relación con sus negocios de microseguros. La obtención de estos datos en casi el 50% de los productos identificados fue un logro realmente significativo. La tasa de siniestralidad en el estudio sobre el Panorama de África también fue, aproximadamente, de 50%.

FIGURA 6: DISTRIBUCIÓN DE TASAS DE PÉRDIDA POR RIESGO EN 2011



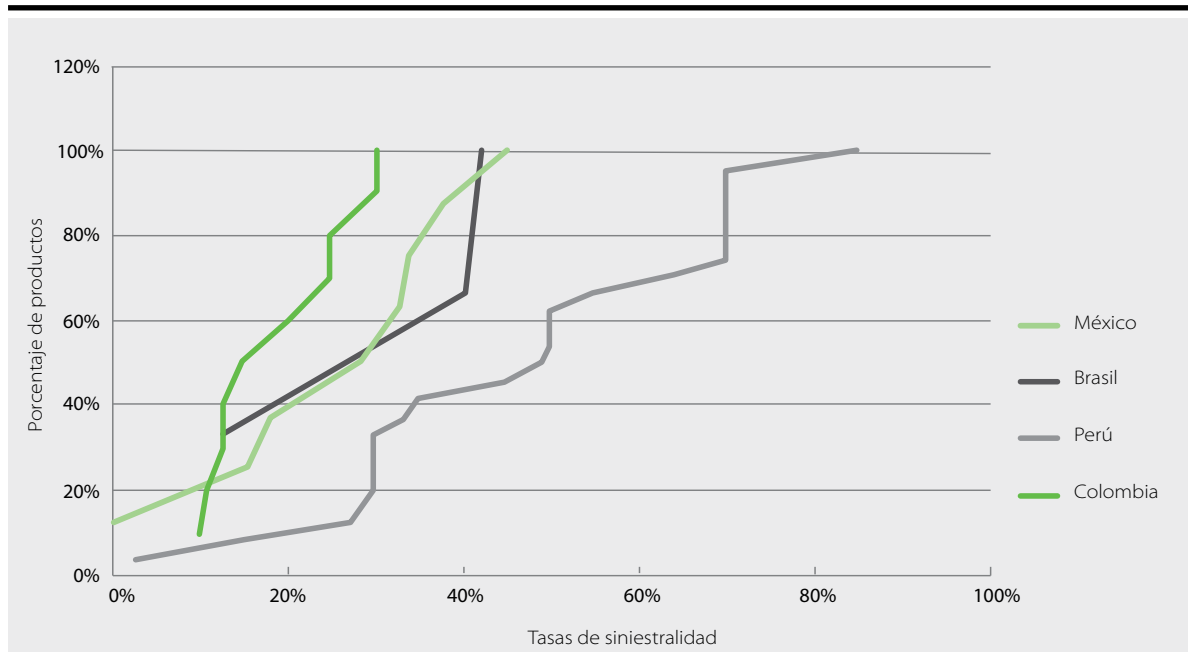
La Figura 7 muestra la distribución de tasas de siniestralidad para cuatro de los cinco países con la mayor cobertura de microseguros¹⁹. Perú presenta las tasas de siniestralidad más altas, seguido de México y Brasil. Colombia reporta las más bajas. Aunque algunos relacionan tasas de siniestralidad bajas con bajos niveles de valor al cliente y altos niveles de rentabilidad, no siempre es así²⁰. Un estudio reciente de un producto de sepelio en Colombia determinó que el producto tenía una baja tasa de siniestralidad debido a los altos costos de comisiones necesarios para pagar al distribuidor y que, a pesar de ello, los clientes seguían recibiendo un valor significativo del producto²¹.

¹⁹ Ningún encuestado de Ecuador proporcionó cifras de tasas de siniestralidad.

²⁰ Las bajas tasas de pérdida de Colombia se relacionan con altos costos de distribución. Mientras que Colombia es un ejemplo general por la variedad de sus canales de distribución, los canales cobran tarifas y comisiones altas, incluso de más del 40% de las primas en algunos casos. En estos casos existen todavía costos administrativos que cobran las aseguradoras y esto deja relativamente poco para los clientes. Para ver un tratamiento más profundo de este tema, consultar el estudio de Michael J. McCord "MAPFRE Colombia: Combining valuable funeral insurance products with a strong business case" (MAPFRE Colombia: La combinación de productos valiosos de seguro de sepelios con un robusto caso de negocio) del MicroInsurance Centre.

²¹ Presentación de Michael McCord en la 8va Conferencia Internacional de microseguros en Dar es Salaam, Tanzania, extraído de (1) Magnoni y Poulton, "Doing the Math: Cashless funeral microinsurance in Colombia", (Haciendo los cálculos: "Microseguros de sepelio sin pago en efectivo en Colombia", y (2) el estudio de Koven y Martin, "Colombian Life Microinsurance: An emerging success story," ("Microseguros de vida en Colombia: Una historia de éxito emergente") por publicar. Ambos documentos son parte del proyecto MILK del MicroInsurance Centre.

FIGURA 7: DISTRIBUCIÓN DE LAS TASAS DE SINIESTRALIDAD DE 2011 EN CUATRO PAÍSES DE ALTO CRECIMIENTO



En América Latina, incluso más que en África, las comisiones y tarifas a los distribuidores tienen un impacto importante en la reducción de los siniestros y el aumento de las primas. Los clientes podrían, ciertamente, recibir mayor valor si los costos de las comisiones se mantuvieran en un nivel justo. En muchos países de ALC, las comisiones tienden a ser muy altas en comparación con los costos reales de distribución. Los canales de distribución en México, Colombia y otros países de la región cobran altas comisiones y a menudo tarifas adicionales de exclusividad de las aseguradoras que buscan distribución masiva. Tal como ilustra la Figura 7, los países donde las comisiones son altas (Colombia y México), generalmente muestran una tasa de siniestros más baja que aquellos como Perú, donde las comisiones han sido algo más controladas.

2

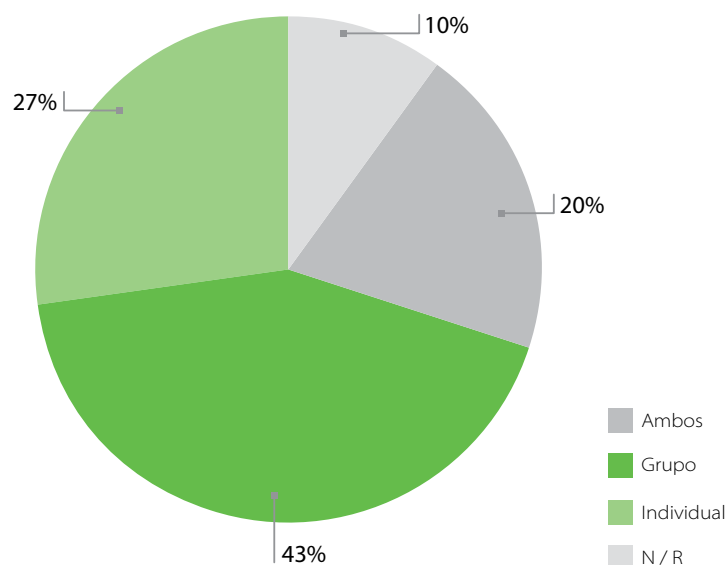
CARACTERÍSTICAS DE LAS PÓLIZAS

2.1.

DE GRUPO E INDIVIDUAL

Las pólizas grupales representan el 43% de todas las pólizas vendidas y son significativamente más prominentes que las pólizas individuales (27%). La Figura 8 también muestra que el 20% de los productos se ofrece de manera conjunta, lo que podría reflejar que algunos canales de distribución ofrecen opciones individuales y de grupo para los productos medulares a los cuales se puede amarrar el MS. Las pólizas de grupo pueden reducir significativamente las primas debido a que es más fácil darles servicio y porque limitan la selección adversa. Tal como se señala en la Tabla 5, las pólizas de grupo pueden costar hasta un tercio de sus contrapartes individuales, como es el caso de las pólizas contra accidentes. Sin embargo, contrariamente a lo que se podría pensar, los productos de salud para los que se proporcionó información sobre primas tienen esencialmente el mismo precio, ya sea que se trate de pólizas individuales o de grupos. Esto puede ser el resultado del número tan limitado de productos de salud y de la amplia variedad en cobertura del producto (se incluyen distintas combinaciones de hospitalización, tratamiento ambulatorio, medicamentos y otros beneficios) y en el costo de los distintos productos de salud. Adicionalmente, es más difícil enlazar un producto de salud con otros productos basados en grupos, debido al nivel de costo adicional con un producto de salud.

FIGURA 8: PROPORCIÓN DE PÓLIZAS POR TIPO



Tal como se muestra en la Tabla 7, la mayoría de productos de vida se venden a grupos, mientras que los productos contra accidentes y de salud se venden, principalmente, como pólizas individuales. (Nótese que el “número total de asegurados” refleja solo los riesgos principales y, por tanto, no refleja las cifras totales cubiertas por producto como en la Figura 1).

TABLA 7: TIPOS DE PÓLIZA POR RIESGO

FORMATO DE PÓLIZA	RIESGO PRINCIPAL CUBIERTO				
	ACCIDENTES	COBERTURA MÚLTIPLE	PROPIEDAD	SALUD	VIDA
GRUPO	14,8%	3,0%	38,8%	16,6%	51,6%
INDIVIDUAL	58,3%	95,5%	24,3%	9,1%	20,1%
AMBOS²²	3,4%	1,5%	0,0%	43,3%	27,3%
NO RESPONDE	23,5%	0,0%	37,0%	30,9%	1,0%
# TOTAL DE ASEGURADOS (MM)	10,552	1,674	0,458	0,383	30,067

2.2.

MICROSEGUROS OBLIGATORIOS, VOLUNTARIOS Y AUTOMÁTICOS

Ya sea que se trate de pólizas individuales o de grupo, las aseguradoras han informado que la mayoría de las personas están cubiertas por productos elegidos voluntariamente, tal como se puede ver en la Tabla 8. En la práctica, el porcentaje de coberturas voluntarias puede ser más bajo que lo reportado, ya que hay una potencial coacción cuando se enlaza un producto a otro producto o servicio. Algunas aseguradoras proveen automáticamente la cobertura de microseguros, a veces con la posibilidad de aceptarlo o rechazarlo.

TABLA 8: RIESGOS PRINCIPALES POR COBERTURA VOLUNTARIA Y OBLIGATORIA/AUTOMÁTICA

TIPO DE COBERTURA	RIESGO PRINCIPAL CUBIERTO				
	ACCIDENTES	COBERTURA MÚLTIPLE	PROPIEDAD	SALUD	VIDA
AMBOS	0,5%	3,0%	0,2%	16,3%	15,2%
OBLIGATORIO/AUTOMÁTICO	5,6%	95,5%	0,1%	0,0%	22,6%
VOLUNTARIO	70,3%	1,5%	62,8%	52,7%	45,1%
EN BLANCO	23,5%	0,0%	37,0%	30,9%	17,2%
# TOTAL DE ASEGURADOS (MM)	10,552	1,674	0,458	0,383	30,067

²² Nota: “Ambos” significa que se pueden vender los productos individualmente o a grupos, dependiendo del canal de distribución.

La cobertura **voluntaria** permite a los clientes elegir sus medios de gestión del riesgo con base en su conocimiento y comprensión del producto, ponderándolos frente a sus necesidades. Con la cobertura voluntaria, las personas eligen las pólizas que quieren y las pagan directamente. Los microseguros **obligatorios** suelen estar ligados a la membresía o a una actividad de compra que implica la compra obligatoria de un seguro conjuntamente con la compra principal. Los seguros de desgravamen (vida-crédito), por ejemplo, con frecuencia son obligatorios para los prestatarios de IMF y, a menudo, los clientes deben pagar adicionalmente por la cobertura. También es el caso de las coberturas obligatorias de propiedad para crédito vehicular. Los microseguros **automáticos**, por contraste, son coberturas adosadas a la membresía, servicio, o compra sin cobro de tarifa adicional. Un ejemplo es la cobertura básica de vida que otorga el Banco Compartamos a sus prestatarios sin ninguna prima o tarifa adicional²³. En este estudio se trató el seguro obligatorio y automático como iguales, aunque en el futuro se les debería considerar separadamente, porque tienen implicaciones muy diferentes entre sí.

Aunque los productos obligatorios normalmente sí ofrecen la oportunidad de cobertura por una menor prima en comparación con los microseguros voluntarios, el valor al cliente puede sufrir, puesto que, a menudo, no se informa a los suscriptores de la póliza sobre el producto, sus características y usos potenciales²⁴. La calidad del servicio también tiende a ser menor, ya que, por un lado, los clientes no cancelan las pólizas cuando obtienen un mal servicio y, por otro lado, los canales de distribución que ligan microseguros a su producto o servicio, a menudo no exigen estándares altos de las aseguradoras. Esto último es posiblemente el resultado de un mercado impulsado por la oferta, como ocurre en ALC, donde el seguro se liga a productos de bajos ingresos, de tal modo que el canal puede ganar dinero con las comisiones, en lugar de usar este microseguro como una proposición atractiva para captar y retener clientes.

Los seguros automáticos, a menudo pagados por el proveedor, tienen un mayor potencial de ofrecer valor, ya que el proveedor querrá asegurarse de que se alcancen los objetivos planteados al ofrecer este servicio a sus clientes. Sin embargo, en otras regiones —África en particular—, esos productos suelen ser de muy bajo valor, las expectativas de su impacto tienden a ser altas, y los proveedores tienen una tolerancia limitada ante los malos resultados, lo que los lleva a cancelar el producto, dejando a un gran número de clientes sin cobertura.

2.3. PLAZOS

Para ayudar a comprender el plazo de las pólizas de seguro, se pidió a las aseguradoras que informaran sobre los plazos para las distintas coberturas. La Tabla 9 presenta detalles de estos plazos. Aunque la mayor parte de los plazos son anuales o están ligados a un préstamo, el pago de la prima puede no ser necesariamente anual. También se ofrecen algunos productos con distintas opciones de plazo. Las “opciones múltiples” pueden estar reflejando la adición de un elemento de elección por parte del canal de distribución, o por las diferentes características de distintos grupos de pólizas.

²³ Poulton, Derek y Barbara Magnoni, “MILK Brief #16: Doing the Math – Life Microinsurance in México.” (Presentación # 16 de MILK: Haciendo los cálculos – Microseguros de vida en México), Appleton: The MicroInsurance Centre, enero de 2013.

²⁴ Ver más ejemplos de casos documentados donde los clientes tenían conocimiento limitado sobre los productos que los protegía, en la Presentación #16 de MILK (ver nota anterior), o en la MILK Brief #15 Catastrophe insurance in Haiti (Presentación #15 de MILK: Seguros contra catástrofes en Haití), Barbara Magnoni y Laura Budzyna. The MicroInsurance Centre. Enero de 2013.

TABLA 9: PLAZO DE LAS PÓLIZAS (SÓLO RIESGOS PRINCIPALES)

PLAZOS DE PÓLIZAS	VIDA	SALUD	PROPIEDAD	ACCIDENTES	OTROS (COBERTURA MÚLTIPLE/ AGRICULTURA)	PROMEDIO PONDERADO
CICLO AGRÍCOLA	-	-	-	-	-	-
PLAZO ANUAL RENOVABLE	28,4%	5,6%	5,7%	46,6%	41,1%	33,3%
PLAZO FIJO, ≤ UN AÑO	0,9%	31,6%	30,8%	-	-	1,2%
LIGADO A PRÉSTAMO U OTRO PRODUCTO	26,2%	16,3%	16,2%	7,8%	-	19,4%
MENSUAL	0,6%	15,5%	0,1%	20,2%	-	5,2%
OPCIONES MÚLTIPLES	18,2%	-	-	1,8%	-	12,4%
OTRO	2,6%	-	-	-	-	1,7%
VIDA INTEGRAL	1,8%	-	-	-	-	1,2%
PLAZO DE 6-20 AÑOS	2,2%	-	-	-	-	1,4%
NO RESPONSE	19,2%	30,9%	47,1%	23,5%	58,9%	24,1%
# TOTAL DE ASEGURADOS (EN MM)	30,067	0,383	0,458	10,552	4,074	45,534

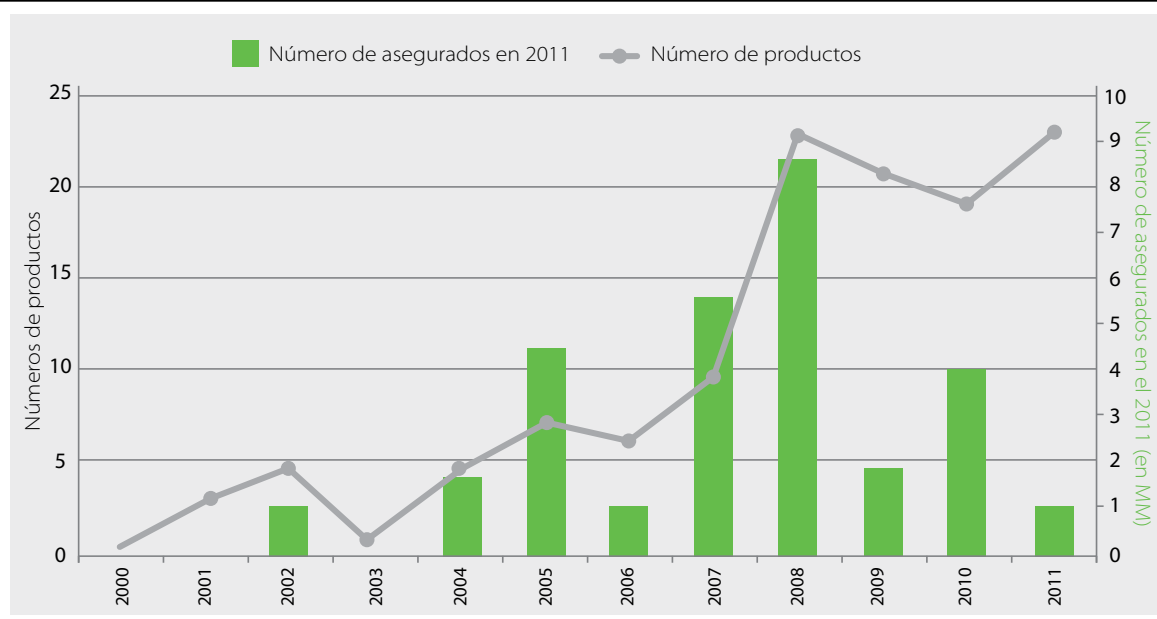
Debido a que este estudio excluye los productos subsidiados, la información sobre coberturas agrícolas es muy limitada. No obstante, se investigó si alguno de los productos ofrecidos en áreas urbanas fácilmente accesibles, tenía un plazo ligado a ciclos agrícolas, pero se determinó que ningún producto presenta este vínculo. Los plazos anuales pueden no ser apropiados para las comunidades rurales y tal vez sea necesario modificar los plazos para incrementar el alcance en las áreas rurales.

2.4.

CRECIMIENTO Y MADUREZ DE LOS PRODUCTOS

Para comprender mejor la vida de los programas, el estudio incluyó la fecha inicial de los esquemas reportados. La Figura 9 muestra el número de productos introducidos en el mercado en cada año, desde el año 2000 (línea gris, eje y izquierdo), y el número de vidas y propiedades cubiertos actualmente por esos productos (barras verdes, eje y derecho). No es de sorprender que el número de productos introducidos cada año se haya incrementado continuamente. Esto sugiere un interés continuo y creciente de las aseguradoras en los microseguros, particularmente después de 2004. El crecimiento se ha estabilizado en los últimos años, manteniéndose alrededor de 20 productos nuevos cada año. No es un crecimiento agresivo, pero aun así denota expansión.

FIGURA 9: MADUREZ DE LOS PRODUCTOS

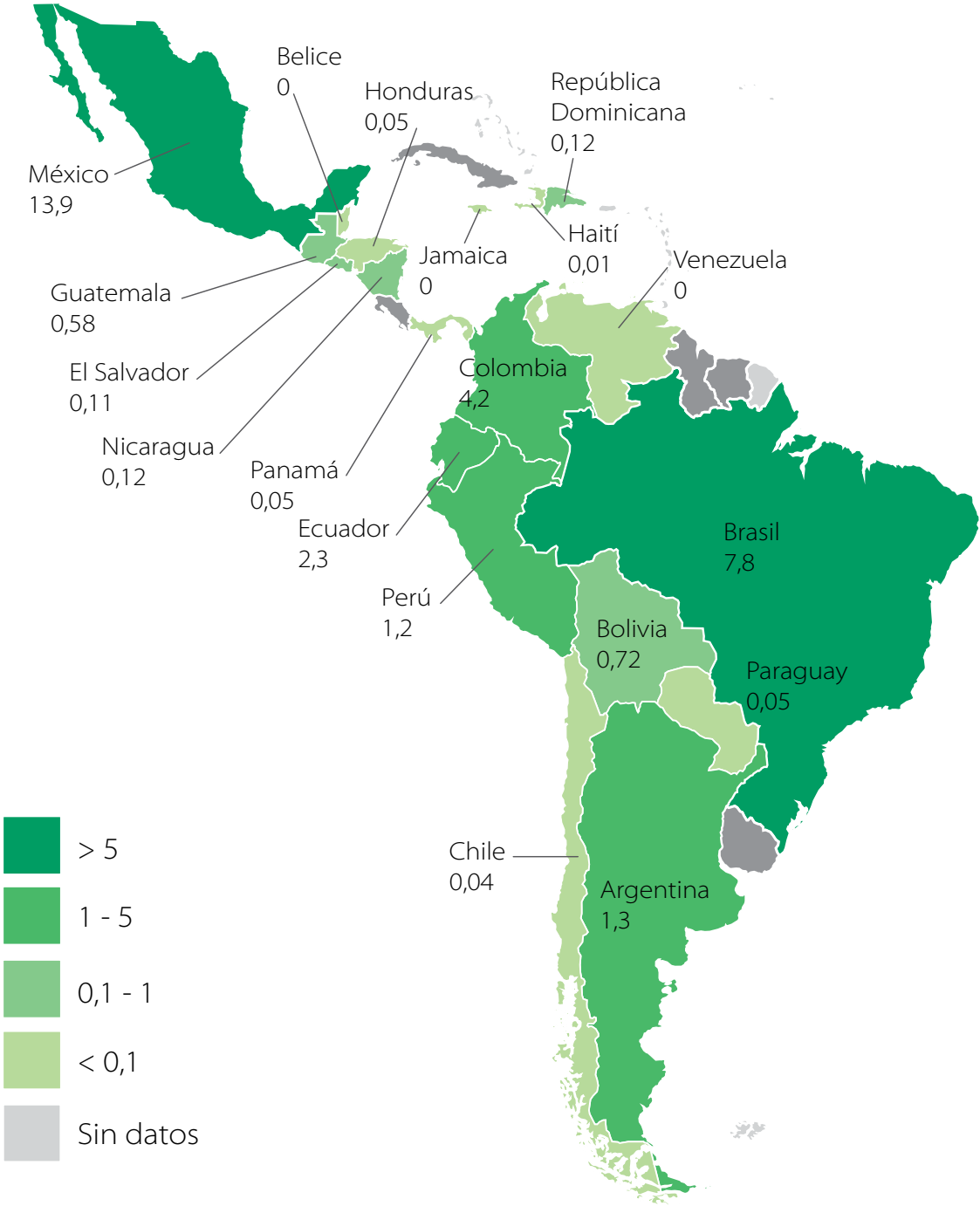


En términos de cobertura, si cada año los productos hubieran crecido de manera consistente, aquellos que han estado en el mercado por más tiempo cubrirían más vidas y propiedades. Tal como lo muestra la Figura 9, esto no es así. Los productos que se colocaron en el mercado durante o después de 2005 cubrían 27 millones de vidas y propiedades a finales de 2011, mientras que los productos que se colocaron en el mercado entre 2000 y 2004 solo cubrieron 2,8 millones de vidas y propiedades²⁵. Esta diferencia en cobertura pone de relieve que los productos más nuevos están creciendo más rápido que los productos antiguos. Este rápido crecimiento en los últimos años puede deberse a varios factores, entre los cuales:

- ▶ Las organizaciones con productos más nuevos pueden estar aprendiendo las lecciones de los esfuerzos en productos previos.
- ▶ Se ha expandido el número y tipo de canales de distribución que pueden proporcionar acceso eficaz a mayor número de personas.
- ▶ Las mejoras de productos pueden responder mejor a la demanda.
- ▶ Más aseguradoras están involucradas en microseguros y la competencia está impulsándolas hacia una mayor eficiencia y a incrementar su alcance (por ejemplo, en Colombia, México y Perú).
- ▶ El equilibrio entre la responsabilidad social corporativa y la rentabilidad parece haberse desplazado significativamente hacia la rentabilidad, exigiendo a las aseguradoras llegar a más personas.
- ▶ Algunos IMF han cambiado de una aseguradora a otra en busca de mejores coberturas y plazos.

²⁵ Nótese que las aseguradoras reportaron los 29 productos que existían antes de 2000 con un total de 15,7 millones de asegurados.

FIGURA 10: VIDAS CUBIERTAS POR MS DE VIDA, EXCLUYENDO PRODUCTOS QUE SON SÓLO DE DESGRAVAMEN (VIDA-CRÉDITO)



3

COBERTURAS Y RIESGOS

3.1.

PRODUCTOS DE VIDA

La Figura 10 muestra la distribución de la cobertura de microseguros de vida en los países de ALC, excluyendo los productos que son solo vida-crédito (desgravamen).

Mientras que el seguro de desgravamen (vida-crédito) ha sido considerado históricamente como el motor de los microseguros, esto claramente ya no es el caso en ALC. Este estudio identificó un total de 15,9 millones de vidas cubiertas por vida-crédito (con o sin otros productos, incluyendo otros productos de vida, ligados al mismo) y 32,5 millones de vidas cubiertas por vida (excluyendo los productos que son solo de desgravamen). Aunque muchos países en ALC tienen fuertes sectores de microfinanzas, solo Haití, Perú y Venezuela tienen más vidas cubiertas por seguro de desgravamen que por productos de vida.

Como se puede ver en la Tabla 10, los beneficios más ofrecidos son el seguro de vida a término fijo y beneficios extras para la familia (cónyuges e hijos), seguidos por vida-crédito, vida-crédito Plus²⁶, y seguro de sepelio. Las opciones de cobertura disponibles en ALC son casi exclusivamente de corto plazo. A diferencia de Asia y África, en donde las IMF y ONG distribuyen esquemas dotales, de pensión e inversión, en ALC estos esquemas son casi inexistentes. No se reportaron productos dotales y solo se reportó un producto de pensión e inversión que cubría a menos de 50.000 personas en conjunto²⁷. Esta diferencia se puede originar en una serie de factores, como son la mayor disponibilidad de mecanismos de ahorro en ALC, la prevalencia de las remesas, y la disponibilidad de pensiones para todos, como sucede en Perú, Chile y México, entre otros países de la región.

²⁶ Vida-crédito plus se refiere a seguros de vida que cubren la totalidad del crédito desembolsado. Por tanto, los pagos por reclamaciones incluyen dos beneficiarios. EL acreedor que recibe el saldo del crédito e intereses causados y la familia del fallecido que recibe la diferencia entre el saldo del crédito y la suma originalmente asegurada.

²⁷ REDCAMIF está iniciando un plan de pensiones con apoyo del BID/FOMIN.

TABLA 10: SUB-CATEGORIAS DE MICROSEGUROS DE VIDA RELACIONADOS CON CRÉDITO²⁸

COBERTURA	LIGADA A CRÉDITO		NO LIGADA A CRÉDITO	
	NÚMERO DE PRODUCTOS	NÚMERO DE ASEGURADOS (MILLONES)	NÚMERO DE PRODUCTOS	NÚMERO DE ASEGURADOS (MILLONES)
Vida-crédito	28	9,874	-	-
Vida-crédito plus	22	9,700	-	-
TODO VIDA-CRÉDITO		15,850	-	-
Sepelio	31	4,023	34	3,270
Vida plazo	10	5,258	23	13,718
Dotal	-	-	1	-
Pensión	-	-	1	<0,001
Inversión	-	-	1	0,042
Beneficios adicionales para familia	14	6,069	15	5,406
TODO VIDA		17,500		15,042

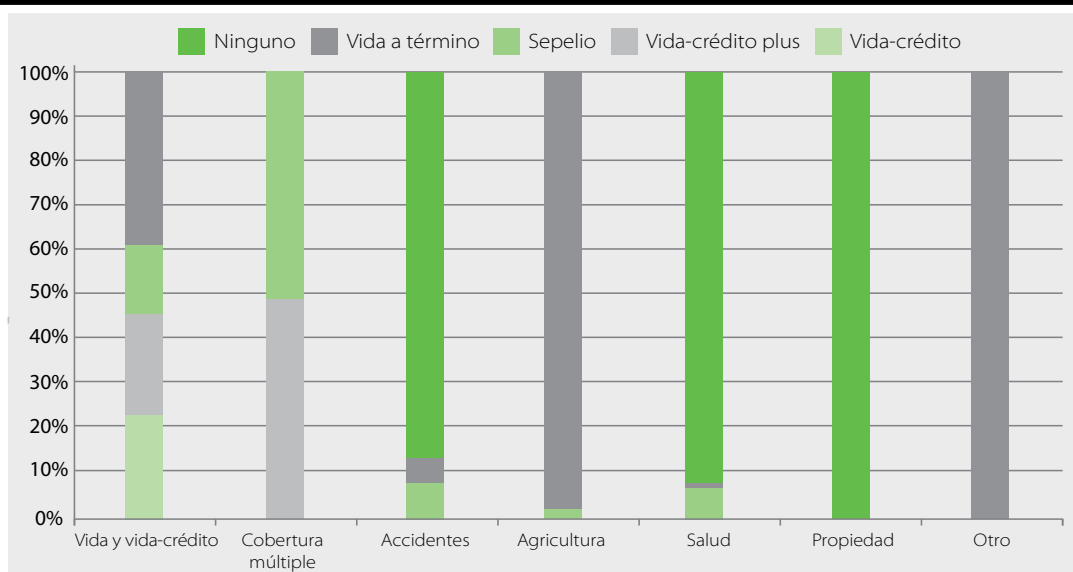
Es importante destacar que las cifras de la Tabla 10 no totalizan las cifras de cobertura total que se anotaron antes debido al gran número de productos que cuentan con coberturas secundarias. Las vidas cubiertas aparecen bajo cada cobertura específica que se ofrece a través de un producto. Sin embargo, se cuentan solo una vez para las cifras totales. Si se sumaran las coberturas conjuntas, se estarían duplicando algunas cifras, generando una cifra mucho mayor que las cifras totales de vidas cubiertas.

De la cobertura total de microseguros de vida, 8,2 millones de vidas están cubiertas por coberturas secundarias (enlazadas o empaquetadas). La Figura 11 indica los distintos tipos de cobertura de vida ofrecidos a través de otros productos que no son de vida. Las barras representan la proporción de asegurados por cobertura de vida para cada tipo de riesgo principal cubierto. Por ejemplo: 52% de los asegurados que compraron un productos de cobertura múltiple reciben el beneficio de un seguro de sepelio. El total de primas reportadas en todos los países para este tipo de productos alcanzó USD 658,2 millones.

La Tabla 10 también presenta detalles de productos de vida enlazados y no enlazados a crédito. La falta de productos de largo plazo llama la atención y puede ser una oportunidad para las aseguradoras y para los reguladores. El Recuadro 2 ofrece algunos ejemplos de productos de vida en la región.

²⁸ Nótese que las subcategorías no suman el total para "Todo vida" debido a los productos con coberturas múltiples. Las filas de "Todo vida" y "Todo desgravamen (vida-crédito)" y "Todo otro vida" representan los totales tal como se ve en el Recuadro 1, sin duplicación.

FIGURA 11: COBERTURAS DE VIDA EN COMBINACIÓN CON OTROS PRODUCTOS



RECUADRO 2: EJEMPLOS EN DETALLE DE PROGRAMAS DE MICROSEGUROS DE VIDA

BRASIL, BANCO DO NORDESTE Y MAPFRE, "CREDIAMIGO":

Cobertura: Cobertura de vida por una suma asegurada de BRL 3.000 (USD 1.500) y 840 BRL (USD 420) en asistencia para sepelio y participación mensual en una lotería que ofrece cuatro premios de BRL 1.500 (USD 378).

Prima: BRL 25 (USD 13) anualmente; los prestatarios pueden comprar hasta seis pólizas para incrementar la suma asegurada o cubrir a los miembros de la familia.

Fuente: (http://www.cenfri.org/documents/microinsurance/2010/Brazil_MI_Cenfri_Report_final_17%2005%202010.pdf)

BRASIL, CAPEMISA VIDA E PREVIDÊNCIA, "VIP PREVIDENTE":

Cobertura: Muerte por cualquier causa, ofrece asistencia de sepelio de 24 horas y está disponible para cualquier persona entre 14 y 80 años.

Prima: BRL 83 (USD 42) anualmente

Fuente: (<http://www.capemisa.com.br/capemisacap/paravoce/vipprevidente.aspx>)

MÉXICO, COMPARTAMOS, "SEGURO DE VIDA":

Cobertura: Póliza de 19 semanas ligada a un préstamo que cubre la muerte del póliza-habiente. Los beneficios incluyen condonación del préstamo si ocurre la muerte durante el ciclo del préstamo de 16 semanas y un pago de MXN 15.000 (USD 1.160). Se ofrece el producto en módulos, de tal modo que los prestatarios pueden comprar más módulos para incrementar su cobertura. Se puede comprar hasta siete módulos adicionales.

Prima: Cada módulo cuesta MXN 57 (USD 4,40) y el primer módulo es pagado por Compartamos.

Fuente: (http://www.microinsurancecentre.org/milk-project/milk-docs/doc_details/939-milk-rct-protecting-those-left-behind-an-experimental-study-of-life-microinsurance-purchase-decisions-of-compartamos-bancos-borrowers-in-mexico.html)

3.2.

PRODUCTOS CONTRA ACCIDENTES

Como se destacó anteriormente, la cobertura contra muerte accidental y discapacidad ha alcanzado un importante crecimiento en los últimos años, lo que puede ser un reflejo de los riesgos percibidos por los clientes, al ser los accidentes una importante causa de muerte en muchos países de ALC. Las aseguradoras tienen buena información sobre este tipo de riesgos y saben que las personas tienen temor a los accidentes. Estas son pólizas relativamente fáciles de vender, puesto que se tienen ejemplos cotidianos de accidentes sufridos por conocidos y familiares.

Los productos de microseguros de muerte y discapacidad accidental identificados dan cobertura a 24 millones de personas. La Figura 12 muestra la distribución de estos productos. Aunque los microseguros contra accidentes cubren un importante porcentaje como microseguros de vida, la mayoría de estas coberturas son secundarias. Específicamente, de los 24 millones de personas, el 56%, es decir, 13,4 millones, están protegidas a través de coberturas secundarias sobre productos de vida o salud, ya que los accidentes personales tienden a ser un adicional relativamente económico e inherente a una póliza de vida. En ALC, 10,6 millones de personas están cubiertas con productos de microseguros que especifican los accidentes como el mayor riesgo con cobertura.

TABLA 11: SUBCATEGORÍAS DE MICROSEGUROS DE ACCIDENTES PERSONALES²⁹

COBERTURA	COBERTURA PRIMARIA Y SECUNDARIA			COBERTURA PRIMARIA		
	ASEGURADOS (MM)	PRODUCTOS	PAÍSES	ASEGURADOS (MM)	PRODUCTOS	PAÍSES
Todas las causas	20,351	68	16	6,968	24	11
Empleo	0,134	5	4	0,084	2	2
Viaje	3,579	2	2	3,579	2	2
Todos los accidentes	23,997	78	16	10,552	28	12

²⁹ Nótese que las subcategorías no suman el total de "Todos los accidentes" debido a los productos con múltiples coberturas. La fila de "Todos los accidentes" representa el total tal como se ve en el Recuadro 1, sin duplicación.

FIGURA 12: VIDAS CUBIERTAS CONTRA ACCIDENTES (MM)



La protección para todo tipo de accidentes es la modalidad más difundida de microseguros de accidente. Alcanza a la mayoría de las personas, se ofrece con casi todos los productos y se encuentra disponible en gran número de países, tal como se muestra en la Tabla 11. La cobertura de empleo o accidentes de viaje se encuentra disponible solamente en algunos países. Esto puede deberse a la prevalencia de productos que cubren todas las causas, reduciendo así la necesidad de protección específica para empleo y viajes.

El Recuadro 3 ofrece algunos ejemplos de productos contra accidentes en la región.

RECUADRO 3: EJEMPLOS DETALLADOS DE PROGRAMAS DE MICROSEGUROS CONTRA ACCIDENTES

GUATEMALA, BANRURAL, "PASAJERO SEGURO, PASAJERO PREMIADO":

Cobertura: Muerte accidental, incluyendo doble pago si la muerte ocurre en un bus de transporte público, costos diarios de hospitalización hasta por 20 días luego del segundo día de hospitalización, compensación por pérdida de un miembro, gastos de sepelio para muerte por cualquier causa y participación en una rifa mensual de GTQ 5.000 (más de USD 600).

Prima: GTQ 12 (USD 1,5) mensualmente; GTQ 132 (USD 16,6) anualmente

Fuente: (<http://www.banrural.com.gt/cobisbv/home.asp>)

BRASIL, BRADESCO, "PRIMEIRA PROTEÇÃO":

Cobertura: Cobertura contra accidentes personales con una suma asegurada de hasta BRL 80.000 (más de USD 40.330) e ingreso en una lotería mensual con un pago de BRL 20.000 (más de USD 10.000).

Prima: BRL 42 (USD 21) anualmente

Fuente: (<http://www.bradescoprevidencia.com.br/PF/Produto-Seguro/Primeira-Protecao/Detalhes-Do-Plano/Caracteristicas>)

PERÚ, LA POSITIVA, "DIVINO SEGURO":

Cobertura: Cobertura por muerte accidental del propietario de la póliza o su cónyuge y ayuda de sepelio.

Prima: PEN 12 (USD 5) anualmente

Fuente: (<http://www.lapositiva.com.pe/generales/jerarquia/206/caja-luren/jer.206>)

3.3.

PRODUCTOS DE SALUD

La Figura 13 muestra la distribución de la cobertura de salud, la cual, aunque ha experimentado gran crecimiento en los últimos años, sigue siendo limitada. De manera similar al seguro de accidentes, a menudo se ofrece salud como cobertura secundaria. De los 10,3 millones de personas cubiertas por salud, 9,8 millones lo están a través de coberturas secundarias y 2,4 millones de personas reciben esta cobertura incorporada con el crédito. En los casos de cobertura de salud ligada a crédito, 1,5 millones de personas, es decir, el 63% del grupo ligado a crédito, tuvo que comprar la póliza de microseguro como parte del préstamo. Adicionalmente, la mayoría de la cobertura de salud que proviene de coberturas secundarias, se concentra también en tres países. México, Brasil y Ecuador cuentan con una importante cantidad de microseguros de salud que representan más del 90% de todos los asegurados, es decir, 9,3 millones de personas. La Tabla 12 muestra la cobertura de microseguros de salud por tipo de cobertura de salud disponible.

FIGURA 13: VIDAS CUBIERTAS POR SALUD



TABLA 12: SUBCATEGORÍAS DE MICROSEGUROS DE SALUD³⁰

COBERTURA	ASEGURADOS (MILLONES)	PRODUCTOS	PAÍSES
Pacientes ambulatorios	4,459	7	6
Pacientes internados	0,237	9	7
Integral	0,061	5	3
Renta hospitalaria	5,468	13	7
Enfermedad crítica	0,055	1	1
Todo salud	10,268	35	14

Solo 395.000 personas han comprado productos de microseguros cuya principal cobertura es salud. Esto es comprensible, ya que la mayoría de países de ALC cuentan con sistemas de cobertura universal para atención primaria de salud. En estos casos, el papel del microseguro se limita a llenar los vacíos de los programas públicos. Dichas coberturas suplementarias se manejan mejor como un componente de otro producto. Esta puede ser, en parte, la razón la razón de proporcionar el microseguro de salud como cobertura secundaria.

Además de la prevalencia de importantes programas sociales del gobierno y de cobertura universal, muchos países también tienen regulaciones que rigen el diseño y servicio de las pólizas de los seguros de salud. En particular, Brasil tiene regulaciones estrictas para los productos de salud, lo que hace que estos sean demasiado costosos para ser ofrecidos como un microseguro. Esta puede ser una de las razones para hacer de la cobertura de salud una cobertura secundaria y no un producto primario. El ofrecer cobertura de salud como una cobertura secundaria en un producto de vida o accidente es también una manera de hacer que productos simples sean más competitivos en países con mercados de microseguros desarrollados.

El seguro de renta hospitalaria es la cobertura de salud más comúnmente ofrecida y alcanza 5,5 millones de personas. Entre los productos de microseguros con salud como el principal riesgo cubierto, la renta hospitalaria es también la cobertura más común, la que alcanza a 184.000 personas, apenas por delante del seguro de hospitalización, que cubre, aproximadamente, a 150.000 personas. Como cobertura secundaria, la renta hospitalaria se ofrece con productos de vida y accidentes, por tanto, a veces está disponible solo en caso de un accidente. La renta hospitalaria también puede ser una respuesta a los programas gubernamentales de salud, y ofrecer un producto de dinero en efectivo puede ayudar a las personas a llenar los vacíos de los programas gubernamentales. Adicionalmente, dichos productos son más fáciles de administrar y probablemente son más interesantes para las aseguradoras que los métodos de indemnización.

La segunda cobertura de salud en importancia en la región es la atención de pacientes ambu-

³⁰ Nótese que las subcategorías no suman el total de "Todo salud" debido a los productos con múltiples coberturas. La fila de "Todo salud" representa el total tal como se ve en el Recuadro 1, sin duplicación.

latorios, la que alcanza a 4,5 millones de personas, muy cercana al seguro de renta hospitalaria. Sin embargo, más del 90% de estas personas están cubiertas por dos esquemas en Ecuador y México. Solo 12.000 personas, menos del 1% del total, están cubiertas por productos de microseguros, para las cuales la atención de salud como paciente ambulatorio es el principal riesgo cubierto. Esto era de esperarse, ya que el costo de administrar cobertura para pacientes externos puede resultar excesivo debido a la tendencia a usar con frecuencia este tipo de cobertura. Adicionalmente, las personas a menudo consiguen, de manera relativamente fácil, los fondos para la atención como paciente externo, a través de préstamos informales de la familia y amigos o a través de ahorros. Comparada con otras regiones, en ALC este tipo de cobertura es muy baja. Las aseguradoras la añaden para agregar valor a sus productos de microseguros, aunque son conscientes del uso limitado que hacen los clientes de estas coberturas.

La cobertura de hospitalización es aún menos frecuente que la de renta hospitalaria y atención de pacientes ambulatorios, y llega a 237.000 personas. A pesar del número reducido de asegurados bajo la cobertura de hospitalización, este seguro se encuentra disponible de manera casi paralela al seguro de renta hospitalaria. La cobertura de salud integral, que incluye tanto hospitalización como atención primaria y cobertura de enfermedades críticas, apenas cubre a 60.671 y 55.058 personas, respectivamente. Solo se reportaron cinco productos de microseguros que proveían cobertura integral y que incluían un producto en Bolivia, dos en Ecuador y dos en Perú. El Recuadro 4 contiene información básica sobre un muestreo de programas de microseguros de salud en ALC.

RECUADRO 4: EJEMPLOS DETALLADOS DE PROGRAMAS DE MICROSEGUROS DE SALUD

EL SALVADOR, SEGUROS FUTURO, “SEGURO QUIRURGICO”:

Cobertura: Cobertura completa para cirugía (lista de 200 intervenciones) más USD 130 para análisis y consultas; mecanismo de reembolso

Prima: USD 58 anualmente para el Plan A - Individual

Fuente: (http://www.segurosfuturo.com/servicios_seguros_quirur.asp)

PERÚ, LA POSITIVA, “FAMILIA SANA”:

Cobertura: Consultas de pacientes ambulatorios y análisis en una red de clínicas, medicamentos genéricos a través de una red de farmacias.

AP y discapacidad: PEN 10.000 (USD 3.950)

Prima: PEN 12 (USD 5) al mes o PEN 100 (USD 40) al año

Fuente: (<http://www.lapositiva.com.pe/generales/jerarquia/71/familia-sana-plus/jer.71>)

BOLIVIA, BISA, ECOSALUD

Cobertura: 138 intervenciones (pacientes externos e internos) disponibles en los centros médicos de Prosalud, hasta BOB 34.850 (USD 5.060) al año, en las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz. Ecosalud está disponible para los clientes de la IMF Ecofuturo.

Prima: BOB 40 (USD 6) al mes o BOB 480 al año (USD 70)

Fuente: (http://www.bisaseguros.com/seguro1_2.asp?ID=37)

3.4.

PRODUCTOS DE PROPIEDAD

En ALC la cobertura con microseguros de propiedad es la menos significativa, totalizando 2,9 millones de asegurados. Cerca del 70% proviene de dos productos en Brasil que ofrecen seguro a los hogares como cobertura secundaria. La Tabla 13 muestra que la cobertura a los hogares abarca el mayor número de clientes y es la cobertura de propiedad más difundida. Los productos para hogar están disponibles en nueve países.

TABLA 13: SUBCATEGORÍAS DE MICROSEGUROS DE PROPIEDAD³¹

COBERTURA	ASEGURADOS (MILLONES)	PRODUCTOS	PAÍSES
Cultivo	<0,001	3	2
Hogar	2,875	16	9
Otra vivienda	0,001	3	3
Ganado	-	-	-
PYME - Inventario	0,537	7	5
PYME - Otro	0,462	5	4
Todo propiedad	2,944	27	11

Tal como vemos en otras regiones, las coberturas de propiedad tienden a desarrollarse y expandirse más lentamente que otros productos, en parte debido a las dificultades de control implícitas para asegurar artículos de costo relativamente bajo.

Seguros catastróficos o por índice solo se reportaron en cuatro países —Bolivia, República Dominicana, Ecuador y Haití—, con una cobertura de algo menos de 500.000, tal y como se muestra en la Tabla 14. En la mayoría de los casos, los seguros eran multirisgo.

TABLA 14: SUBCATEGORÍAS DE PRODUCTOS CON BASE EN ÍNDICES (COBERTURAS AGRÍCOLAS Y NO AGRÍCOLAS)

COBERTURA	ASEGURADOS (MILLONES)	PRODUCTOS	PAÍSES
Lluvia	0,454	3	3
Catástrofe, capital	0,474	4	4
Viento	0,454	3	3
Huracán	0,059	2	2
Riesgo de precio	-	-	-
Total por índice	0,474	4	4

³¹ Nótese que las subcategorías no suman el total para "Todo propiedad" debido a los productos con coberturas múltiples. La fila de "Todo propiedad" representa el total tal como aparece en el Recuadro 1, sin duplicación.

Una razón que explica el reducido número de productos de microseguros agrícolas y por índice, así como su limitada cobertura, es la definición de microseguros utilizada para este estudio. De los resultados del estudio (ver Apéndice 1) se excluyeron todos los productos de seguros sustancialmente subsidiados. En muchos países se ofrecen seguros agrícolas y por índices a la población de bajos ingresos, pero bajo esquemas subsidiados o financiados totalmente por el gobierno, como los programas que otorgan cobertura al Fenómeno del Niño y el *Caribbean Catastrophic Risk Insurance Facility* (CCRIF)³². Un estudio del Banco Mundial³³ encontró que, en ALC, el 42% (USD 326 millones) de todas las primas de seguros agrícolas (tradicionales y de microseguros) de 2009 estaban financiadas por gobiernos, ya sea a través de subsidios para los pagos de las primas o a través de compra directa de cobertura contra catástrofes. Gran parte de estos subsidios se entregó a pequeños agricultores que probablemente estarían incluidos en el mercado objetivo de los microseguros. Argentina, Brasil, Chile, Guatemala y Perú otorgan subsidios sustanciales a los seguros agrícolas que apuntan, principalmente, a los pequeños agricultores. En 2009, el Ministerio de Agricultura de México invirtió USD 96,9 millones en seguros agrícolas contra catástrofes, orientados a agricultores pequeños y marginales. Los subsidios agrícolas son comunes, pero debido a que los programas subsidiados por los gobiernos no se tomaron en cuenta en este estudio, las cifras de microseguros agrícolas reportadas en otros estudios sean probablemente diferentes.

Actualmente se están desarrollando nuevos productos que comenzarán a llenar este vacío. Algunas aseguradoras informaron que para 2012-2013 planean lanzar productos de cobertura a la propiedad. Adicionalmente, el Programa de Adaptación al Riesgo Climático y Seguros en el Caribe³⁴ está trabajando para ofrecer dos tipos de pólizas de seguros con base en índices. El primero ofrece cobertura a instituciones financieras que otorgan préstamos a personas o a pequeñas y medianas empresas expuestas a riesgos climáticos, y el segundo ofrece cobertura a personas de bajos ingresos. El Programa ya ha culminado los estudios de demanda en Belice, Granada, Jamaica y Santa Lucía y planea implementar los dos productos en el corto plazo.

Aunque las primas totales de seguros agrícolas, incluyendo microseguros, alcanzaron en 2009 una suma cercana a USD 780 millones³⁵, la penetración promedio de los mismos en la región fue de menos del 0,4% (prima de seguros agrícolas / PBI agrícola)³⁶, a pesar de que una porción significativa de la población de ALC depende de la producción agrícola. La mayoría vive en "áreas rurales donde dos tercios de la población rural vive en la pobreza"³⁷. La expansión de seguros agrícolas apropiados para ayudar a proteger a los agricultores de bajos ingresos en ALC de los riesgos financieros inherentes a la producción agrícola, no es solamente importante, sino que es crucial para la seguridad alimentaria de la región. El Recuadro 5 presenta ejemplos de dos productos relacionados con la propiedad ofrecidos en la región.

32 Iturrioz, Ramiro y Diego Arias. "Agricultural Insurance in Latin America: Developing the Market." ("Seguros Agrícolas en América Latina: Desarrollo del Mercado"). Banco Mundial, 2010.

33 Ibid.

34 El Programa de Adaptación al Clima y Seguros en el Caribe es liderado por la reaseguradora Munich Re a través de su Iniciativa de Seguros Climáticos, junto con el corredor de microseguros MicroEnsure y CCRIF, un fondo sobre riesgos para los gobiernos caribeños.

35 Iturrioz, Ramiro y Diego Arias. "Agricultural Insurance in Latin America: Developing the Market." ("Seguros Agrícolas en América Latina: Desarrollo del Mercado"). Banco Mundial, 2010.

36 Ibid. p. 57.

37 <http://www.iadb.org/en/topics/agriculture/latin-american-agriculture-statistics,2342.html>

RECUADRO 5: EJEMPLOS DETALLADOS DE PROGRAMAS DE MICROSEGUROS DE PROPIEDAD, CON BASE EN ÍNDICES Y AGRICULTURA

HAITÍ, AIC Y FONKOZE, "KORE W MICROINSURANCE":

Cobertura: En caso de una pérdida catastrófica ocasionada por lluvia, velocidad eólica o actividad sísmica, el producto cubre el saldo del préstamo principal y un pago de dinero en efectivo de USD 125.

Prima: 3% del valor del préstamo

Fuente: (<http://fonkoze.org/ourprograms/kore-w-microinsurance.html>)

BOLIVIA, LATINA SEGUROS PATRIMONIALES S.A., "VIDA AGRÍCOLA":

Cobertura: Pólizas de seis meses que cubren a los agricultores de papas y maíz hasta por BOB 6.000 (USD 850). También se ofrece asistencia técnica como un beneficio de este producto. El titular de la póliza y beneficiarios también reciben una cobertura de vida de hasta BOB 7.000 (USD 1.000) y cobertura de propiedad de hasta BOB 21.000 (USD 3.000).

Prima: BOB 620 (USD 88) por hectárea de papas y BOB 310 (USD 44) por hectárea de maíz. La cobertura también puede comprarse para media hectárea por la mitad de la prima.

Fuente: (<http://www.latina-seguros.com.bo/agricola.php>)

4

PROVEEDORES

Los productos de microseguros, su calidad y el valor que pueden ofrecer a los clientes dependen de los asuntos, metas y conocimiento del proveedor, así como de la demanda del mercado. Para este estudio se recolectó información de casi cien organizaciones. La gran mayoría, alrededor del 90% de estas organizaciones, son aseguradoras comerciales privadas reguladas formalmente. También se recibieron encuestas de cooperativas (7), mutuales (2), ONG (1), organizaciones informales comunitarias (1) y compañías gubernamentales de seguros (2). Una característica que hace que el panorama de microseguros de América Latina y el Caribe sea único, comparado con los de África o Asia, es la alta concentración de aseguradoras comerciales reguladas.

A pesar de ser aseguradoras comerciales, la mayoría de las organizaciones que reportaron son relativamente pequeñas. La mitad de las organizaciones que proporcionaron datos informaron que tenían un total de primas suscritas anuales (incluyendo microseguros) de menos de USD 45 millones por institución, y el 75% reconoció un total anual de primas suscritas de menos de USD 190 millones por institución. Las cinco organizaciones más grandes revelaron un total de primas suscritas mayores a USD un mil millones por institución, y la organización más grande de todas reconoció un total de primas suscritas por algo más de USD 20 mil millones.

Tal como lo indica la Tabla 15, de las 73 organizaciones que entregaron información, el 8% ofrece solo microseguros, alrededor del 10% recibe más del 75% de sus primas de microseguros, y alrededor del 16% obtiene de ellos más de 50% de sus primas. Sin embargo, el 50% de las organizaciones recibía menos del 2% de sus primas totales de los microseguros y el 75% recibía menos del 23% de primas provenientes de los microseguros.

TABLA 15: PORCENTAJE DE PRIMAS DE MICROSEGUROS

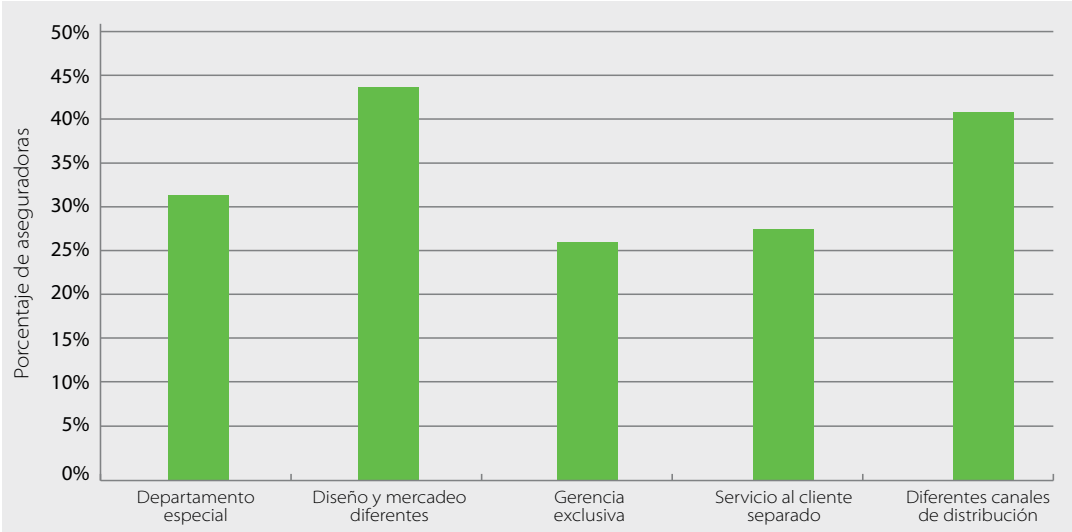
PORCENTAJE DE PRIMAS TOTALES DE MS	PORCENTAJE DE ORGANIZACIONES INFORMANTES
100%	8,2%
75%-100%	2,7%
50%-75%	5,5%
25%-50%	8,2%
10%-25%	8,2%
5%-10%	5,5%
1%-5%	16,4%
<1%	45,2%

Muchas aseguradoras toman los microseguros seriamente e informan que su compañía trata de satisfacer las necesidades de los clientes con productos hechos a la medida. De las aseguradoras que respondieron³⁸, el 66% indicó que adaptan sus operaciones para que cumplan con los requisitos de los microseguros. Los microseguros exitosos requieren que se modifique en cierta medida el diseño de los productos, la estructura operativa para ofrecerlos, el mercadeo y otros aspectos. Estas adaptaciones son necesarias para adecuarse a las necesidades de los clientes. El grado de adaptación puede reflejar cuán seriamente considera una aseguradora que las microfinanzas forman parte de su estrategia de largo plazo. Aquellas que se encuentran efectuando los cambios necesarios para tener una mejor visión de largo plazo de los microseguros, probablemente serán los líderes más significativos del mercado.

Las aseguradoras que han hecho alguna adaptación indicaron que han cambiado el diseño y comercialización de sus productos de microseguros, tal como se muestra en la Figura 14. El segundo tipo más común de modificación es el uso de distintos canales de distribución para estos productos. Otras adaptaciones de las aseguradoras incluyen el establecimiento de operaciones específicas de microseguros, como la designación de una persona encargada, la creación de un departamento especializado e, incluso, el establecimiento de una agencia que sea responsable de los microseguros.

Aunque la Figura 14 muestra que la gran mayoría de las aseguradoras encuestadas está haciendo algunas adaptaciones, lo relevante es que más de la mitad reconoció no haber hecho ninguna adecuación para satisfacer las necesidades de microseguros. Esto debería ser causa de preocupación, puesto que se sabe que los microseguros no tendrán éxito en el largo plazo sin cierta adaptación, particularmente en el desarrollo y distribución de productos, y en los términos de la gestión de servicios y siniestros. Si no se entiende el paradigma de los microseguros y no se introducen modificaciones para responder a las lecciones ya aprendidas sobre microseguros exitosos, muchos de los actuales programas de microseguros muy posiblemente no tendrán éxito. En esta etapa del desarrollo de este mercado, un fracaso puede tener un impacto negativo sistémico en términos de crecimiento y expansión.

FIGURA 14: MANERAS EN QUE LAS ASEGURADORAS ENFOCAN LOS MICROSEGUROS

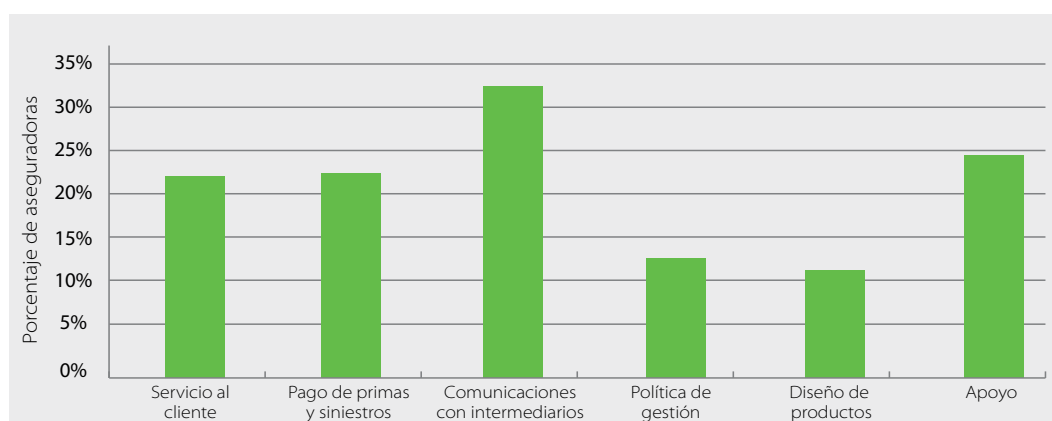


Además de algunos esfuerzos para adaptarse tecnológicamente, más de dos tercios de los proveedores indicó también que monitorean el desempeño de sus productos de MS. Más de la mitad respondió que monitorean el desempeño a través del uso de indicadores financieros y una cuarta parte que usan encuestas de satisfacción. Menos del 10% de quienes respondieron las encuestas indicaron usar indicadores sociales, estudios de impacto u otras medidas como ventas, mercadeo y monitoreo desiniestrosparacualquiera de los tipos de microseguros.

La tecnología puede proporcionar a las aseguradoras una herramienta importante para lograr que los microseguros sean más eficientes, más accesibles y que representen mayor valor para los clientes³⁹. Sin embargo, aunque casi dos tercios de las aseguradoras reporta utilizar herramientas de tecnología de la información para facilitar el negocio general de seguros, menos de una cuarta parte de las aseguradoras indicó que tenía herramientas de tecnología de la información (TI) específica para los productos de microseguros.

Aún cuando se ha visto que el uso de herramientas de TI para los microseguros es mínimo, se pudo observar que los proveedores de seguros aplican algunas de estas herramientas a otros procesos clave. La Figura 15 ilustra el porcentaje de aseguradoras que usan herramientas de TI para ciertas tareas.

FIGURA 15: USOS DE TI EN MICROSEGUROS



Como se anotó anteriormente, las herramientas de TI son importantes para lograr un negocio eficiente. En algunas regiones se han promovido soluciones tecnológicas muy amigables para el manejo de la venta e interface con los clientes, como en Kenia y las Filipinas. En ALC, por el contrario, este aspecto es bastante limitado. Solamente el 25% de los que reportaron usar herramientas de TI manifestó contar con aplicaciones encaminadas a apoyar los procesos administrativos de los microseguros. Sin un apoyo administrativo sólido es difícil aprovechar las oportunidades que brinda la tecnología para mejorar la atención al público. Este bajo nivel general de TI para MS representa una brecha importante en el progreso de los microseguros.

³⁹ Gerelle y Berende, 2008. Este documento ofrece un inventario comentado de los programas de TI disponibles para Microseguros. En algunos países de la región, como México y Colombia por ejemplo, ha habido un fuerte desarrollo y soporte de TI.

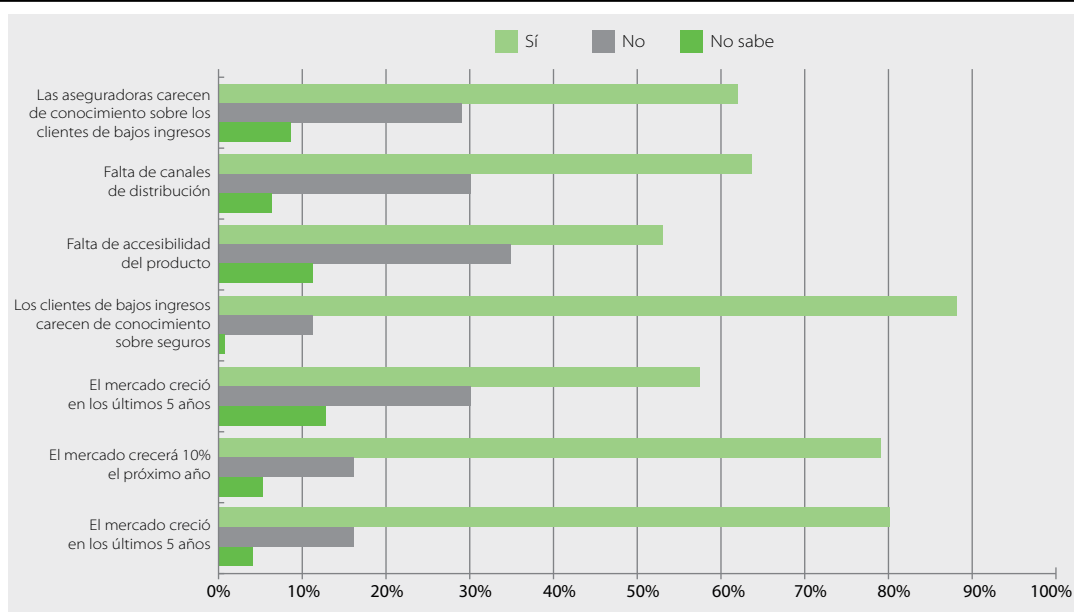
4.1.

PERCEPCIONES DE LOS PROVEEDORES

Aunque cada asegurador en ALC enfoca los microseguros de manera diferente, en gran medida comparten la misma percepción sobre el sector. La juventud de la industria de los microseguros genera gran entusiasmo por el alto potencial de crecimiento, pero también produce gran incertidumbre sobre cómo los interesados deben manejar los microseguros.

La Figura 16 muestra que las organizaciones que operan con microseguros en la región confían en que el negocio seguirá creciendo. La mayoría (80%) afirmó que el mercado creció considerablemente en los últimos cinco años y el 79% de las organizaciones también aseveró que el mercado crecería un 10% en el año siguiente. Sin embargo, cuando se les preguntó si el crecimiento del mercado alcanzaría el 100% en los cinco años siguientes, mostraron menor confianza y casi un tercio respondió que no esperaba tal crecimiento. Esto puede reflejar que hay preocupaciones en torno al negocio, así como sobre asuntos regulatorios no resueltos (como se verá a continuación en Regulaciones).

FIGURA 16: PERCEPCIONES DE LAS ASEGURADORAS SOBRE LOS MERCADOS DE MICROSEGUROS



Las respuestas a otras preguntas de la encuesta arrojan alguna luz en relación con la incertidumbre sobre el crecimiento en el largo plazo. Casi dos tercios de las organizaciones (63%) afirmaron que carecían de suficiente conocimiento sobre el mercado de bajos ingresos. Este conocimiento es esencial para el éxito. Incluso un porcentaje mayor de aseguradoras, el 85%, considera que el mercado de bajos ingresos no entiende los seguros. Esta combinación de un mercado que no comprende los productos y aseguradoras que no comprenden el mercado representa una gran brecha que debe cerrarse si se espera expandir la presencia de buenos productos de microseguros en toda la región.

La mayoría de los encuestados indicó, también, que percibía una falta de accesibilidad del producto en el mercado, lo cual refleja claramente la necesidad de comprender mejor los mercados. Para tratar de resolver problemas de accesibilidad, de mejora del conocimiento y del factor confianza, las aseguradoras se dirigen a los canales de distribución para acceder al mercado de bajos ingresos. La distribución eficaz es un elemento esencial de los microseguros exitosos. Aun así, casi dos tercios de las aseguradoras encuestadas señaló que faltaban canales de distribución. Esta brecha de mercado tendrá un impacto poderoso en la expansión del microseguro de dos maneras. El primero es que simplemente no habrá canales para lograr que incluso los mejores productos de microseguros lleguen al mercado. Segundo, los pocos canales de distribución relativamente activos con gran número de personas dentro de su público, aprovecharán su condición para obtener mayores beneficios. En los microseguros son evidentes las altas comisiones y cada vez más, como es el caso de México y Colombia por ejemplo, los canales de distribución exigen importantes pagos iniciales de "exclusividad". La combinación de altas comisiones con pagos por exclusividad empuja el costo de las primas; el efecto directo es que las aseguradoras introducen elementos para reducir la siniestralidad de aquellos productos que, a pesar de las primas más elevadas, son aún accesibles para el mercado objetivo y haciendo que el producto se vuelva inaccesible para otras personas. Como hacen notar las aseguradoras, esto es un obstáculo que impide una llegada masiva al público.

A través de entrevistas y comentarios de los proveedores, es claro que la mayor preocupación es cómo llegar a clientes de bajos ingresos con productos convenientes para sus necesidades, a la vez que se mantiene el proceso simple, de bajo costo y se opera dentro del marco regulatorio del país. Los investigadores observaron en todos los países preocupación respecto de la distribución, simplicidad, facilidad de administración y accesibilidad del producto para las poblaciones de bajos ingresos. En muchos casos, esas preocupaciones están ligadas a los efectos de las políticas y reglamentos, incluso en los tres países que cuentan con regulación específica para microseguros (Perú, México y Brasil).

5

REASEGURADORAS

Aunque solo un tercio de aseguradoras reportaron reasegurar las actividades de microseguros, las organizaciones encuestadas opinan, en general, que no hace falta contar con reaseguradoras para este mercado. A medida que productos más complejos como salud y propiedad, particularmente catástrofes, agricultura y seguros basados en índices, sean ofrecidos por más organizaciones, la actuación de las reaseguradoras probablemente se incrementará.

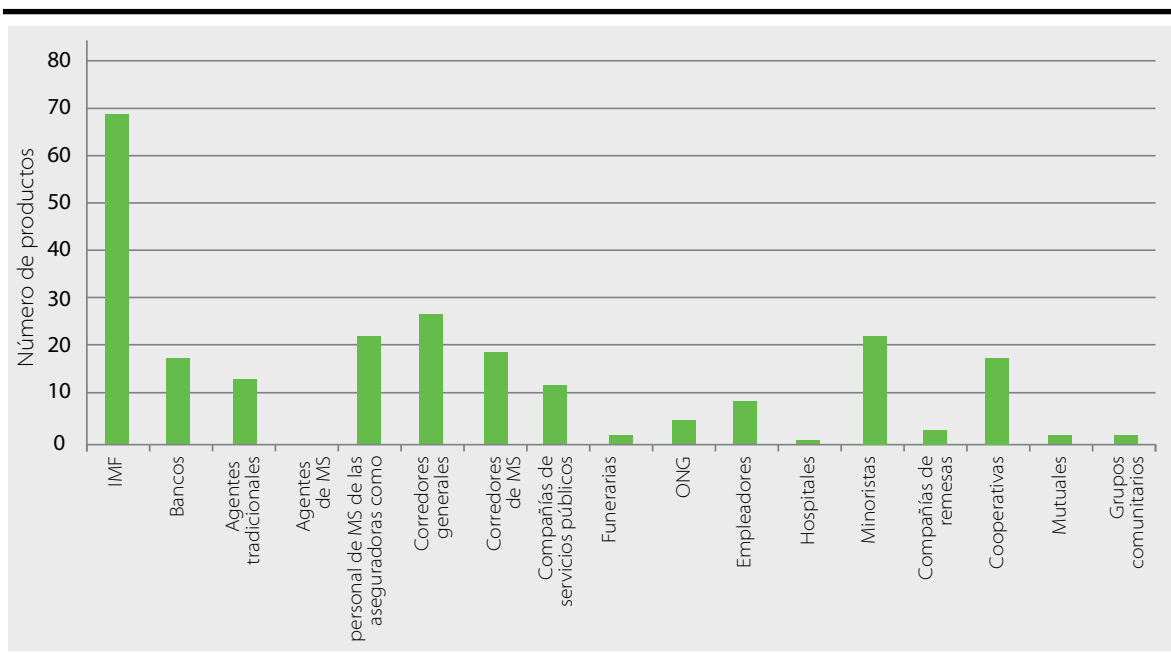
La mayoría de los productos ofrecidos en la actualidad, genera limitadas obligaciones a los aseguradores debido a las sumas relativamente bajas que se aseguran y a las bajas tasas de siniestralidad. Sin embargo, a medida que esto cambie, las reaseguradoras adquirirán un papel más importante. En efecto, algunas reaseguradoras multinacionales se han involucrado activamente en el desarrollo y manejo de algunos productos de microseguros en la región. Las aseguradoras regionales también asumirán, probablemente, un papel especial, ya que tienden a trabajar de cerca con muchas de las compañías que están, en la actualidad, involucradas en microseguros. El papel de las reaseguradoras no ha estado simplemente en el área de absorción de riesgos, sino también en guiar y mejorar el desarrollo de productos y servicios ofrecidos por las aseguradoras. Con una mayor comprensión de este mercado, las reaseguradoras tienen mucho que aportar a la expansión masiva de los microseguros en ALC.

6

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Los microseguros han contado con las IMF como su principal canal de distribución para la mayoría de sus productos. Aunque aún mantienen este papel preponderante, las aseguradoras están expandiendo sus redes de distribución. De los 19 distintos canales de distribución listados en la encuesta, el estudio encontró que todos, excepto uno, los agentes específicos de microseguros, distribuyen al menos un producto (Figura 17). En otras regiones, la evolución de los microseguros ha permitido el desarrollo paralelo de agencias específicas de microseguros, a menudo como un mecanismo legal más fácil que una intermediación de corretaje. En ALC es más común, aunque todavía está muy limitado, el desarrollo de corretajes, como está ocurriendo en México. También hay algunos corredores que operan regionalmente con todo el mercado de seguros y que incluyen una importante práctica de microseguros.

FIGURA 17: TIPOS DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN POR NÚMERO DE PRODUCTOS

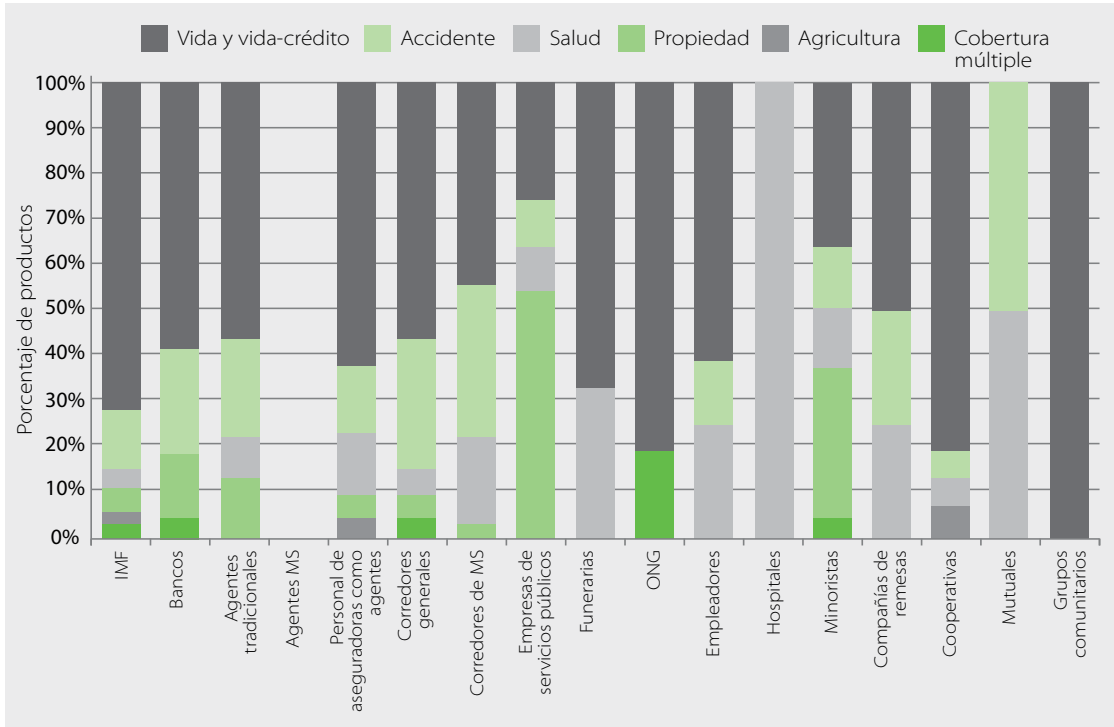


La amplia gama de canales de distribución es un reflejo positivo de la madurez del mercado de MS. Algunos de estos canales —IMF, instituciones financieras, cooperativas, personal de MS de aseguradoras, corredores, corredores específicos de MS y minoristas— están manejando, en conjunto, un 10% o más de los distintos productos que se ofrecen en la región.

Esta variedad de canales exige estrategias gerenciales y operativas variadas para ofrecer y controlar eficazmente los productos y la fuerza de venta. Los canales pasivos y activos requieren diferentes enfoques y pueden ofrecer distintos niveles de valor para el mercado de bajos ingresos. Asegurar la eficiencia y el valor será cada vez más importante en el futuro, a medida que esta gama de canales se expanda.

En ALC, los microseguros de vida, accidentes y salud se distribuyen a través de un mayor número de canales, tal como se muestra en la Figura 18. Por otra parte, los productos de propiedad, los productos de cobertura múltiple y los productos de agricultura se distribuyen a través de una menor gama de canales de distribución. La gran proporción de productos de propiedad distribuidos a través de compañías de servicios públicos y minoristas indica que algunos productos de propiedad están más orientados al mercado masivo que al mercado de microseguros. Los productos para la agricultura están relativamente limitados en términos de distribución. Sin embargo, dado que los productos agrícolas todavía están en una etapa bastante temprana de desarrollo, su distribución a través de IMF, instituciones financieras y agentes de las aseguradoras no es sorprendente. Los productos más nuevos y complejos tienden a requerir que el canal de distribución tenga un mayor conocimiento de los seguros y una mayor capacidad de manejar los procesos financieros, así como de proveer mejor información a los clientes.

FIGURA 18: TIPOS DE PRODUCTOS OFRECIDOS POR CANAL DE DISTRIBUCIÓN



El éxito de los esfuerzos para mejorar la distribución de los microseguros estará determinado principalmente por los canales de distribución. Los canales de distribución tienen la clave para la expansión masiva de microseguros con valor, incluso más que las aseguradoras mismas. Por ejemplo, las cooperativas tienen un alcance muy importante. En efecto, en algunos países este sector cuenta con alta membresía, más de 10 millones de personas en Brasil, 9,4 millones en Argentina, 1 millón en la República Dominicana, solo por mencionar algunos ejemplos⁴⁰. Los minoristas y las compañías de servicios públicos también tienen un gran potencial de acceder a importantes cantidades de personas: en Colombia, la compañía eléctrica principal, CODENSA, ha distribuido más de 500.000 pólizas activas, llegando casi a una cuarta

40 International Cooperative Alliance. <http://www.aciamericas.coop/Facts-figures-4472>

parte de sus 2,2 millones de clientes⁴¹. Los que están interesados en mejorar la cobertura de los microseguros en ALC tendrán que desarrollar un enfoque sobre la distribución.

Las aseguradoras tienen el desafío de encontrar canales de distribución accesibles con una gran base de clientes y la capacidad de mercadear, vender y dar servicio a los microseguros; este desafío se incrementa en algunos países en los que la regulación limita los canales que pueden utilizar las aseguradoras. La siguiente sección sobre regulación trata sobre estos asuntos. La Tabla 16 muestra los canales de distribución clave para varios países según las aseguradoras encuestadas y de la investigación proveniente de consultores. Los resultados del estudio no permitieron analizar los canales por ramo de seguro (vidas o propiedad) cubierto. Sin embargo, es claro que una gama más amplia de sistemas de distribución con suficiente escala es útil para lograr una expansión significativa y altos niveles de cobertura. Una mayor cantidad de canales de distribución facilita una variedad más extensa de productos y permite más innovación, ya que se necesitan diferentes productos, diseñados de distintas maneras, para responder a las oportunidades de distribución y a las necesidades de los clientes.

TABLA 16: PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN PAÍSES SELECCIONADOS

PAÍSES	PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN
BOLIVIA	Cooperativas, IMF, corredores
BRASIL	Minoristas, directo, agentes, corredores
COLOMBIA	Compañías de servicios públicos, IMF, instituciones financieras, minoristas, mayoristas, teléfonos móviles
ECUADOR	IMF, instituciones financieras, corredores
GUATEMALA	Instituciones financieras
MÉXICO	Minoristas, enlazados, directos, cooperativas, IMF y casas de empeño

⁴¹ Koven, Richard, y Xavier Martin. MILK Brief #21 Colombian Life Microinsurance: An emerging success story (Presentación #21 de MILK – “Microseguros de vida en Colombia: Una historia de éxito emergente”), Appleton: The MicroInsurance Centre, LLC. Abril 2013



REGULACIÓN

Para tener éxito, los microseguros requieren una combinación adecuada de:

- ▶ aseguradoras con buenos productos y procesos;
- ▶ intermediarios y canales de distribución para hacer llegar los productos al mercado;
- ▶ demanda del mercado;
- ▶ apoyo útil a nivel intermedio (actuarios, asociaciones y otros); y
- ▶ una política y estructura regulatoria que facilite la atención a las necesidades especiales de los microseguros.

Lograr este equilibrio —proteger a los consumidores, mejorar el acceso a los servicios de seguros y regular el sector de manera eficaz— puede ser un gran desafío. Sin regulaciones, las aseguradoras pueden experimentar con nuevos productos y procesos. Una vez que el gobierno comienza a considerar la regulación para los microseguros, las aseguradoras se inhiben como resultado de la incertidumbre sobre la regulación futura. Una vez que la regulación ya existe, las dudas se aclaran, pero a menudo surgen problemas con la regulación misma, como en Perú, donde los requisitos de rapidez de atención a siniestros inhibieron a las aseguradoras su participación ante la preocupación de no poder cumplir con los plazos establecidos, o como las regulaciones de Panamá que exigían que las ventas se hicieran a través de corredores, lo que elevaba mucho las primas.

Dado esto, la Asociación Internacional de Supervisores de Seguros (IAIS) reconoce que:

Los supervisores necesitan ajustar algunos requisitos y acciones de supervisión según la naturaleza, escala y complejidad de los riesgos que plantean aseguradoras específicas (por ejemplo, el “principio de proporcionalidad”). En consecuencia, los principios básicos de seguros (ICP, por sus siglas en inglés) relevantes, las normas y guías identifican áreas que proveen a los supervisores con la necesaria flexibilidad para adaptar los requisitos y acciones de supervisión a fin de que estén confeccionados a la medida de los riesgos planteados por las aseguradoras individualmente al sector de los seguros o al sistema financiero en conjunto. Cuando se implementan y evalúan las normas en las diferentes jurisdicciones, es importante considerar el contexto nacional, el sector, la estructura y la etapa de desarrollo del sistema financiero así como las condiciones macroeconómicas generales⁴².

Tres países en ALC tienen regulaciones específicas de microseguros: Brasil, México y Perú. En

⁴² IAIS. “Application Paper on the Regulation and Supervision Supporting Inclusive Insurance Markets.” (Documento Indicativo sobre regulación y supervisión que apoyan los mercados de seguros inclusivos) Octubre de 2012.

Brasil se aprobó recientemente una regulación y su proceso de implementación ha avanzado considerablemente. No obstante, es preciso anotar que el gobierno y la superintendencia de seguros en Brasil han sido importantes promotores de los microseguros desde hace casi una década. Utilizando un proceso inclusivo, la nueva legislación resuelve aspectos relativos a licencias específicas de microseguros, parámetros de los productos, tratamiento prudencial, corredores de microseguros y corresponsales de microseguros⁴³. Brasil ha establecido un enfoque cuantitativo y cualitativo para definir los microseguros, incluyendo topes de cobertura en los “microseguros” de vida (se hace la diferencia para no confundirlos con productos masivos). También ha simplificado los requisitos para agentes de microseguros y ha racionalizado las intervenciones relacionadas con las actividades de los microseguros.

La regulación de México es algo parecida a la de Brasil, por el hecho de que se ha establecido una prima y suma máxima asegurada para que un producto califique como microseguro. Aunque este esfuerzo garantiza que los productos siguen siendo accesibles, limita la capacidad de la aseguradora para crear productos con mayor cobertura o más complejos, como los productos de salud y propiedad. Las aseguradoras mexicanas pretenden modificar esta ley para expandir la definición de microseguro, así como los límites y condiciones necesarios para ofrecerlos. Las aseguradoras sugieren que estos cambios permitirán una expansión de pólizas de vida más innovadoras y más microseguros de propiedad y salud.

En Perú existía una definición cuantitativa de microseguro que exigía que los productos se localizaran por debajo de límites establecidos de primas y coberturas. No obstante, debido al desarrollo del mercado, la regulación cambió a una definición cualitativa que califica el microseguro como un producto simple, sin exclusiones y con la exigencia de pagar los siniestros dentro de un plazo no mayor a diez días después de recibir la solicitud. Sin embargo, las aseguradoras mantienen pocos incentivos para registrar productos como “microseguros” debido a unas normas relacionadas con canales alternativos de distribución. En efecto, antes de 2009, la aprobación para el uso de canales alternativos de distribución estaba limitada a los microseguros, mientras que el cambio en la regulación ha permitido a todos los productos de seguros el uso de estos canales. Un desincentivo adicional es el tiempo que se toma el regulador para revisar las notas técnicas a fin de determinar si un producto se puede considerar como microseguro. Por ello, y ante la ausencia de un incentivo concreto para registrar productos como microseguros, las aseguradoras peruanas tienden a dejar sus productos de microseguros sin registrar, lo que no parece tener ningún impacto negativo en el desarrollo y distribución de los microseguros en el Perú.

En algunos de los países sin regulación específica para microseguros, una restricción particular es la exigencia de distribuir seguros solamente a través de canales de distribución “aprobados” y que los asegurados reciban documentación detallada de la póliza. Las regulaciones que limitan los sistemas de distribución —por ejemplo, en Panamá— no solo restringen la capacidad de las aseguradoras de llegar a grandes volúmenes de clientes de bajos ingresos, sino que además permiten que los canales de distribución aprobados cobren comisiones extremas, lo que eleva los costos para las aseguradoras, aumentando a su vez el costo para los clientes. Las regulaciones que exigen que los asegurados o tenedores de pólizas reciban documentos extensos y densos que expliquen la póliza, crean problemas de costo y distribución para el asegurador, e impiden que los productos sean más asequibles al mercado de bajos ingresos. Este es un aspecto especialmente sensible debido a que la población de bajos ingresos en ALC tiene poco

43 <http://www.susep.gov.br/menuingles/MScroinsurance>. 14 diciembre de 2012.

o ningún conocimiento sobre seguros, sobre su funcionamiento y, por tanto, un documento lleno de palabras técnicas resulta más confuso e intimidatorio que útil e informativo.

Muchos proveedores de microseguros afirman que se sienten impedidos de ofrecer el producto, debido a las restricciones regulatorias sobre los potenciales canales de distribución. Una organización, en Chile, informó que la regulación actual hace que sea difícil desarrollar sistemas innovadores que permitan acceso seguro a segmentos de bajos ingresos. Un encuestado en el Perú indicó que excluir la opción de proporcionar seguros y cobrar primas por medio de los teléfonos móviles limitaba las capacidades de distribución del proveedor, particularmente en las áreas rurales.

En algunos países, los proveedores plantearon la necesidad de acceder a más canales de distribución y los desafíos de trabajar con ellos. También hay países en donde existen canales de distribución que cobran a los proveedores de seguros comisiones excesivamente altas a cambio de la colocación de los productos, lo que impide que la población de bajos ingresos los pueda adquirir. Antes de la modificación regulatoria de 2012, en Panamá se restringía la distribución a los corredores, quienes entonces cobraban comisiones entre el 20% y el 30%, y se prohibía el uso de canales de distribución alternativos, como las IMF y las compañías de servicios públicos, las cuales podían ofrecer precios más razonables.

Numerosos encuestados también refirieron como una restricción regulatoria la obligación de obtener y proporcionar datos sobre los clientes para cumplir con las normas sobre la prevención del lavado de activos y financiación del terrorismo. Aunque la norma es buena en sí misma, aplicada a los clientes de microseguros implica que los productos se vuelven más complicados para los clientes de bajos ingresos, se incrementa el costo administrativo de la póliza y, por ende, el costo del producto para los proveedores y clientes. Un encuestado de Honduras informó que la regulación exige que el asegurado reciba documentación de la póliza que contenga todas las cláusulas generales, lo que genera costos operativos mucho más altos. En general, se debería realizar un análisis costo beneficio de dichas exigencias.

Como los microseguros son una industria relativamente joven y en crecimiento, la regulación debe ser suficientemente flexible como para permitir que continúe desarrollándose e innovando. La tecnología, en particular los teléfonos móviles, ofrece mucho potencial para los microseguros y, a la vez, desafíos para la regulación que antes no se reconocían. A través de teléfonos móviles, las aseguradoras pueden acceder fácilmente, en particular a la población rural. La capacidad de recibir primas y de pagar siniestros utilizando cuentas móviles ayudaría, ciertamente, a bajar los costos administrativos para hacer los productos más asequibles y aceleraría la distribución de siniestros, lo cual es extremadamente importante para los asegurados. Sin embargo, regulaciones que exigen extensa documentación para las pólizas, incluyendo las cláusulas generales, no podrían cumplirse a través de teléfonos móviles.

Algunos países de la región están en proceso de desarrollar legislación para MS, como Colombia y Jamaica. Estos países tienen la ventaja de aprender las lecciones de sus predecesores en la región. También pueden aprovechar el "Application Paper" del IAIS, referido a regulación y supervisión para apoyar mercados inclusivos de seguros. Los reguladores tendrán que estar seguros de lograr un equilibrio entre apoyar y asfixiar el sector. Países como Colombia han desarrollado mercados de microseguros considerables sin un marco regulatorio específico, simplemente basándose en la Ley General de Seguros que rige para la industria como un todo. En otros países, como Panamá, la regulación demasiado estricta ha ahogado algunos mercados de MS. Aunque la regulación puede desempeñar un papel de apoyo para los microseguros y puede ofrecer un cierto grado de protección al consumidor, también puede limitar la capacidad de las asegura-

doras de innovar y desarrollar mejores productos de menor costo. Este estudio ha demostrado, también, que la claridad de los planes de quienes formulan políticas es también importante para ayudar a los mercados a tomar decisiones de largo plazo sobre sus intervenciones.

Hasta el momento, el crecimiento de los microseguros en ALC ha sido impulsado, prioritariamente, por el sector comercial. El crecimiento ha ocurrido sin un marco regulatorio específico. Los formuladores de políticas y los reguladores tendrán que tener cuidado en mantener un sano equilibrio. Aunque las aseguradoras y reguladores reconocen la necesidad de una legislación clara sobre los microseguros, el proceso debería reflejar los esfuerzos combinados de todas las partes interesadas. Adicionalmente, se tendrán que resolver cuidadosamente problemas específicos de protección al consumidor, tecnología móvil en los mercados de microseguros y masivos. Por último, los aumentos de capital mínimo, exigidos en muchos países, hacen que las aseguradoras se concentren más en las necesidades de solvencia que en los microseguros. Esto puede retardar el crecimiento y la expansión de los microseguros.

7.1.

TRIBUTACIÓN

La tributación de las primas de microseguros puede tener un impacto negativo muy importante sobre:

- ▶ las ventas de microseguros, ya que las primas deben incluir el costo del impuesto, encareciendo el seguro
- ▶ el valor para los clientes al reducir el monto relativo de siniestros versus primas

Las primas reportadas pagan impuestos en la mayoría de países de ALC, existiendo algunas excepciones, en particular para seguros de vida. En países como Brasil y en productos de seguros generales, los impuestos se aplican también a las primas de MS, lo cual incrementa el costo para el asegurado de bajos ingresos, y reduce el acceso a los productos de MS. Los niveles de impuestos que se asignan a los seguros en cada país se muestran a continuación en la Tabla 17.

TABLA 17: NIVELES DE IMPUESTOS POR PAÍS

PAÍS	IMPUESTO APLICABLE	EXENCIÓN
ARGENTINA*	21% IVA	Seguros de vida, médico y pensiones
BELICE^	Impuesto general a las ventas de 12,5%	Provisión de un contrato de seguro o provisión de reaseguro respecto de dicho contrato y varios otros "servicios financieros"
BOLIVIA*	13% de IVA, Impuesto a las transacciones	Transacciones de seguros de vida
BRASIL~	IOF (V-0,38%; Max-2,38%; Otros – 7,38% en primas brutas) // COFINS 2,65% primas netas de siniestros	Seguro rural
CHILE*	19% IVA	Ninguno para productos de MS (EQ, reaseguro, buques)
COLOMBIA*	16% IVA	Seguros de vida y accidentes
COSTA RICA*	13% IVA	
REPÚBLICA DOMINICANA*	10% impuesto	
ECUADOR*	12% IVA	
EL SALVADOR*	10% de impuesto a la transferencia de bienes y servicios	Seguros de personas
GUATEMALA*	12% IVA	Sin exención para los productos de MS
HAITÍ	10% de impuesto al volumen de negocios	
HONDURAS*	12% IVA	Seguros de personas
JAMAICA`	12,5% IVA	
MÉXICO*	15% IVA	Productos de agricultura, vida y pensión
NICARAGUA*	15% impuesto	Productos de agricultura y de seguros automotrices
PANAMÁ*	Ninguno	
PARAGUAY*	10% impuesto	
PERÚ*	16% impuesto	Productos de vida y pensión
VENEZUELA*	IVA 8-16,5%	

Fuentes: *= Fiscalidad del seguro en América Latina – J. Armada, FIDES/Fundación MAPFRE; ^ = Gobierno de Belice, Ley de GST; ´ = Bester et al., Microinsurance in Brazil: Towards a Strategy for Market Development, 2010; (~)Microseguros en Brasil: Hacia una Estrategia para el Desarrollo del Mercado, 2010). ` =Deloitte, Global Indirect Tax Rates.

8

DONANTES E INVERSIONISTAS

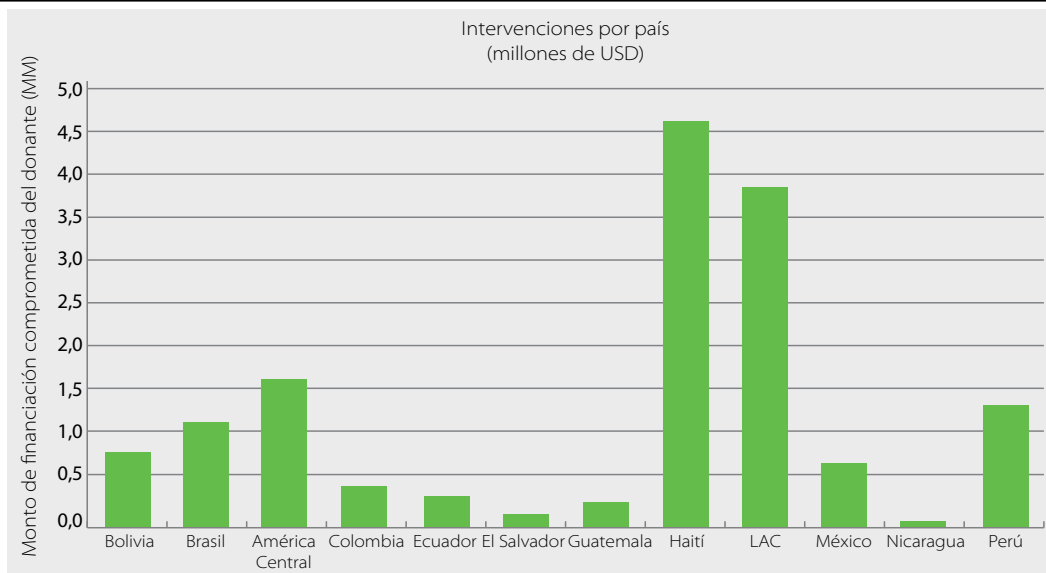
8.1.

DONANTES

En contraste con lo que han revelado las investigaciones sobre África y Asia, los microseguros en América Latina y el Caribe no han sido propiciados por donantes. De las organizaciones que proporcionaron información para este estudio, solo el 26% indicó haber recibido apoyo directo de donantes desde 2004⁴⁴. Aunque el monto total de apoyo proveniente de donantes identificado en toda la región fue de USD 15,1 millones, casi el 60% se dirigió a cinco receptores, dejando solamente alrededor de USD 6,2 millones para el resto de la región a lo largo de los ocho años que van de 2004 a 2011.

La Figura 19 muestra valores de intervención por país. Solo 12 de los 20 países que fueron analizados mostraron aportes de donantes para microseguros. Por país, las intervenciones más grandes están en Haití y Perú, reflejando donaciones a MiCRO⁴⁵ y Fonkoze en Haití⁴⁶ y tres donaciones en Perú. Luego de estas, las intervenciones combinadas de donantes no superan USD 1 millón en ningún país, excepto Brasil.

FIGURA 19: INTERVENCIONES POR PAÍS



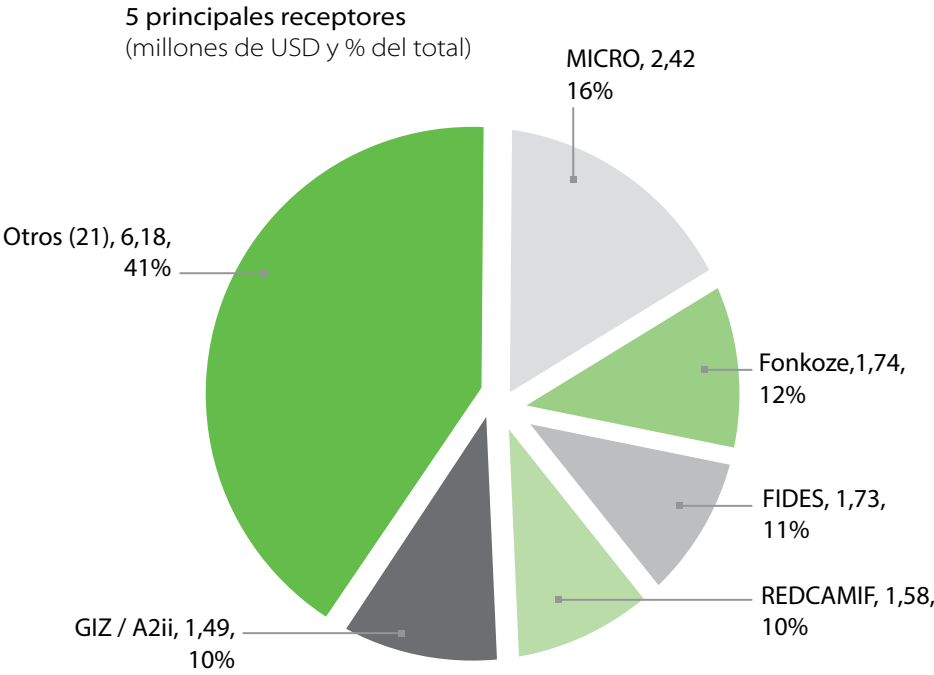
⁴⁴ De los 99 proveedores, 26 recibieron financiación.

⁴⁵ Los accionistas de MiCRO son Mercy Corps y Fonkoze. El gobierno suizo y DFID invirtieron en el fondo de fideicomiso multi-donantes vinculado al proyecto, el cual es administrado por el Banco de Desarrollo del Caribe (CDB). El propósito de este fondo es mantener el capital de MiCRO, dado que esta entidad paga riesgo básico y puede agotar su capital si no se administra correctamente.

⁴⁶ Las donaciones a MiCRO y Fonkoze están comprendidas sustancialmente por dos contribuciones a los fondos de riesgo catastrófico de estas instituciones de DFID y totalizan alrededor de USD 4 millones.

La Figura 20 muestra los cinco receptores más importantes de las intervenciones de donantes, medidos **por** el valor de los aportes recibidos. Los receptores más destacados para la intervención fueron los programas de Fonkoze y MiCRO en Haití y luego aquellos proyectos que proveen beneficios regionales: FIDES, REDCAMIF y GIZ/A2ii. Estas intervenciones de los donantes reflejan los esfuerzos para construir la infraestructura necesaria de seguros, así como el reconocimiento de la importancia de enfoques innovadores en seguros en una zona proclive a los desastres. Esta intervención mediante enfoques experimentales constituye un papel importante de los donantes.

FIGURA 20: LOS 5 RECEPTORES MÁS IMPORTANTES DE INTERVENCIONES DE DONANTES



Los otros tres programas representan enfoques implementados regionalmente. La intervención con FIDES pretende generar beneficios en toda la región, impulsados por la federación de aseguradoras las asociaciones nacionales y algunas compañías de seguros individualmente. El éxito de este proyecto podría ser un ejemplo importante para las otras asociaciones de seguros, las que deberían asumir un papel más enérgico en el desarrollo y expansión de los microseguros en todas las regiones. La donación a REDCAMIF tiene específicamente la intención de ayudar a los canales de distribución a mejorar los microseguros ofrecidos a los clientes. Finalmente, el proyecto GIZ/A2ii se centra en las mejoras regulatorias a través del diagnóstico de situación, consenso entre sectores público y privado e implementación de una hoja de ruta con las recomendaciones acordadas. En conjunto, este enfoque regional se ha tomado de manera estratégica dirigiéndose las aseguradoras, los canales de distribución y marcos regulatorios que guían las actividades de los microseguros. Un enfoque holístico como este es importante, ya que las lecciones en los microseguros muestran que resolver solo un componente es normalmente necesario, pero no suficiente para las mejoras importantes.

Se identificaron once donantes que apoyan al sector de los microseguros. El Fondo Multilateral de Inversiones del Banco Interamericano de Desarrollo, el banco de desarrollo de la región, el más importante en el apoyo a microseguros, proporcionó fondos por más de USD 5,2 millones a cuatro distintos proyectos. La Figura 21 presenta los detalles de los compromisos de financiación de los donantes identificados. Las intervenciones pueden ser de un solo año, pero hay muchos proyectos multianuales.

FIGURA 21: INTERVENCIONES POR DONANTES

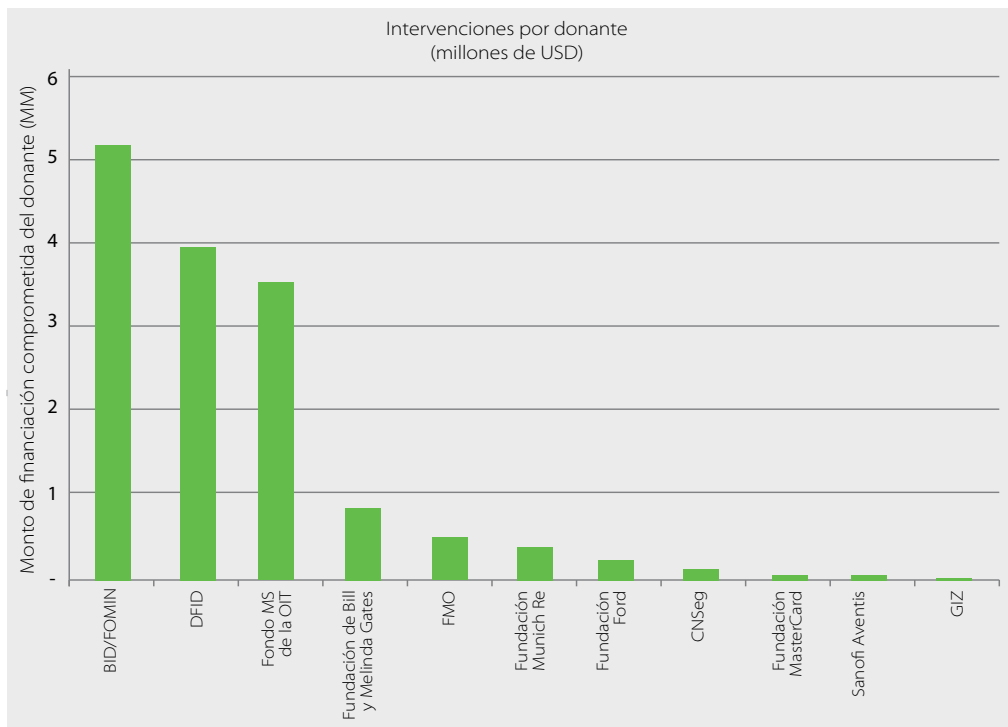
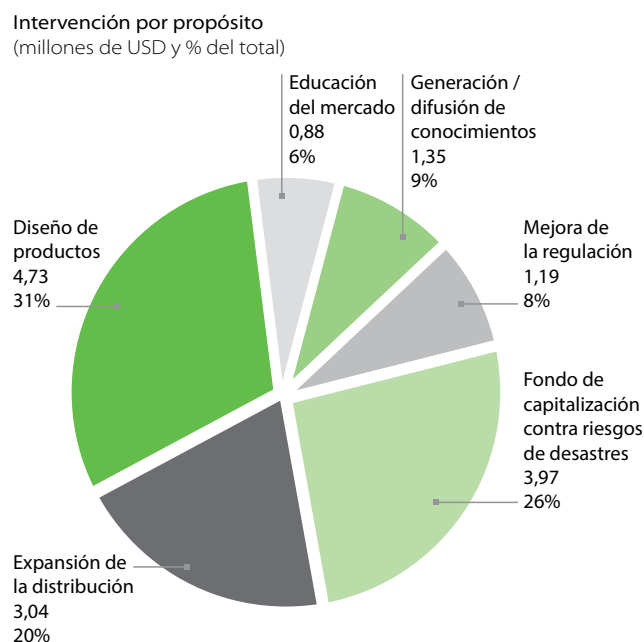


FIGURA 22: INTERVENCIONES DE DONANTES POR PROPÓSITO



Aunque el apoyo directo de los donantes ha sido relativamente bajo y no es la fuerza que ha impulsado al mercado, sí ha proporcionado intervenciones cruciales y apoyo indirecto al mismo. Por tanto, estas intervenciones facilitan un cambio que podría redundar en importantes beneficios para el mercado ampliado a lo largo del tiempo. Los donantes proporcionan fondos para el desarrollo de capacidades (como en los cursos ofrecidos por el centro AFIN en Bolivia), o para asistencia técnica (como el apoyo de OIT a INISER en Nicaragua). Los donantes también financian la actualización de los estudios sobre oferta y demanda del mercado (como hizo el BID/FOMIN en varios países), estudios del entorno regulatorio (como el diagnóstico de las regulaciones del CENFRI en Brasil), programas de educación sobre el mercado (como con FASECOLDA en Colombia), y desarrollo de capacidades del canal de distribución (como el fondo de la OIT con AMUCSS en México). Este conjunto de intervenciones ha mejorado el acceso a los microseguros en áreas particulares y se puede utilizar como ejemplo para ayudar a otros a mejorar.

La Figura 22 ofrece detalles de los montos proporcionados para distintos propósitos en la región. Mientras que las intervenciones de diseño de productos reflejan la fuerte necesidad de desarrollar y mejorar los productos de microseguros para dar mayor valor al mercado de bajos ingresos y mejorar el potencial para ampliar la escala, el diseño de productos generalmente incluye un componente para la investigación sobre demanda y oferta. Fuera de este estudio panorámico, ha habido poca investigación en la región. Sin embargo, esto puede reflejar un problema de oportunidad, ya que la investigación sobre los microseguros requería cierto nivel de madurez del sector.

Las intervenciones en educación del mercado han sido limitadas, pero las lecciones de Colombia (FASECOLDA) y Brasil (CNSeg) han sido aprovechadas por otros. Si la difusión de estas lecciones es eficaz, toda la región y más actores podrían beneficiarse.

Los donantes han reconocido la necesidad de la investigación y divulgación efectivas, ya que casi el 10% de los fondos para la región se relacionaron con la generación y difusión del conocimiento. Los fondos cubren actividades desde la investigación directa (como es el caso del estudio de la Fundación Ford sobre seguros con base en índices en Ecuador), hasta conferencias importantes (como las conferencias anuales sobre microseguros de la Fundación Munich Re y la Microinsurance Network en la región). Estos esfuerzos son importantes para ayudar a impulsar la evolución de los microseguros en la región.

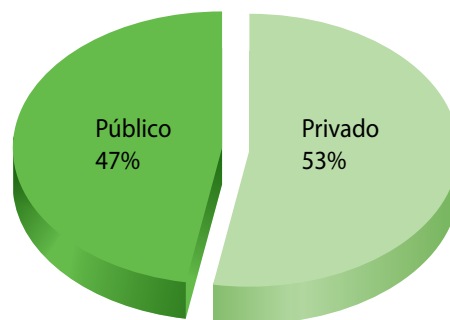
La distribución es a lo mejor el desafío más importante en microseguros. De hecho, el desarrollo de canales de distribución ha sido un componente importante del compromiso de los donantes. Los proyectos importantes en esta área incluyen el proyecto de innovación de distribución de la OIT con La Positiva (Perú) y los programas regionales del BID/FOMIN con FIDES y REDCAMIF. La expansión de estos programas puede ser útil para aumentar el acceso, especialmente en las áreas rurales.

El proyecto del BID/FOMIN para mejorar el marco regulatorio de los microseguros en tres países será una intervención importante y representa el 8% de los fondos totales comprometidos por donantes. Este proyecto, implementado para GIZ/A2ii, comprende una serie de diagnósticos y esfuerzos de asistencia técnica, ayudará a crear mejor entorno legal para los microseguros. Esto tendrá un impacto directo y positivo en la preocupación de las aseguradoras respecto a la claridad necesaria en la política de microseguros en la región. Se está avanzando con los planes para conducir estos diagnósticos, en Jamaica, Colombia y Perú; y la implementación de la hoja de ruta regulatoria de Brasil se encuentra en proceso.

Es importante equilibrar las intervenciones de los donantes en términos de quién se beneficia de la financiación y cómo eso podría aprovechar. La financiación de bienes privados ayudará a mejorar a una institución y es de esperar que ofrezca beneficios a sus clientes de bajos ingresos. Además, todas las instituciones multilaterales, como el BID/FOMIN, requieren que estas instituciones compartan información. Eventualmente, la intervención de los donantes debería tener éxito a un nivel que produzca un efecto catalizador en el mercado. Esto puede ser un proceso relativamente lento de desarrollo nacional y regional.

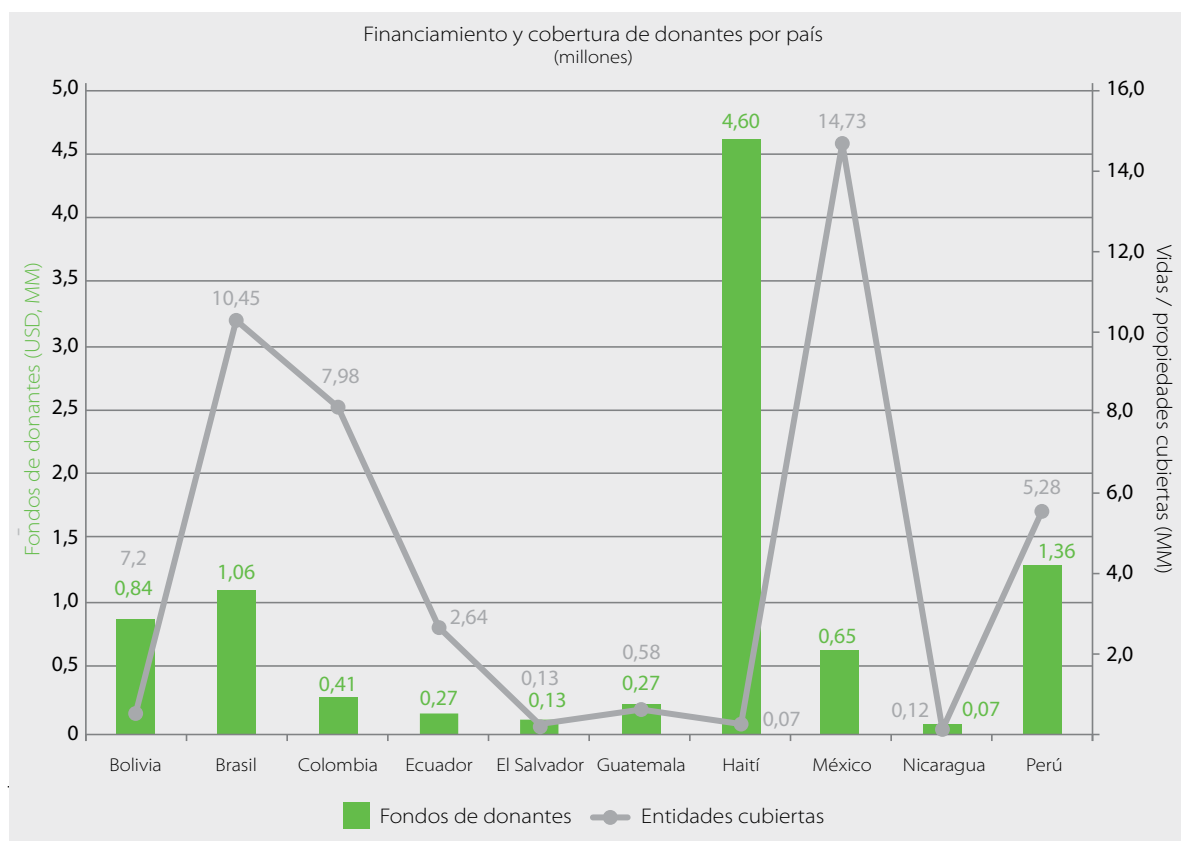
Las intervenciones que aportan al mercado dan como resultado bienes públicos. Incluyen intervenciones para mejorar el entorno regulatorio y de política para los microseguros, así como la compilación de tablas actuariales, la educación sobre el mercado y el mejoramiento de las capacidades curriculares de los institutos de capacitación en seguros, así como los esfuerzos de generación y difusión de conocimientos y la expansión de la capacidad de distribución. Estos pueden resultar en una mejora más rápida en los mercados para microseguros. La Figura 23 muestra que las intervenciones de donantes en la región se inclinan, ligeramente, hacia los bienes privados. Esto requiere un esfuerzo más concertado en la generación y difusión de lecciones, de manera que sean fácilmente digeribles por el mercado.

FIGURA 23: FINANCIACIÓN DE BIENES PÚBLICOS/PRIVADOS



Los donantes esperan, con razón, que sus intervenciones arrojen resultados significativos. En el caso de los microseguros, todas las intervenciones deberían, a la larga, llegar a una mayor cantidad de personas de bajos ingresos con microseguros de buena calidad y de varios tipos. Así, debería haber más correlación entre la cantidad proporcionada de financiación de donantes y el número de coberturas según país. Un país con financiación significativa por parte de donantes debería tener grandes cifras de vidas o propiedades cubiertas. La Figura 24 juxtapone la financiación de los donantes (excluyendo las intervenciones regionales) con el número de vidas o propiedades cubiertas en un país. Nótese que la financiación de los donantes incluye intervenciones de 2004 hasta 2011, y las cifras de cobertura reflejan las coberturas a finales de 2011. Así, por ejemplo, se ha proporcionado USD 0,84 millones a instituciones en Bolivia de 2004 a 2011 y 0,72 millones de personas tenían cobertura en Bolivia a finales de 2011.

FIGURA 24: FINANCIACIÓN DE DONANTES CON CIFRAS DE PERSONAS O PROPIEDADES CUBIERTAS POR PAÍS



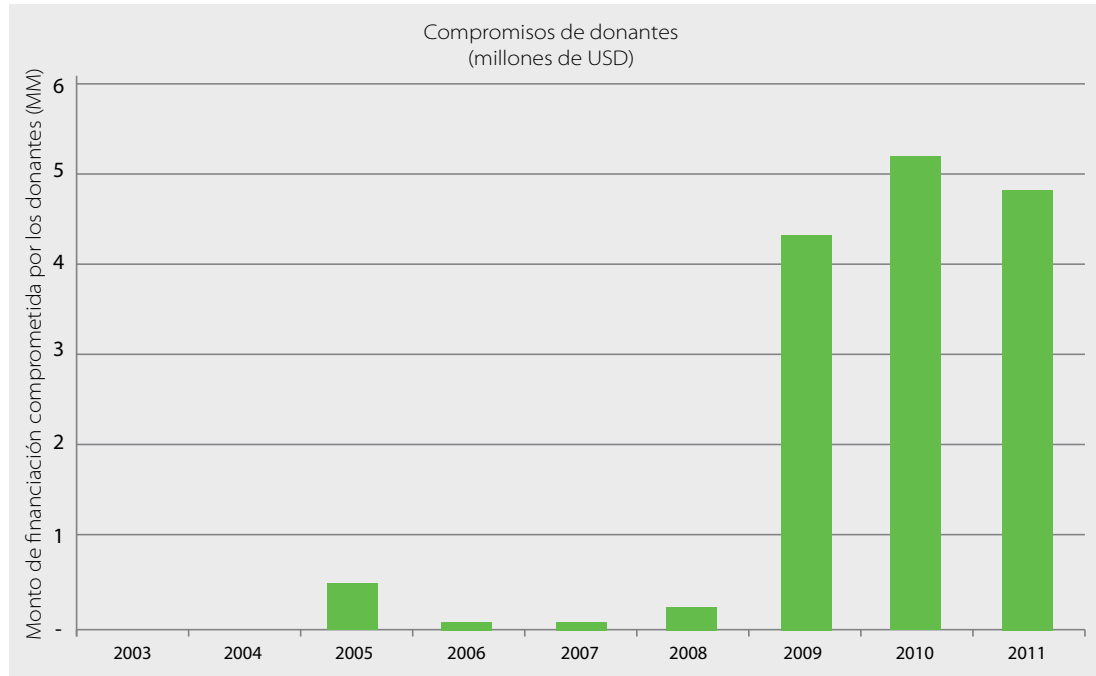
La figura muestra poca correlación entre los fondos de los donantes y las vidas y propiedades cubiertas. Una serie de razones pueden explicar esta falta de correlación:

Duración de los programas. A menudo toma bastante tiempo introducir la financiación, implementar el proyecto y lograr los resultados. Las aseguradoras, generalmente, encuentran que a los microseguros les toma mucho más tiempo generar escala. La Figura 25 muestra el momento en que se introdujeron los fondos de los donantes a los mercados, contados a partir de 2004. La Figura muestra que la participación sustancial de los donantes no comenzó realmente sino hasta 2009. Así, es difícil evaluar una relación directa entre la acción de los donantes en un país y la cobertura lograda.

Productos. Desarrollar un producto de vida para el mercado de bajos ingresos requiere poca o ninguna financiación externa para una aseguradora y, ciertamente, no se requiere ningún fondo de donantes para desarrollar y expandir el seguro de desgravamen básico. Los productos más complejos sí podrían requerir financiación para desarrollar aspectos específicos del producto, apoyar a la sostenibilidad del producto y desarrollo del mercado. Actualmente, los donantes tienden a trabajar en estos productos más complejos. De hecho, la complejidad de los productos refleja la evolución de los países en los que están trabajando los donantes (los productos más complejos se encuentran en países que tienen más experiencia, por ejemplo). Centrarse más en impulsar la innovación a niveles más profundos ofrecería importantes oportunidades de participación y llevaría potencialmente a mejores efectos demostrativos. Otro aspecto en el cual los donantes podrían hacer una diferencia es apoyando las mejoras en la

tecnología para hacer que incluso los productos simples sean más eficaces y ayudar a que todos los productos lleguen a un público más numeroso.

FIGURA 25: COMPROMISOS DE DONANTES POR AÑO Y MONTO



Naturaleza comercial de los mercados en ALC. Las aseguradoras no esperaron a los donantes para dar pasos iniciales con microseguros. Las aseguradoras y corredores invirtieron en los mercados por sí mismos y muchos han generado volúmenes significativos (la mayoría con los productos más simples). La intervención de los donantes podría y debería mejorar el ritmo de la evolución con acciones centradas en la innovación. Adicionalmente, los donantes pueden intervenir para tratar de generar modelos de negocios que siendo esencialmente comerciales, también incrementen el valor para los clientes, ayudando al sector comercial a resolver el conflicto potencial entre el valor al cliente y las utilidades.

Causalidad. Es difícil atribuir el crecimiento o la falta de crecimiento a las intervenciones de los donantes. Muchos factores —capacidad institucional, capacidad del personal, objetivos de mercado, factores macroeconómicos, problemas políticos y otros— desincentivan o incentivan los microseguros. El enfoque general en tres de los cinco programas receptores de fondos más grandes en la región, se dirigen a algunos mercados de manera holística —demanda, oferta y marco legal— es un enfoque positivo.

Los donantes tienen un papel importante que asumir en el campo de los microseguros. Sin embargo, sus intervenciones requieren objetivos mejor fijados. Este documento panorámico debería proveer sólidas claves para facilitar acciones eficaces. Los donantes deberían esforzarse en asegurar que sus intervenciones resulten en mejor y mayor cobertura, controlando y evaluando pilotos e innovaciones. El papel de los donantes debería ser un papel de corto plazo que asista en el desarrollo o mejora de productos o procesos, a través del refinamiento del entorno regulatorio para los microseguros, y generación de capacidades a nivel intermedio (asistencia técnica, desarrolladores de capacidades, desarrollo de datos actuariales, fortalecimiento de las asociaciones de seguros, y una tecnología mejorada para los microseguros), favorecimiento eficaz de la educación sobre el mercado, mejoramiento de la capacidad de los canales de distribución, y

asistencia en el desarrollo de políticas racionales de protección al consumidor. Adicionalmente, los donantes tienen un papel importante que desempeñar en mover los microseguros a las áreas rurales, donde es más difícil para las aseguradoras intervenir con criterio de sostenibilidad. Facilitar soluciones eficientes para ayudar a las aseguradoras a conducir negocios en las áreas rurales expandiría muchísimo el acceso a los productos de microseguros. En resumen, los donantes deberían centrarse en ayudar a construir y mejorar una infraestructura dentro de la cual puedan florecer los microseguros.

8.2. INVERSIONISTAS

Los inversionistas han sido importantes en promover programas clave en la región. Dos programas —Protecta Seguros (parte del Grupo ACP de Perú) y ParaLife— son ejemplos importantes del poder de las inversiones en microseguros. El estudio identificó que se había invertido USD 12,7 millones en estos programas.

La IFC invirtió aproximadamente, USD 1 millón (por un 16,5% de participación en el capital) en Protecta, compañía que comenzó a operar en 2008 como proveedor de microseguros y alcanzó su primer año rentable en 2012, gracias a su alianza estratégica con su principal canal de distribución, Mi Banco, miembro también del Grupo ACP.

“ParaLife es una compañía de gestión y proveedora de servicios que desarrolla, comercializa y administra protección financiera y productos de ahorro para personas de ‘La Mayoría’⁴⁷. Los inversionistas incluyen:

- ▶ IFC (USD 3 millones de inversión de capital más USD 1,5 millones en préstamo)
- ▶ BID/FOMIN (USD 3 millones de inversión de capital)
- ▶ Corporación Andina de Fomento (USD 0,5 millones de inversión de capital)
- ▶ Acción (USD 1,2 millones de inversión de capital)
- ▶ Otros (organizaciones e individuos)

Estas inversiones reflejan un fuerte compromiso con los microseguros y las lecciones que provienen de ellos —éxitos y desafíos— se deberían identificar y difundir ampliamente.

Es importante resaltar que las inversiones más significativas en microseguros son las efectuadas por las aseguradoras comerciales mismas. En efecto, estas han invertido en el desarrollo de productos, mercados y sistemas para los microseguros, mercado en el que ven una oportunidad potencial de mercado. El interés de las aseguradoras en el mercado de los microseguros permite intervenciones más eficientes de los donantes y de otros interesados. Esta situación es diferente al inicio del mercado de las microfinanzas, por ejemplo, en el que la falta de oferta a la población más pobre de servicios, crédito y ahorros por parte de los bancos significó que los donantes intervinieran para poder construir la industria de las microfinanzas. En contraste, el compromiso activo de las aseguradoras en los microseguros permite a los donantes centrarse en mejorar los productos y los sistemas, en vez de tener que construir la industria de la nada. Las contribuciones y el interés activo de las aseguradoras han sido los verdaderos motores detrás del crecimiento y la expansión de los microseguros.

⁴⁷ Página web de Paralife: www.paralife.com



BRECHAS

El equipo de investigadores que trabajó en este estudio visitó la mayoría de los países y ello indudablemente mejoró la calidad de los datos obtenidos. En efecto, la estrategia de visitas tenía por objeto ayudar a las aseguradoras a entender mejor los objetivos del estudio y tratar, mediante intercambio personal, las inquietudes o problemas que tuvieran con el cuestionario. También permitió a los investigadores reunir información adicional, en general cualitativa, sobre las aseguradoras, el mercado y el país. Las presentaciones de países, (ver capítulo 12) emanaron de dichas visitas. Las presentaciones proveen revisiones de una página de la situación de los microseguros en cada uno de los veinte países.

Comprender mejor los microseguros en estos mercados implicó un mayor entendimiento de las características y problemas en cada país. Con esta comprensión, el equipo pudo crear una tipología general de microseguros en la región.

Con base en aspectos macroeconómicos, comerciales, de desarrollo y de mercado, entre otros, se identificaron cuatro tipologías generales de desarrollo nacional de microseguros en la región.

- ▶ **El mercado de frontera** es aquel en el cual los microseguros están recién iniciándose o a punto de iniciarse. Este tipo de mercado incluye países como Jamaica, el cual podría alcanzar un mercado sustancial, pero con un asegurador que ofrece un producto de microseguros muy básico. Estos países también tienen, por lo general, una población menor (con excepción de Argentina), lo que podría recortar el potencial de éxito de los microseguros al no poder garantizar el volumen mínimo requerido, al menos en el corto plazo.
- ▶ **El mercado impulsado por el crédito** es aquel en el cual los microseguros están impulsados por las instituciones microfinancieras (IMF). Algunos, como Ecuador, tienen gran cantidad de clientes con acceso a través de las IMF y por bancos que entran en mercados de préstamos más pequeños. El límite al crecimiento es consecuencia del canal de distribución. En efecto, el crecimiento de las IMF es, a la vez, el límite del crecimiento en los microseguros. No obstante, pueden existir otras opciones diferentes para la distribución a gran escala.
- ▶ **El mercado impulsado por el mercado masivo**, es aquel en el cual la distinción entre microseguros y seguros masivos es ambigua, ya que las aseguradoras impulsan al mercado para que demuestre mayor necesidad de productos como los seguros, y a dar servicio a dichas necesidades. Brasil es un ejemplo clásico, con una clase media robusta y en crecimiento. Este modelo alcanza a gran cantidad de personas, pero a menudo con productos muy básicos, algunos de valor cuestionable.
- ▶ Finalmente, existe un grupo de países que muestran modelos de múltiples características. Este **modelo híbrido** está representado por países como Colombia que son fuertes en microfinanzas y, a la vez, poseen una clase media que está creciendo rápidamente con muchos canales de distribución "alternativos". Estos países ofrecen el beneficio de tener múltiples canales de distribución y aseguradoras fuertes que están compitiendo por el negocio de los microseguros.

Usando estas cuatro tipologías y las características de las actividades de microseguros más generalizadas de cada tipología, se alinearon los países de la región tal como se muestra en la Tabla 18. Este alineamiento por tipos de mercado ayuda a segmentarlos y facilita la consideración de brechas y soluciones potenciales, lo cual puede ayudar a estructurar las estrategias de implementación.

TABLA 18: ASIGNACIÓN DE PAÍSES POR TIPOLOGÍA

MERCADO DE FRONTERA (ACCESO BAJO/ NINGÚN ACCESO)	MODELO IMPULSADO POR EL MERCADO DE CRÉDITO (FUERTE SECTOR DE IMF)	MODELO IMPULSADO POR EL MERCADO MASIVO (MINORISTA, ETC.)	MODELO HÍBRIDO (COMBINA IMPULSADO POR MERCADO MASIVO Y CRÉDITO)
Argentina	Bolivia	Brasil	México
Belice	República Dominicana	Chile	Perú
Costa Rica	Ecuador		Colombia
Jamaica	El Salvador		
Panamá	Guatemala		
Paraguay	Haití		
	Honduras		
	Nicaragua		
	Venezuela (anteriormente)		

Tener una tipología de microseguros de los países facilita la identificación de brechas y el tratamiento de intervenciones potenciales para mejorar el acceso a los microseguros entre los diferentes grupos. La Tabla 19 provee un resumen de las brechas en el panorama de los microseguros por tipología. Aunque algunas puede traslaparse —las intervenciones de protección al consumidor son necesarias en la mayoría de los países—, muchas brechas identificadas reflejan la etapa de evolución de los microseguros de los países dentro de cada tipo.

Una tipología como esta también ayuda a los donantes y a otros involucrados a entender en dónde podrían existir ejemplos de implementaciones más avanzadas que se pudieran aprovechar para compartir conocimiento y servir de efecto demostrativo. De esta forma se puede contribuir al fortalecimiento de los mercados y al mejoramiento de productos y operaciones.

Los ejemplos de las brechas identificadas en la Tabla 19 para cada tipología se basan en datos cualitativos y cuantitativos recolectados durante el estudio y emparejados con la información proveniente de las conversaciones guiadas con las aseguradoras y otros involucrados en los países encuestados. Las brechas en la “infraestructura” de los mercados de los microseguros se consideran como áreas específicas ausentes o débiles e importantes para impulsar un mejor acceso y expansión. Si estas brechas se cierran de manera eficaz debería mejorar el acceso a los microseguros.

TABLA 19: BRECHAS DE MERCADO IDENTIFICADAS POR TIPOLOGÍAS

MERCADO DE FRONTERA (ACCESO BAJO/NINGÚN ACCESO)	MODELO IMPULSADO POR EL MERCADO DE CRÉDITO (FUERTE SECTOR DE IMF)	MODELO IMPULSADO POR EL MERCADO MASIVO (MINORISTA, ETC.)	MODELO HÍBRIDO (COMBINA IMPULSADO POR MASIVO Y CRÉDITO)
Know-how	Ventas voluntarias	Protección al consumidor	Protección al consumidor
Desarrollo de productos	Capacidad de apoyo administrativo e TI (países/programas grandes)	Apoyo regulatorio	Apoyo regulatorio
Análisis actuarial	Corredores e intermediarios (países pequeños)	Requisitos regulatorios-contenido de las pólizas	Rendición de cuentas y controles de costos
Ventas voluntarias	Rendición de cuentas y controles de costos	En ALC es con instituciones conducidas por una misión	TI
Apoyo regulatorio	Coberturas de seguros de salud	Distribución alternativa	Coberturas en agricultura
Trabajo con canales que no sean IMF donde haya pocas IMF	Coberturas de seguro agrícola	Eficiencias y sistemas de TI / Apoyo administrativo	Coberturas de seguros de salud
TI, especialmente apoyo administrativo	Tecnologías para la evaluación de siniestros (propiedad-agricultura)	Rendición de cuentas y controles de costos	
Protección al consumidor	Protección al consumidor	Coberturas en agricultura y salud	

Los mercados de frontera necesitan los elementos básicos para ayudar a las aseguradoras, a los canales de distribución y a los mercados mismos a entender los microseguros y a tener las herramientas para que efectivamente se pueda proveer acceso a gestión de riesgos de buena calidad. Aunque un país del grupo, Jamaica, sirve a casi el 21 por ciento del mercado potencial con un producto de microseguros básico, el producto es muy nuevo y no refleja aún que haya experiencia básica en microseguros. Las aseguradoras en estos países no han hecho el cambio de paradigma para entrar a este nuevo mercado, los canales de distribución son débiles y el entorno macro e intermedio de los microseguros, no existe o no está consolidado. Probablemente, estos evolucionarán para ofrecer microseguros, y es preciso evitar que se cometan errores que en otros países o regiones ya han sido resueltos.

Algunos de los países del grupo de mercados impulsado por el crédito (además de México, Perú y Colombia del grupo híbrido) fueron los primeros en ofrecer microseguros en la región.

En la mayoría de los casos, las IMF identificaban problemas de gestión del riesgo entre sus clientes y empujaban a las aseguradoras a desarrollar productos para resolver esas necesidades. En los países que están ahora en el grupo híbrido, las aseguradoras identificaron otros canales de distribución y se han expandido mucho más allá de las redes de IMF.

Los países impulsados por el crédito han tendido a mantenerse dentro de ofertas limitadas de productos con canales de distribución también limitados. Esto ha retardado la expansión efectiva más allá de los consumidores de productos de microcrédito. Los elementos que están faltando en estos mercados son: variedad de productos, una mayor gama de intermediarios, maneras de administrar y monitorear los procesos más eficazmente, mayor protección al consumidor a través de educación e información, y una serie de productos no ligados al crédito, incluyendo productos voluntarios.

Los países cuyo mercado de microseguros está impulsado por el mercado masivo suelen tener una clase media grande en expansión, lo que ha hecho borrosa la diferencia entre los microseguros y los seguros masivos. Estos países tienen importantes brechas normativas, aunque Brasil se encuentra modificando su marco regulatorio. Hay una falta de expansión a otros canales de distribución fuera de los mercados minoristas. La estrategia actual genera volúmenes de clientes, pero los productos siguen siendo básicos y limitados. Se necesita una expansión a un rango más amplio de distribución y esto puede ayudar a asegurar que las personas de bajos ingresos no se pierdan en el impulso hacia una expansión del mercado masivo.

Los tres países del tipo híbrido reflejan el tope de evolución de los microseguros hasta este momento. Tienen una gama de canales de distribución que van desde los microseguros ligados a IMF "tradicionales" hasta los minoristas del mercado masivo y los corredores que se especializan en microseguros. Esta gama de distribución ha impulsado a estos tres países a convertirse en aquellos con mayor cobertura relativa, lo cual los posiciona para un importante crecimiento continuo. Sin embargo, para preservar ese crecimiento continuo, faltan algunos lineamientos regulatorios, como consideraciones de protección al consumidor y estructura regulatoria apropiada para microseguros. En estos países, las aseguradoras están experimentando problemas con los canales de distribución, los cuales conscientes de su conocimiento del mercado están cobrando altas comisiones. Faltan esfuerzos para entender el nivel de los costos del negocio; tener esta información podría ayudar a racionalizar las exigencias en comisiones y a bajar las tasas de las primas.

Adicionalmente, la región también sufre de una falta de infraestructura a nivel medio:

- ▶ La cuantificación del riesgo de los microseguros se basa normalmente en experiencia institucional más que en datos actuariales que cubran el mercado de bajos ingresos.
- ▶ Las asociaciones son generalmente débiles en términos del apoyo a los microseguros (excepto FASECOLDA). FIDES podría ser un líder importante en los microseguros en la región, para lo cual se está construyendo la capacidad para apoyar a las asociaciones miembros y su trabajo en el sector. Como mínimo, FIDES podría facilitar la implementación de una definición consistente de microseguros en la región, y comenzará a recolectar datos regionales de microseguros a fin de desarrollar referencias comparativas del desempeño de los microseguros.

- ▶ La asistencia técnica ha sido débil para las aseguradoras interesadas en mejorar su oferta. Otros no han visto todavía el valor en los aportes de proveedores de asistencia técnica, incluso dada la lista de preocupaciones anotadas anteriormente.
- ▶ La educación del mercado de los microseguros, excepto en unos cuantos casos, ha estado prácticamente ausente. Aún así, existen oportunidades disponibles en términos de la conexión con otros esfuerzos, como las estrategias de educación del mercado alrededor de servicios de corresponsales o de transferencias condicionadas de dinero.
- ▶ La tecnología también es importante en este campo y podría ayudar a hacer que los procesos sean más eficientes, que los productos sean más simples e, incluso, que el pago de los siniestros sea mucho más rápido, todo lo cual es crucial para el éxito de cualquier campaña de educación del mercado.

Estos asuntos también son brechas que, si se resuelven eficazmente, podrían ayudar a mejorar la variedad, calidad y volumen de los microseguros en toda la región.

10

RECOMENDACIONES

Aunque todos los países podrían beneficiarse de asistencia para subsanar algunas de las brechas identificadas en la figura anterior, si se resolvieran sistemáticamente las brechas anotadas para cada modelo, se generaría un gran impacto sobre los respectivos sectores de microseguros de los países. La solución a estas brechas puede ampliar de manera importante el acceso, el uso de los microseguros, mejorar el valor de los productos para el mercado de bajos ingresos e incrementar el potencial de rentabilidad para las aseguradoras.

Cerrar las brechas requerirá bienes públicos y privados. Los bienes públicos, como el apoyo regulatorio y de protección al consumidor, benefician a todo el mercado. Estas intervenciones, a menudo, son relativamente rápidas y pueden tener un impacto positivo en el mercado amplio, haciendo estos productos accesibles al público general.

Los bienes privados benefician directamente a las instituciones receptoras, por ejemplo el desarrollo de productos. Usualmente, estos bienes privados se financian como un medio para generar impacto catalizador. En estos casos, como con ParaLife (USD 7,5 millones) o Fonkoze / MiCRO (USD 4,1 millones) la intención es que la institución provea acceso a las personas de bajos ingresos, sino también que otros vean el éxito de la inversión y lo repliquen. En estos casos, la promoción del bien privado debe estar facilitada por el inversionista de tal modo que otras partes en el mercado puedan comprender cómo ocurrió el éxito para que ellos también puedan expandirse exitosamente.

Convertir bienes privados en bienes públicos y promover la difusión de información y de las lecciones resultantes de los bienes públicos, requiere una serie de esfuerzos:

- ▲ Los que reciben bienes privados de donantes deben estar dispuestos a compartir sus lecciones y el donante debe tener un mecanismo eficiente para identificar, generar y difundir esas lecciones. Existen muchas lecciones en la región que no se revelan. Un ejemplo es el de los programas financiados por donantes que resultan en fracasos. Estos casos deben analizarse y difundirse para evitar que a otros les suceda lo mismo. Los donantes deben generar lecciones y construir nuevos proyectos sobre estas. De igual manera, deben aprovechar las lecciones de otras regiones a través de traducciones y compromisos activos como son las conferencias y los talleres.
- ▲ El retorno de los bienes públicos requiere más que una simple difusión. En algunos países, la educación del mercado, conducida como un bien público, no es apoyada por las aseguradoras, ya que es poco lo que se hace para involucrarlas en el proyecto y motivarlas para aprovechar esos programas. Un ejemplo es la telenovela promocional de microseguros en Kenia (financiada por donantes), que ha tenido como efecto que las aseguradoras ofrezcan productos que son un espejo de los productos en la telenovela popular, proporcionando así reconocimiento y confianza instantáneos en el mercado. En la República Dominicana, Adopem también ha desarrollado una telenovela exitosa basada en los microseguros.

- ▶ Otro ejemplo de la necesidad de aprovechar las intervenciones de los donantes son los estudios de mercado y demanda. Estos diagnósticos se están haciendo populares en la región; sin embargo, es poco lo que se hace para ayudar a las aseguradoras a traducir los datos de la demanda en productos efectivos. Dichos informes no son valiosos si no se aprovechan activamente.
- ▶ Adicionalmente, los programas de capacitación en microseguros tienen poco impacto sin seguimiento. Una pequeña inversión en seguimiento podría tener un impacto importante en el fortalecimiento de la capacitación, tal como se ha hecho en otros países como Ghana. Para lograr el cambio en ALC, las intervenciones se deben apoyar de manera efectiva en resultados para las familias de bajos ingresos, las aseguradoras y los canales de distribución.
- ▶ Muchas otras intervenciones relativamente comunes también pueden tener un impacto importante en convertir los bienes privados en públicos. Algunas de estas incluyen: transmitir lecciones y prácticas a través de seminarios en la web; intercambios de experiencias; comunidades de práctica; estudios de caso (de éxitos y fracasos) que analicen profundamente el valor para el cliente y aspectos relativos al potencial de negocio y también el mejoramiento de la capacidad de las asociaciones para crear valor al transferir lecciones.

A pesar de que todas estas alternativas o una combinación de ellas sean necesarias a nivel general, en los países con mayor desarrollo relativo, el enfoque hacia la generación de bienes públicos podría resultar la estrategia más eficaz. Por ejemplo, la educación del mercado emparejada con esfuerzos de protección al consumidor puede ser útil para desarrollar la capacidad en las personas de bajos ingresos para comprender y hacer cumplir la provisión de productos de buen valor. La revisión de la legislación relacionada con microseguros es importante para asegurar una estructura legal eficaz para los microseguros. En Perú, por ejemplo, ya ha habido dos revisiones de la regulación de microseguros, pero la mayoría de aseguradoras que ofrecen microseguros no registran estos productos como microseguros debido a que el registro simplemente añade cargas en cuanto a mayores reportes y ningún beneficio. Un enfoque así no ayuda a mejorar la oferta, distribución o servicio de los microseguros.

Se han revisado áreas clave en este estudio panorámico. Muchas de estas vienen con recomendaciones para mejorar el entorno de los microseguros. A continuación se analizarán algunas de esas áreas clave y se delinearán recomendaciones específicas dentro de estas áreas. Cada recomendación se identificará como apropiada para una o más tipologías particulares de la manera siguiente:

- ▶ F = mercados de frontera
- ▶ C = mercados impulsados por el crédito
- ▶ M = mercados masivos
- ▶ H = mercados híbridos

10.1.

BIENES PÚBLICOS

Los bienes públicos proporcionan beneficios no específicos a todos los involucrados en el mercado. Generalmente se dirigen a mejorar de manera bastante rápida el entorno general de los microseguros.

Un **marco legal** para los microseguros debería ayudar a guiar el comportamiento del mercado hacia productos eficientes y simples que añadan valor a las estrategias de gestión de riesgos de las personas de bajos ingresos. Aunque los microseguros han evolucionado en la región en ausencia de marcos legales específicos, es claro por las respuestas de las aseguradoras que se requiere un marco legal que apoye la promoción del mercado y aclare dudas sobre seguros para personas de bajos ingresos. Dicha claridad a través de un marco legal o, al menos, de una hoja de ruta clara hacia la implementación, que aborde los distintos desafíos de los microseguros ayudaría a las aseguradoras a tomar decisiones más racionales gracias a la comprensión del entorno legal de más largo plazo donde trabajan. Se debe tratar varios asuntos clave.

- ▶ (CMH) La IAIS desarrolló un documento consultivo sobre el apoyo a la generación de mercados de **seguros inclusivos**. Este documento está diseñado para ayudar a los reguladores y a los supervisores a estructurar un marco legal para los seguros inclusivos (microseguros más amplios). Los reguladores necesitarán asistencia para evaluar sus estructuras y compararlas con las recomendaciones del documento en referencia a fin de diseñar estrategias e instrumentos legales que faciliten su adaptación cuando sea apropiado. Esto también incluye una definición de microseguros que se puede replicar en toda la región para facilitar una comprensión más consistente de los “microseguros”.
- ▶ (FCMH) El desarrollo de una estructura legal de microseguros requiere cierta asistencia a los reguladores y supervisores de seguros, pero el mayor desafío está en la **implementación**. El documento de la IAIS, por ejemplo, aconseja una regulación y supervisión proporcionales. Sin embargo, la mayoría de supervisores ha estado siguiendo métodos de supervisión prescriptivos. Este cambio hacia la supervisión proporcional es particularmente apropiado para los microseguros, pero requerirá ayuda importante para la implementación por parte de las autoridades supervisoras.
- ▶ (CMH) Las estrategias de **protección a los consumidores** son necesarias en la estructura legal, pero es crucial que la implementación de protección a los consumidores no mueva a los microseguros nuevamente hacia productos, documentos y procesos complicados, o mecanismos de cumplimiento costosos. Los microseguros se construyeron de manera eficaz al eliminar muchos de los requisitos tradicionales de protección a los consumidores como las pólizas extensas y agentes licenciados individualmente.
- ▶ (CMH) En ALC, se debe abordar el tema de la **política tributaria**. A diferencia de otras regiones, la mayoría de los países de ALC cobran IVA a las primas de microseguros. Por tanto, el mayor valor de las primas al incluir la carga impositiva, aumentan el costo de la cobertura y reducen el valor para los clientes. Debido a que los seguros reducen el riesgo financiero general para el sistema financiero, eliminar dicha carga tributaria sobre estos productos sería positivo para todo el sistema financiero. Un ejemplo en la región es Panamá, que no cobra ningún impuesto a las primas de ningún seguro. Otro es Brasil, que ofrece una reducción tributaria específica para los microseguros.

La **distribución** es crucial para la expansión de los microseguros, pero la regulación en muchos casos limita la posibilidad de utilizar una gama amplia de canales de distribución. Los que usan canales extra legales corren el riesgo de sanciones legales. Muchas aseguradoras en la región han expresado que tienen limitaciones en su expansión debido a la incertidumbre de la estructura legal. Adicionalmente, la ambigüedad legal puede reducir la protección a los consumidores. Los esfuerzos requeridos incluyen:

- ▶ (MH) **Aclarar la estructura legal** a través de leyes, decretos u otros instrumentos legales según sea el caso, permitir variedad de canales y apoyar el fortalecimiento de capacidad de los diferentes canales de distribución. También se requiere contar con mejores y más simples mecanismos de protección a los consumidores para asegurarse de que se trata a los clientes con justicia. Esto es un desafío, ya que la protección formal a los consumidores es costosa de desarrollar, implementar y administrar, y dichos costos se cargan, a la larga, al cliente de bajos ingresos. Al mismo tiempo, es necesario ampliar la posibilidad legal para actuar como agentes o intermediarios de microseguros sin requisitos onerosos sobre el agente de microseguros, pero con un vasto entrenamiento. También se debe tener cuidado con las restricciones a los agentes, tal como ponerle a las comisiones un tope legal. Tales topes, generalmente, han incidido en que la estructura de tarifas sea menos transparente.
- ▶ (CMH) Los nuevos canales de distribución pueden requerir **coordinación con otros organismos regulatorios** dentro de una jurisdicción. Tienen que considerarse las aplicaciones móviles para los microseguros, así como las transacciones a través del “dinero electrónico” y otros canales no bancarios o no de seguros, entre otras innovaciones, especialmente en algunos de los países más avanzados en la región.
- ▶ (FCM) **Mejorar la capacidad de los distribuidores** es un bien público significativo. Los siguientes pasos facilitarían este proceso:
 - ▶ desarrollo de herramientas para ayudar a las ventas y a otras interacciones con los compradores y beneficiarios potenciales,
 - ▶ asegurar que los distribuidores comprendan el valor de los microseguros para su organización; y
 - ▶ desarrollo de habilidades básicas para monitorear microseguros, de tal modo que los distribuidores puedan ayudar a mejorar el valor de los productos a sus clientes.

La educación financiera del mercado es un medio importante para ayudar al mercado a comprender los microseguros, así como para desarrollar la capacidad de la población de bajos ingresos para entender las opciones que tienen y las estrategias que podrían implementar para manejar el riesgo al que están sometidas. La educación financiera también tiene que desempeñar un papel en la protección a los consumidores. Sin embargo, una educación financiera eficaz requiere que los productos de microseguros estén disponibles para que las personas los compren luego de entender sus opciones de manejo de riesgos. Esto hace que la secuencia de la educación del mercado sea importante. Es muy fácil gastar grandes cantidades de dinero en educación del mercado y no recibir, virtualmente, ningún retorno de ese gasto. También es crucial que las intervenciones de educación del mercado sean apropiadas y eficaces. Podrían ser útiles las lecciones aprendidas en Colombia y Brasil, por ejemplo, para estructurar los programas de otros países en la región.

- ▲ (H, y algo de C y M) Ayudar al mercado a entender los beneficios, problemas y usos de los microseguros es importante. Se deben aplicar **estrategias apropiadas a las necesidades específicas de cada país y mercado de microseguros**. Estas intervenciones requieren un importante trabajo preliminar para asegurarse que el mensaje sea eficaz, el medio sea apropiado y los productos estén disponibles. Este nivel de preparación, a menudo, no está estructurado en las intervenciones de educación del mercado y suele requerir intervenciones externas para facilitarlas. La educación del mercado, además, no es una intervención de una sola vez. A veces se requieren esfuerzos repetidos.
- ▲ (H, y algo de C y M) En general, se ha dado poco seguimiento sobre la eficacia de educar al mercado. Sin embargo, el **seguimiento de los resultados y su eficacia es crucial para encontrar los métodos más eficientes desde el punto de vista financiero**. Hacer seguimiento de la eficacia de la educación del mercado de los microseguros ayudará a promover intervenciones que resulten en que las personas de bajos ingresos usen productos de microseguros. Y por ende, mejoren las estrategias generales de gestión del riesgo. Sin un seguimiento riguroso de la eficiencia de la educación del mercado y sin ajustes basados en resultados del seguimiento, los costos disuadirán muy rápidamente a cualquiera de “invertir” en la educación del mercado.

El fortalecimiento del nivel meso o intermedio ayudará a mejorar el valor y el volumen de los microseguros. Los que intervienen con microseguros se centran, habitualmente, ya sea en el nivel macro (reguladores, supervisores y estructura legal) o en el nivel micro (aseguradoras, intermediarios y canales de distribución). Sin embargo, también es necesaria una fuerte estructura intermedia de apoyo en la región.

- ▲ (H más los países más grandes de C y M) **El desarrollo de capacidades de las asociaciones e institutos de seguros** es una intervención importante para mejorar los microseguros de cada país de la región y de la región en conjunto. FASECOLDA, en Colombia, es un ejemplo internacional de una asociación de seguros eficaz que otorga grandes beneficios al sector de los microseguros. Sus esfuerzos de rastrear los datos de los microseguros, el desarrollo, pruebas piloto e implementación de los programas de educación del mercado, así como la conducción de talleres y capacitaciones para mejorar la capacidad y la disponibilidad de información para las aseguradoras en el país no se ve en ningún otro sitio del mundo. Un ejemplo como este, y el de CNSeg en Brasil, debería replicarse en los países más grandes de la región. Se debería proveer efectivamente una asistencia general a las asociaciones de la región por medio de, o a través de, FIDES, dado su nivel de compromiso con un enfoque activo sobre los microseguros y las maneras en que puede facilitar las actividades de sus miembros en esta área. Entre ellas se incluye: recolección de datos, promoción de la consistencia en definir “microseguro”, cabildeo a nombre de sus miembros para lograr buen marco legal, desarrollo de indicadores de referencia comparativos en la región y búsqueda de asistencia técnica. Los esfuerzos regionales continuos con canales de distribución como REDCAMIF pueden mejorar la eficacia de los canales de distribución y deberían expandirse. También se debería facilitar la creación de asociaciones para hacer la agregación de datos de microseguros en sus países o regiones. Entender el panorama nacional de los microseguros será un beneficio para sus miembros, tal como sucede en Colombia con FASECOLDA.
- ▲ (CM) **Desarrollo de capacidades en microseguros para las instituciones que capacitan en seguros** podría ayudar a resolver los problemas de desarrollo de capacidades a nivel micro para las aseguradoras y los canales de distribución. Posiblemente a través de FIDES (ligado al programa de desarrollo de capacidades de microseguros de la OIT) se podría adaptar un currículo de microseguros general a la región y se podría instruir a

los capacitadores de los institutos nacionales de seguros. Se podrían desarrollar algunos programas de capacitación como módulos de aprendizaje a distancia para permitir una mayor accesibilidad, especialmente en países o áreas que tienen una capacidad limitada de sostener un programa de capacitación en aula. Estos programas deberán incluir un componente de seguimiento para ayudar a los participantes a implementar las lecciones y no simplemente conseguir un certificado. Los programas de desarrollo de capacidades no son suficientes sin seguimiento eficaz. La evaluación y valoración de los resultados será clave para los esfuerzos de desarrollo de capacidades. Las instituciones no deben invertir en el desarrollo de capacidades, salvo que haya un resultado claro y positivo que cambie o mejore las prácticas de negocios, el desarrollo de productos o los procesos.

▶ (HCM) **El desarrollo de capacidades actuariales, incluyendo el desarrollo de tablas de riesgo que cubran el mercado de bajos ingresos**, beneficiaría la expansión de los microseguros. Los actuarios y los datos actuariales son elementos clave en la fijación eficaz de precios. Cuando cualquiera de ellos es débil, las aseguradoras compensan incrementando la carga de la prima. Esto hace que las primas sean más costosas y limita el potencial del mercado para el producto. Una capacidad actuarial más fuerte puede ayudar a las aseguradoras a comenzar con precios más racionales. Los microseguros también requieren productos simples a menudo con pocas o ninguna exclusión. Para tomar decisiones de manera eficaz sobre la retención, o para dejar de lado las exclusiones, también se necesitan actuarios. El mejoramiento de las capacidades podría beneficiarse de un enfoque regional.

▶ (FCM) **El fortalecimiento de las capacidades técnicas en microseguros** podría acrecentar el mercado de los microseguros en ALC. Muchas aseguradoras respondieron que no tenían el conocimiento técnico para expandir con éxito este mercado, tanto en términos de productos, como de volumen de clientes. Se necesita asistencia técnica adicional para mejorar el movimiento de estas aseguradoras hacia el camino de la evolución, de modo que puedan hacer mejores operaciones y más rentables. La capacidad de asistencia técnica es limitada en la región. La continuación y mejora del programa de Becas de Investigación de la OIT deberían ser componentes del programa de desarrollo de capacidades. Los programas de capacitación (con seguimiento y aplicación práctica) también mejorarían la capacidad en la región.

▶ (Algo de C y M) **El desarrollo de sistemas de tecnología de la información (TI)** tendría un impacto importante para las instituciones a nivel micro, las cuales suelen tener sistemas débiles o inexistentes, específicamente para los microseguros. Los sistemas tradicionales a menudo no están estructurados para grandes volúmenes de transacciones de seguros. Los canales de distribución a menudo no tienen herramientas TI eficaces para microseguros. Un enfoque tradicional es aquel donde las compañías compran sistemas específicos vinculados a sus operaciones. Resolver las necesidades de TI de cada institución para los microseguros sería sumamente costoso, aunque mejoraría el apoyo administrativo, que es el factor clave en los MS. Sin embargo, esta solución no significaría aún una mejora en la interface entre aseguradoras y canales de distribución (incluyendo nuevos medios tecnológicos de distribución y servicio). Si se desarrollan intervenciones para ayudar a las aseguradoras a mejorar sus sistemas de TI, lo cual es una clara brecha, dichos sistemas deberían estar disponibles y manejarse de manera regional. El almacenamiento de información en servidores externos, conocido como "cloud technology" ha mejorado y permite cubrir a muchas aseguradoras y canales de

distribución dentro de un rango de costos relativamente bajo. Es posible que la inversión en una compañía que brinde este servicio sea una intervención eficaz.

- ▶ (FCMH) **Es importante compartir las lecciones de otros, tanto en la región como fuera**, si se hace de manera efectiva. Las traducciones de documentos, las capacitaciones y otros materiales pueden ayudar a aprovechar las lecciones aprendidas en los microseguros y a apoyar la inversión de los donantes y de otros. Sin embargo, una divulgación eficaz de dichas lecciones y herramientas es crucial. Se puede desarrollar un sistema que ayude a los actores apropiados del mercado a recibir e implementar la información. La simple distribución de documentos no es suficiente para producir un cambio significativo en la región. También se necesita probar y aplicar métodos alternativos, incluyendo: intercambios de experiencias, difusión en audiencias segmentadas y específicas, estudios de casos, y evaluación de la implementación. Esto podría ser una función importante para las asociaciones de seguros locales y regionales.

10.2.

BIENES PRIVADOS

Los bienes privados son aquellos que benefician exclusiva y directamente a instituciones específicas. Las lecciones aprendidas de dichas experiencias pueden originar bienes públicos, tales como la difusión de lecciones o los beneficios catalizadores más generales de replicación, una vez que una experiencia resulta exitosa. Además, se debería esperar que la intervención origine grandes volúmenes de clientes, mejor valor del producto y procesos más eficientes. A medida que un país avanza a lo largo de la trayectoria de los microseguros, los bienes privados financiados a través de fondos públicos se hacen menores y menos apropiados. Cuando el mercado es avanzado en los microseguros —grandes volúmenes de asegurados, alcance y profundidad de los productos que se ofrecen, intermediarios y canales de distribución numerosos y variados— hay un valor limitado en las intervenciones privadas financiadas públicamente. Los fondos públicos deberían ayudar a impulsar un mercado y, en los mercados avanzados (el grupo híbrido), ya existe impulso, de modo que las intervenciones privadas probablemente tendrán un impacto menos aprovechable. Algunos bienes privados que resuelven las brechas anotadas anteriormente incluyen:

- ▶ (CM) **Ayudar a las instituciones a entender sus estructuras de costo** no solo beneficiará a las instituciones, sino que también ayudará a las instituciones a ofrecer mayor valor a los clientes. Los canales de distribución en ALC suelen cobrar comisiones relativamente altas y, a veces, también cobran tarifas por asociación. Las aseguradoras necesitan que los microseguros sean rentables y a menudo piensan que se reALCiona exclusivamente con la siniestralidad. Sin embargo, la tasa de siniestros es solo una parte de la rentabilidad. Es crucial comprender mejor los costos operativos reALCionados con los microseguros para entender la estructura de costo total de los productos. Esto es importante para la fijación de precios y comisiones (las que deberían basarse en costos, más un margen adicional justo). Resolver este asunto debería ayudar a racionalizar las primas de microseguros y permitir toma de decisiones basadas en hechos.
- ▶ (FC) Debería desarrollarse una **estructuración institucional de los microseguros**. Ayudar a las instituciones a implementar una estructura apropiada puede tener un gran impacto en la eficiencia y en el enfoque, permitiéndoles ofrecer mejores productos y atraer a más clientes.

- ▶ (FC) **La facilitación de cambios paradigmáticos** crearía un cimiento sólido para el desarrollo de los mercados de microseguros. Las instituciones que están comenzando con microseguros tienen que reconocer el cambio paradigmático que se requiere para tener éxito en este mercado. El desarrollo de productos "simples", minimizando las exclusiones, generando procesos eficientes, fijando precios de manera eficaz, desarrollando programas de mercadeo, trabajando de cerca con los socios de distribución, entre otros, requiere de cambios dentro de la institución y de su personal. Ayudar a las instituciones a pasar por este cambio exige, normalmente, cierto nivel de intervención institucional específico.

Las intervenciones en microseguros no deberían ser permanentes. Los donantes y los inversionistas deberían tener un enfoque evolutivo respecto de los microseguros. Esto requiere:

- ▶ Una visión de lo que será necesario con el tiempo dentro de una intervención;
- ▶ Un plan preliminar que considere cómo y qué datos/información/lecciones se aprovecharán para maximizar el retorno sobre la intervención; y
- ▶ Una estrategia de salida.

11

CONCLUSIONES

Actualmente, más del 7,6 % de la población total de la región está cubierta por microseguros. Esto es casi el doble que en África. En ALC, el mercado está cubierto principalmente con productos de vida de bajo valor y contra accidentes personales. Hay un enorme alcance y necesidad en la región de expandirse más allá de los productos básicos e incrementar el volumen de personas cubiertas. Una tasa de cobertura de 7,6 % no debería hacernos dormir sobre nuestros laureles. Existe todavía una gran necesidad de mejores productos, mejores respuestas a las necesidades del mercado y de la demanda, y mejor infraestructura —física, recursos humanos, marcos legales y estructuras de apoyo— para resolver las necesidades de gestión de riesgos de los mercados de bajos ingresos en la región, mientras se expanden las oportunidades en el mercado para las aseguradoras.

Los microseguros en América Latina y el Caribe varían entre países en cuanto a desarrollo y madurez. El crecimiento del sector en la región se ha producido principalmente en ausencia de donantes e incentivos regulatorios, lo que le ha dado a la región un carácter muy diferente al de África o Asia. A lo largo de los últimos cinco años, los microseguros, en la región, han madurado significativamente, lo cual resulta en una combinación positiva de una llegada a un público más amplio, mayor variedad de canales de distribución y, en algunos casos, traslado hacia productos que ofrecen, probablemente, un mayor valor a los mercados de bajos ingresos de la región. Estos desarrollos positivos tal vez continuarán, en la medida en que cada vez más aseguradoras logren la rentabilidad de sus operaciones con mercados de bajo ingresos y consideren a estos como componentes integrales de sus estrategias de seguros.

Hay demasiadas lecciones que no se están aprovechando en la región y, en algunos casos, el alejamiento de un donante conlleva el cierre de los programas.

El cambio de la trayectoria de los microseguros en ALC implicará intervenciones en una serie de áreas, tales como las que se señalaron antes. Se requerirá cierto nivel de intervención para lograr mejoras significativas, las cuales, en algunos casos, deben secuenciarse para lograr máxima efectividad. Para alcanzar una mayor efectividad en las intervenciones de los donantes se deberían centrar en los mercados impulsados por el mercado crediticio, y los impulsados por el mercado masivo. Los países de frontera requieren asistencia, pero los volúmenes y valores aparecerán lentamente, debido a que están en una etapa temprana del desarrollo de los microseguros. Puede ser mejor dejar que algunos precursores de los microseguros comiencen a desarrollar microseguros y demuestren compromiso antes de realizar intervenciones importantes. Los países híbridos requieren menos intervención, pero sus lecciones y experiencias podrían beneficiar al resto de la región.

Los microseguros seguirán creciendo en la región. Sin intervenciones clave, el crecimiento continuará con la misma trayectoria de los productos básicos y con un impulso hacia los mercados masivos. Aunque esto es beneficioso para la región, se necesita mucho más en los mercados de familias de bajos ingresos. Las intervenciones anotadas aquí pueden ayudar a llevar la cobertura al 50 % o más, con una mayor oferta y gama de productos necesarios y con servicio eficiente para beneficio de los mercados de bajos ingresos y de los canales de distribución y las aseguradoras.

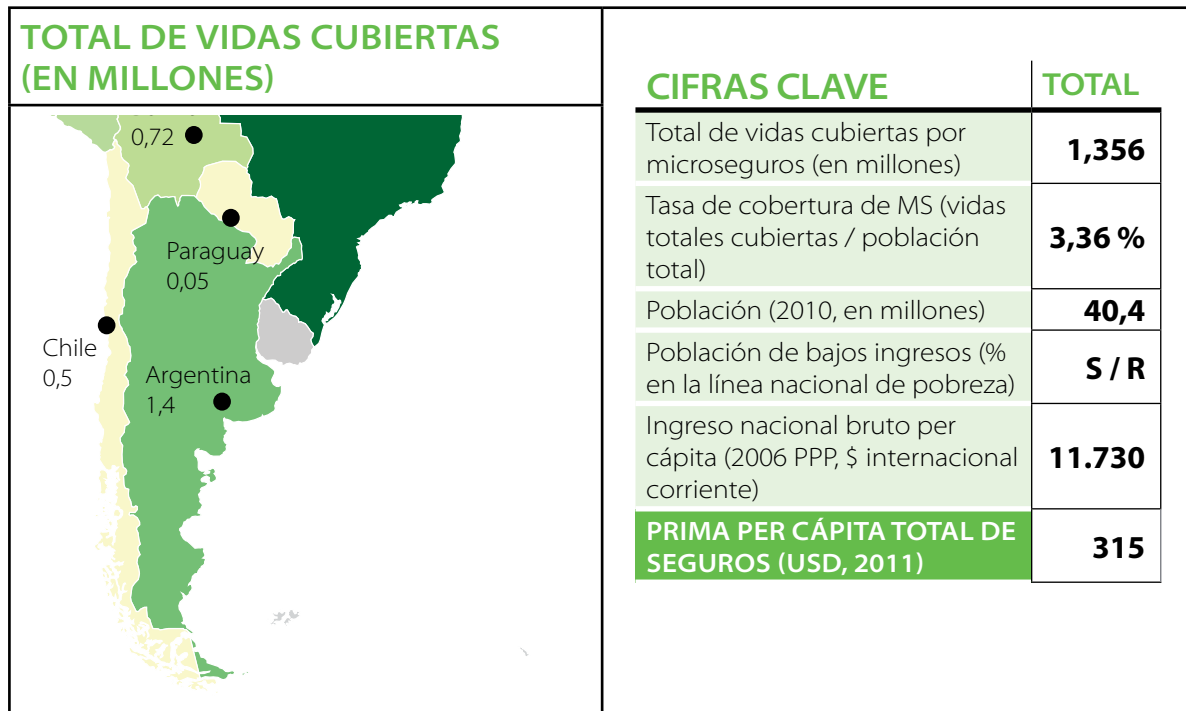
12

PRESENTACIONES DE PAÍSES

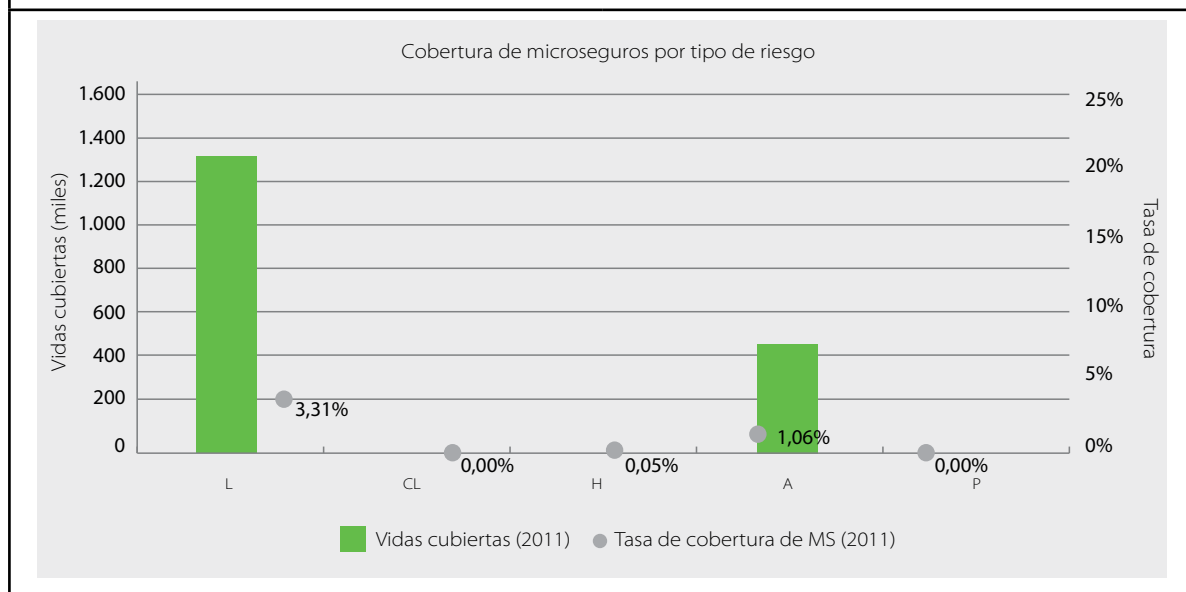
Esta sección contiene un corto análisis del mercado de microseguros en cada país del estudio. Los datos sobre microseguros presentados provienen de este estudio, y las otras cifras clave reflejan los informes disponibles en la base de datos de Indicadores de Desarrollo del Banco Mundial. La tasa de cobertura se define como las vidas totales cubiertas por microseguros divididas entre la población total. Nótese también que las cifras de vidas totales cubiertas por microseguros enumeradas en la tabla no son la suma de subtotaes de la cobertura por tipos de riesgo. Como la mayoría de seguros ofrece cobertura múltiple, la suma de los subtotaes es casi siempre mayor que el número total de asegurados, eliminando el conteo doble. Los datos agregados para cada país pueden verse y bajarse de mapas interactivos en: <http://www5.iadb.org/mif/en-us/home/knowledge/developmentdata/microinsurance.aspx> y <http://www.microinsurancecentre.org/landscape-studies.html>.

ARGENTINA

FRONTERA



COBERTURA DE MICROSEGUROS POR TIPO DE RIESGO



Situación de los microseguros: El mercado de los microseguros en Argentina es pequeño y no está desarrollado. Esto refleja, en gran medida, el hecho de que el sistema de protección social del país se encuentra entre los más generosos de la región e, incluso, los trabajadores del sector informal han recurrido a los servicios públicos y los sistemas de transferencias por décadas. Los servicios sociales, particularmente la atención de salud, siguen siendo confiables y dentro del alcance incluso de las poblaciones más pobres y rurales. Además de los servicios de salud pública, 4 millones de argentinos reciben asistencia social y de bienestar del gobierno en la forma de pagos mensuales de dinero. Este sistema de bienestar ha sido criticado por su política relajada. En el sector formal, el mandato del gobierno cubre a todos los empleados

con una póliza de seguro de vida de ARS 12.000 (USD 2.500), pagada por los empleadores al bajo costo de ARS 24 (USD 5). Aunque los seguros a los que el gobierno obliga no cubren a los empleados del sector informal, muchos trabajadores del sector informal están reasignados con al menos un empleado formal (a menudo el sector público) y se benefician así de las coberturas familiares.

Fortalezas: Sector cooperativo fuerte.

Desafíos: Falta de canales de distribución, regulación, reaseguro, y conocimiento, confianza y demanda por parte de los clientes.

Existen algunas aseguradoras que ofrecen productos de seguros de bajo costo, normalmente hechos a la medida para clientes de bajos ingresos del sector formal, en algunos casos distribuidos a través de grupos de empleadores (productos de seguros de vida obligatorios) y en otros, a través de funerarias. Sin embargo, la distribución de seguros más allá de los programas obligatorios para los trabajadores formales es un desafío. Las IMF no han sido capaces de ayudar en la distribución, ya que se estima que estas sirven solo, aproximadamente, a 45.000 clientes, y cada IMF sirve a un número de clientes muy reducido.

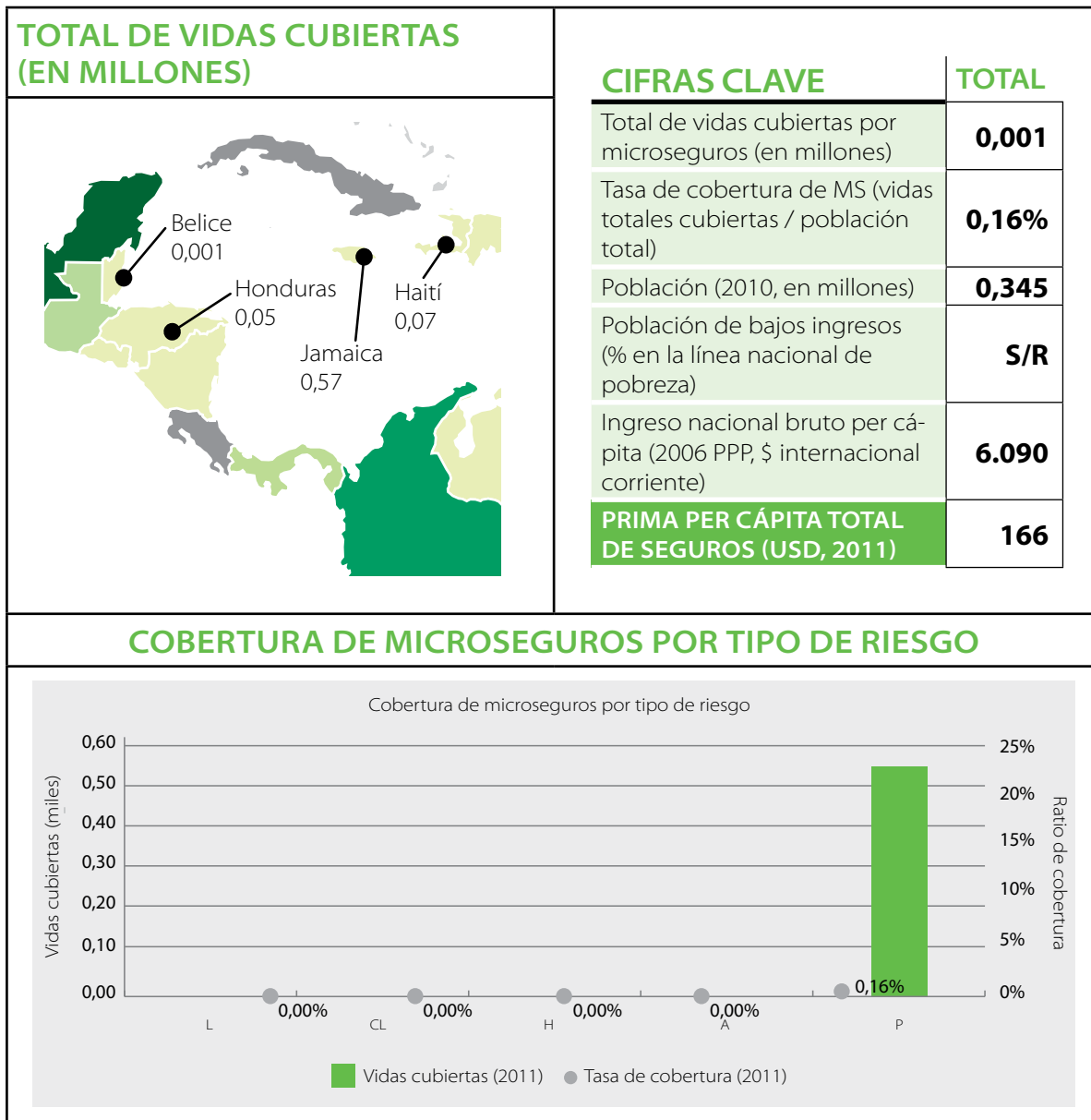
Las aseguradoras también citaron otros desafíos como una falta de reaseguramiento y de regulaciones específicas. La obtención del apoyo de reaseguradoras ha sido difícil, disminuyendo aún más el interés de las aseguradoras de entrar en el mercado micro. Las aseguradoras que fueron entrevistadas parecían estar abiertas a la idea de ofrecer productos de microseguros si hubiera regulación al respecto, implicando que esto las ayudaría a obtener más fácilmente apoyo de reaseguradoras. En 2011, las aseguradoras y las IMF insistieron en que se contara con regulación, pero el Superintendente de Banca y Seguros no ha desarrollado ninguna regulación que resuelva los problemas de los microseguros.

El futuro: brechas y oportunidades: Como corolario de la conciencia respecto a microseguros que el Superintendente manifestó en 2011, es posible que se tome acción y se trabaje en crear legislación de microseguros, y por tanto, haya una barrera menos. Al mismo tiempo, a pesar de los desafíos de la regulación y distribución, Argentina ha comenzado a avanzar con productos de microseguros. Existe actualmente un estudio piloto que hacen PlaNet Finance, Sancor Seguros e Impulso Argentino, una agencia gubernamental de desarrollo económico basada en donaciones. El producto estuvo diseñado teniendo en mente específicamente, a los clientes más pobres desde las IMF de Argentina. Es fácil de entender, de bajo costo y sin exclusiones. Las metas son crear una cultura de seguro entre los pobres y adquirir un mejor conocimiento de los aspectos socioculturales de la base de clientes potenciales.

12.2.

BELICE

FRONTERA



Situación de los microseguros: Los productos que se consideran microseguros en Belice hoy día, se parecen mucho a los microseguros que existían en los años 60 y 70. Estos productos tenían primas bajas y aseguraban pequeñas sumas e implicaban una cobranza semanal de las primas por medio de agentes puerta a puerta. Sin embargo, se los eliminó en los años 80, ya que el mercado se trasladó hacia productos y más complejos que estaban dirigidos a segmentos de mayores ingresos. Los productos más cercanos a los microseguros hoy en día los ofrecen las cooperativas de ahorro y crédito, las que proveen a sus miembros "planes de beneficios" que se parecen a seguros, la mayoría de manera informal. Sin embargo, la mayor parte de estas primas son demasiado altas para caer dentro de nuestra definición de microseguros. Con base en conversaciones con aseguradoras y otros interesados, incluyendo el personal local del BID y el regulador de seguros, se reconoce que existe una necesidad de llegar al mercado de bajos

ingresos con seguros, y las aseguradoras parecen estar interesadas en desarrollar programas de microseguros.

Fortalezas: Relativamente fuerte sector cooperativo.

Desafíos: Problemas de acceso, falta de conocimiento, confianza y demanda por parte de los clientes, falta de diseño para las necesidades de los clientes de bajos ingresos, falta de regulación.

Las partes interesadas, por lo general, estuvieron de acuerdo con que los productos de seguros más disponibles están lejos de ser asequibles para los segmentos de bajos ingresos y que el costo es el obstáculo principal para la implementación de programas exitosos de microseguros. Los involucrados en este sector dan una serie de otras razones para el hecho de que los microseguros se hayan desarrollado lentamente en Belice. Superar la falta de conciencia y confianza en los seguros entre las poblaciones de bajos ingresos es un desafío clave, aunque otros (incluyendo al regulador) sugieren que esta no es una barrera. Otros indican que el tipo de cobertura a menudo es inapropiado para las personas de bajos ingresos. Por ejemplo, los productos de seguro de propiedad disponibles actualmente en el mercado no sirven para los tipos de casas que habitan las personas de bajos ingresos: las casas de madera prensada no son asegurables y la prima sobre casas de madera, normalmente, es más alta que la de las casas de concreto.

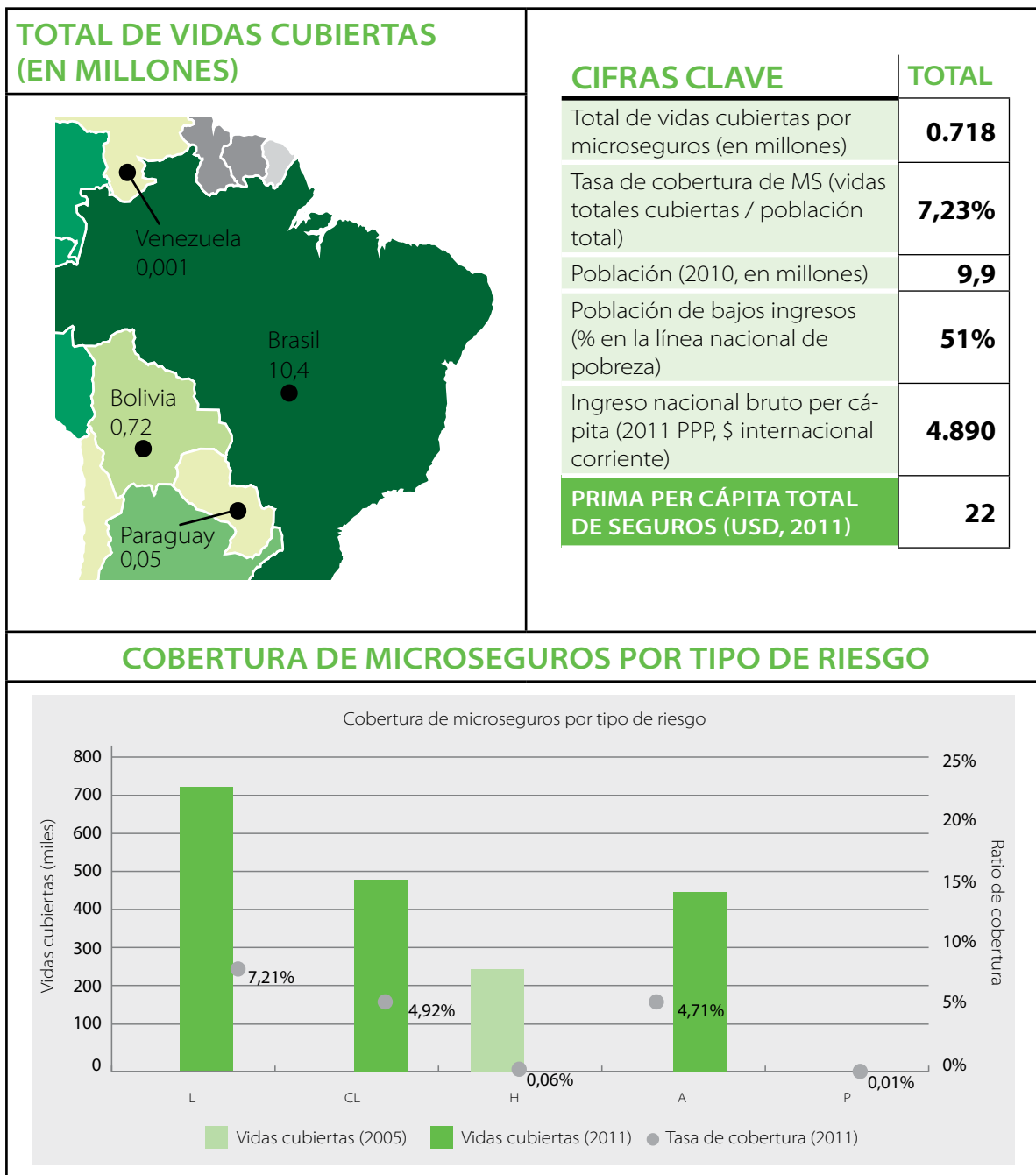
El regulador ha sugerido que parte de la razón por la que los microseguros se han desarrollado lentamente ha sido la ausencia de una regulación específica a los microseguros. En una entrevista para este estudio, se reportó que el regulador está actualmente revisando la ley de seguros para hacer que cumpla con las nuevas normas internacionales y para lograr que sea más fácil ingresar a esta línea de negocio para las aseguradoras comerciales existentes y nuevas compañías.

El futuro: brechas y oportunidades: Los interesados han demostrado disposición para ofrecer microseguros a la población de bajos ingresos de Belice. Las aseguradoras están trabajando actualmente en el desarrollo de productos de microseguros para crédito vida, sepelio, indemnización en hipotecas y seguros de propiedad basados en índices. Incluso, si se resolviera solo una parte de las debilidades mencionadas anteriormente, los microseguros podrían tener un brillante futuro en Belice.

12.3.

BOLIVIA

IMPULSADO POR EL CRÉDITO



Situación de los microseguros: Los microseguros tienen una gran historia en Bolivia, ya que han crecido junto con el dinámico mercado de microfinanzas e impulsados por requisitos regulatorios del mercado microfinanciero y por la protección de la cartera de préstamos de las IMF. Como resultado del creciente mercado de seguros de vida-crédito (desgravamen) obligatorios, las IMF fueron las primeras en comenzar a ofrecer otros productos voluntarios. Esta innovación llevó a un mayor desarrollo en el mercado, comenzando con la creación de una amplia gama de productos, incluyendo salud, accidentes, robo, propiedad e, incluso,

algunos productos de seguros agrícolas, los que pueden verse en la tabla a continuación. Con base en el énfasis de los donantes en los principios de los "micro" seguros, se apoyó el desarrollo de productos más flexibles con menores exclusiones. Hoy en día, el mercado es uno de los más sofisticados en ALC en términos de riesgos cubiertos, así como simplicidad y acceso. Las aseguradoras, corredores y las IMF compiten activamente en el mercado. También ha evolucionado la protección a los clientes, ya que las IMF se han vuelto más sofisticadas en el servicio de las necesidades de los clientes y en sus derechos como consumidores. Las comisiones de las IMF han seguido siendo razonables (entre 12% y 18 %), lo cual ha permitido el desarrollo de los productos y ha mantenido los precios bajos para la población.

Fortalezas: Productos simples y asequibles, líneas de negocio diversas, protección al consumidor, apoyo regulatorio, corredores activos en microseguros.

Desafíos: Faltan canales de distribución, dificultad de acceso a productos complejos, falta de conocimiento del cliente.

Ha habido poca innovación en la distribución y los microseguros siguen concentrados en el sector de microfinanzas con productos ligados al crédito. Las aseguradoras que trabajan con el sector de microfinanzas no saben cómo explorar nuevos canales y encuentran atractivos retornos en los productos de desgravamen.

Aunque se han desarrollado productos para múltiples riesgos, el acceso sigue siendo un problema. Las IMF se están centrando en clientes con mayor poder adquisitivo, ya que la venta resulta más fácil. Si bien han surgido algunos esfuerzos para recortar costos, todavía la cobertura voluntaria para vida, propiedad y salud es difícilmente abordable para muchos de los clientes de bajos ingresos.

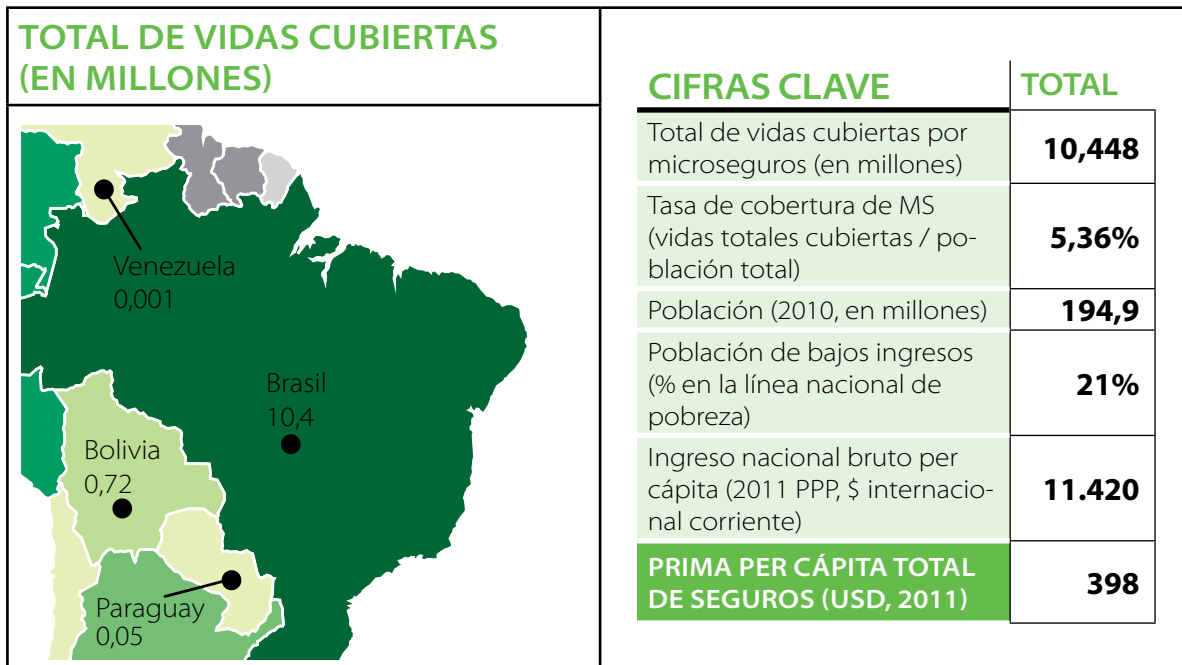
La barrera principal que se percibe en el mercado es la limitada demanda por parte de grupos de bajos ingresos. En Bolivia se tiene el caso de un producto de microseguros cuyo éxito se atribuyó a una fuerte plataforma de educación de las áreas rurales y urbanas. Sin embargo, esa estrategia es costosa y no parece viable entre las IMF que están más enfocadas hacia lo comercial.

El futuro: brechas y oportunidades: Las IMF de Bolivia tienen un poco más de un millón de clientes, pero la población que vive por debajo de la línea nacional de pobreza está más cerca de los seis millones de personas. Para llegar a estos clientes potenciales, los proveedores deben encontrar canales de distribución alternativos.

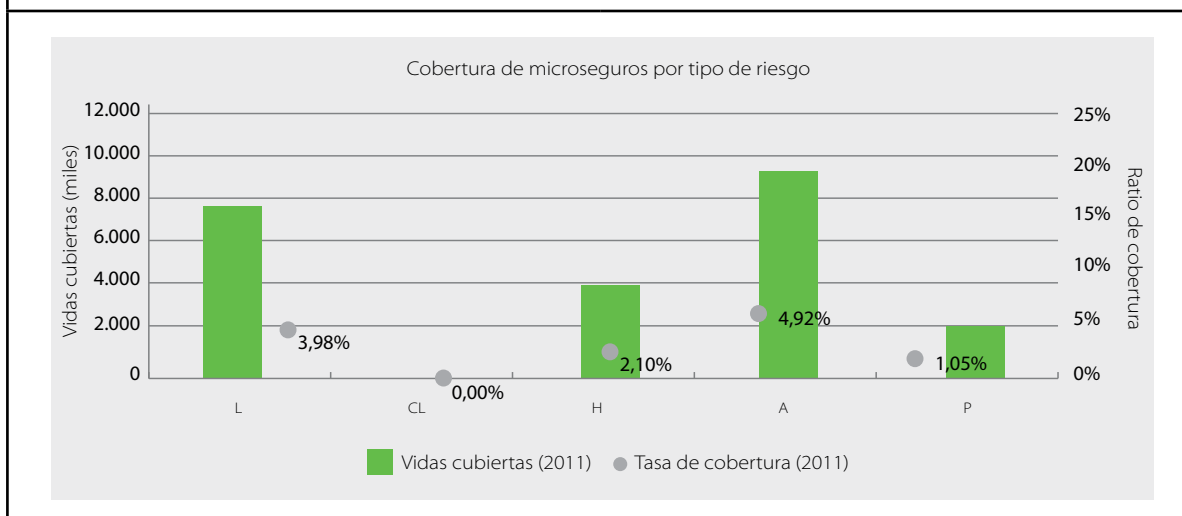
12.4.

BRASIL

MERCADO MASIVO



COBERTURA DE MICROSEGUROS POR TIPO DE RIESGO



Situación de los microseguros: Los microseguros comenzaron en Brasil bajo el nombre de seguros populares. Son ofrecidos principalmente por las grandes aseguradoras formales y comerciales. Los reguladores en Brasil culminaron recientemente el desarrollo de "8 Circulares" que regulan todos los aspectos de los microseguros. Cada una se ocupa de un tema diferente como capital y solvencia, operaciones, canales de distribución, tributación, capitalización y uso de la tecnología. Los importantes programas de protección social del gobierno de Brasil cubren muchas de las necesidades básicas de las familias pobres y de bajos ingresos. Por tal razón, los productos de seguros tienen el objetivo de ser complementarios y no deberían replicar servicios existentes. La regulación de seguros de salud requiere que los productos ofrezcan la misma (o mejor) cobertura que los programas del gobierno, lo que puede encarecer los seguros de salud para los clientes de bajos ingresos. En respuesta, las aseguradoras han incluido componentes

tangibles (descuentos en farmacias, boletos de lotería, descuentos en tiendas seleccionadas y consejos de nutrición o belleza con asistencia por medio de un centro de llamadas) en el diseño de los microseguros para hacer que los productos sean más atractivos.

Importantes iniciativas de investigación del mercado están dando forma a las iniciativas de las aseguradoras. Se está canalizando mucho de la investigación y desarrollo para entender las necesidades y preferencias de los segmentos de bajos ingresos "C" y "D". Debido a los altos retornos de esta estrategia de largo plazo, algunas aseguradoras están comprometidas con los microseguros y han estado invirtiendo en hacer investigaciones en profundidad así como en campañas de mercadeo y educación. Algunas aseguradoras están evaluando si necesitan crear una compañía aparte para operar los productos o si solo necesitan un departamento especializado. Muchas otras aseguradoras parecen haber tomado una actitud "expectante" mientras aprenden más sobre este mercado antes de dar los siguientes pasos.

La regulación reciente ha mostrado ser útil, aunque en algunos aspectos también ha resultado ser en cierta manera onerosa para las aseguradoras. Se han hecho esfuerzos para mejorar la protección a los consumidores en todo el mercado y la Agencia de Protección al Consumidor puede ser un ejemplo para otras.

Fortalezas: Fuerte interés de parte de los reguladores y de algunas aseguradoras, clase media extensa y en crecimiento; el supervisor está comprometido con la expansión de los microseguros.

Desafíos: Distribución limitada entre las poblaciones más pobres y áreas rurales; valor limitado para los clientes.

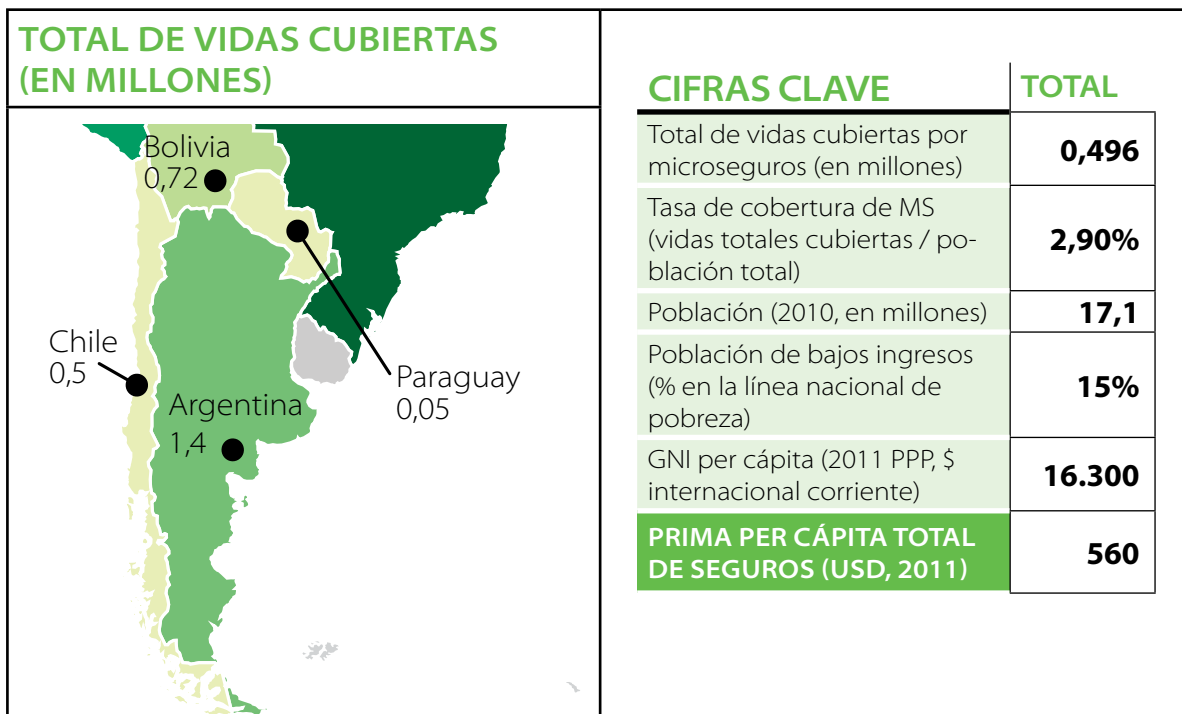
La distribución es una restricción importante para el sector de los microseguros en Brasil. Las instituciones financieras, incluyendo a las aseguradoras, tienen acceso limitado a las favelas y a los vecindarios de bajos ingresos y han identificado que es necesario que las ventas se hagan a nivel comunitario. La cobranza de primas en esas áreas es muy difícil insertarlas a un programa de microfinanzas todavía joven que utiliza agentes bancarios para cobrar pagos de préstamos y que ha incluido las primas de microseguros en estos pagos. Sin embargo, dado el alcance limitado de las microfinanzas en Brasil, el impacto es reducido en términos de potencial de crecimiento. Las experiencias con ventas puerta a puerta a través de un corredor también plantearon numerosos retos. La experiencia con la distribución a través del Banco Postal podría ofrecer algunas lecciones para las aseguradoras. La evaluación de estas experiencias y la difusión de las lecciones podrían tener gran influencia en toda la región.

Debido a su enfoque comercial, las aseguradoras hacen poco esfuerzo para identificar el valor o desempeño social de los productos y rara vez se hace seguimiento de los beneficiarios después de pagar los siniestros. La protección a los consumidores es una parte cada vez más importante de los microseguros. Una comisión de aseguradoras ha estado trabajando en las reglas de protección a los consumidores, incluyendo los microseguros.

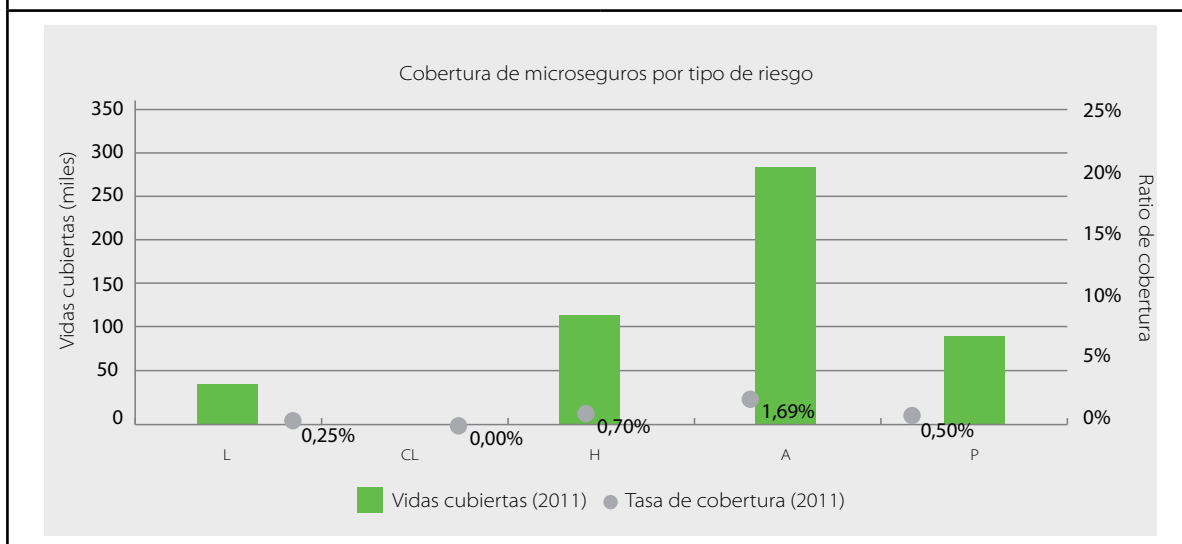
El futuro: brechas y oportunidades: Las oportunidades incluyen expansión continua y fuerte a través de la distribución del mercado masivo; mejoras en la cobertura a través de las IMF y agencias bancarias; tecnologías que faciliten la cobranza de primas, gestión de siniestros y otros procesos; no perder la concentración en los mercados de bajos ingresos en beneficio del mercado medio; desarrollo de productos innovadores que respondan al mercado; expansión a las áreas rurales a través de mejores sistemas y tecnología; y mejores conexiones con los importantes programas gubernamentales y otros que llegan actualmente a áreas no atendidas.

12.5. CHILE

MERCADO MASIVO



COBERTURA DE MICROSEGUROS POR TIPO DE RIESGO



Situación de los microseguros: Chile tiene una de las industrias financieras más maduras en ALC. Sin embargo, los microseguros en Chile son limitados. Los seguros del mercado masivo se vienen ofreciendo desde hace algún tiempo, principalmente a través de tiendas minoristas, como son las tiendas por departamentos y supermercados, los cuales tienen los niveles de penetración más altos de supermercados de la región (70%). Aunque estos canales sí llegan a clientes de bajos ingresos, los productos del mercado masivo no están necesariamente adaptados para el mercado de bajos ingresos. Uno de los supermercados más grandes de Chile desató un escándalo, en 2011, cuando resolvió refinanciar préstamos de clientes que tenían

tarjeta de crédito sin su consentimiento. Este hecho puso en evidencia la evidente necesidad de trabajar en protección al consumidor.

Fortalezas: Fuerte sector financiero, gran red de distribución masiva.

Desafíos: Regulación (aseguradores fuertemente regulados y canales de distribución no regulados), falta de redes de distribución alternativas, falta de protección al cliente, falta de conocimiento por el asegurador.

La regulación restringe el desarrollo de productos simples para clientes de bajos ingresos exigiendo documentos de pólizas detallados y largos, frecuentemente con extensas listas de exclusiones, y largos periodos de espera. En contraste, se deja sin regular a los canales de distribución y las ventas abusivas. La falta de transparencia y la desinformación son comunes en las transacciones de seguros con algunas compañías minoristas. La falta de transparencia y protección de parte del canal de distribución hace que sea difícil crear confianza en las compañías de seguros y en sus productos.

Aunque las aseguradoras reconocen que están limitadas por la rigidez de las regulaciones, los canales de distribución y de pagos, no han hecho esfuerzos por buscar canales alternativos claros. El sector de microfinanzas en Chile está dominado por un pequeño número de bancos y liderado por un gran banco de propiedad estatal. Las instituciones de microfinanzas más pequeñas no son muy sofisticadas desde el punto de vista financiero, ofrecen solo uno o dos productos crediticios y las autoridades regulatorias no les permiten captar ahorros. De esa manera, sus procesos, capacidad de ventas y sistemas no están bien desarrollados y sufrirían si ofrecieran nuevos productos, incluyendo los seguros. Las cooperativas también son relativamente pequeñas y están concentradas en las áreas rurales.

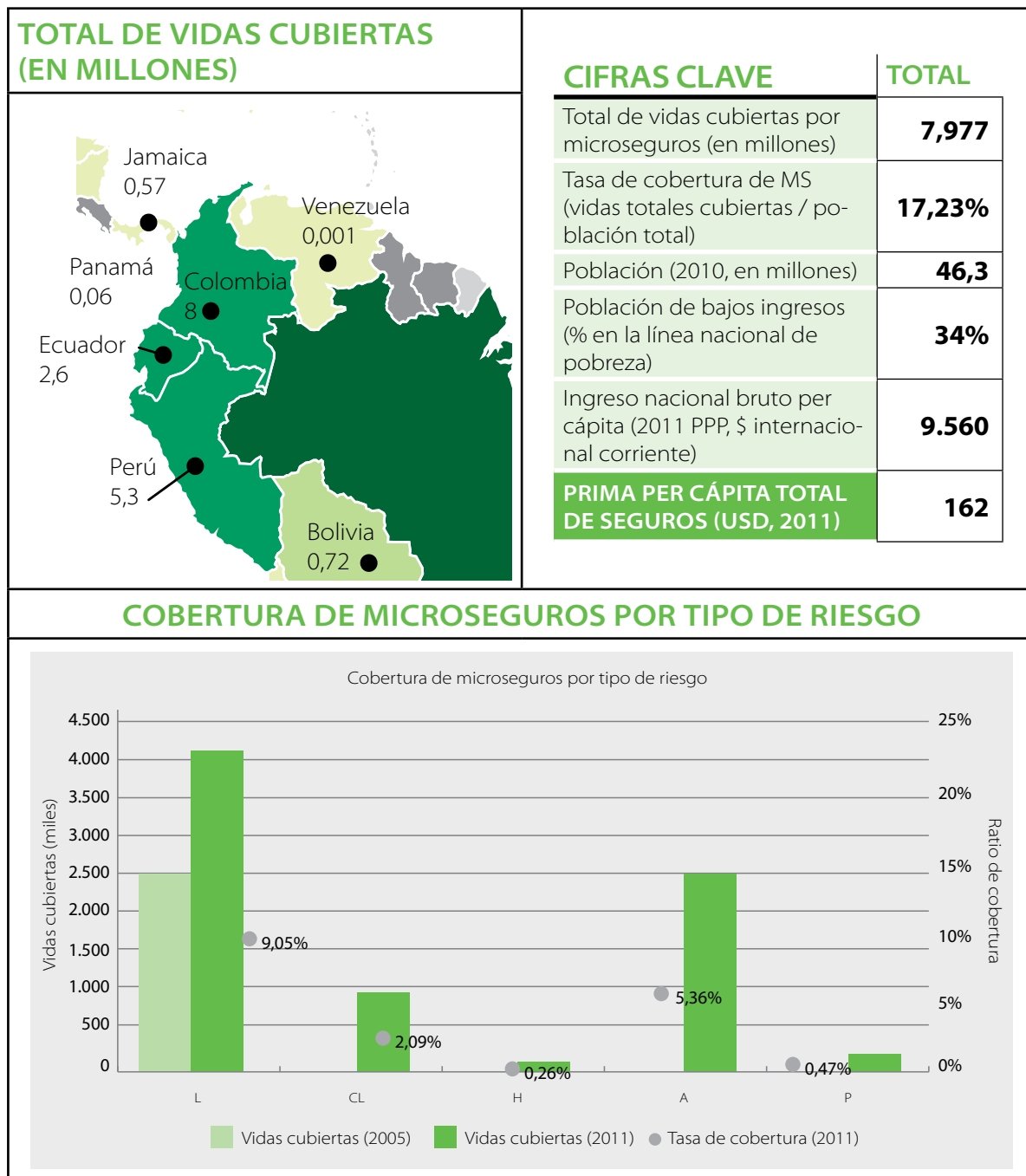
El futuro: brechas y oportunidades: El gobierno ha comenzado a avanzar con los microseguros, intentando captar el interés de algunas aseguradoras comerciales. Con fondos de un donante, el gobierno difundió un estudio sobre el potencial de los microseguros en Chile y ahora está trabajando en un producto subsidiado. Las aseguradoras han respondido realizando sus propios estudios de demanda para comprender mejor las necesidades de los clientes. En algunos casos, el gobierno ha intervenido para ayudar, mediante la distribución, desarrollando asociaciones con el sector comercial. El ejemplo más notable es el de la producción agrícola. Sería útil colaborar más con el gobierno para que su enfoque de los microseguros sea más estratégico.

Aunque este movimiento es positivo, es importante tratar los problemas regulatorios y de los canales de distribución para lograr un mercado eficiente de microseguros que incluya análisis de esfuerzos de educación del mercado, así como iniciativas de protección a los clientes.

12.6.

COLOMBIA

HÍBRIDO



Situación de los microseguros: Los microseguros tienen una historia sólida y larga en Colombia, que se inició con aseguradoras comerciales y cooperativas en los años 70. Estos productos fueron diseñados para personas de bajos ingresos desde el inicio, y generalmente se dirigían a llenar los vacíos en la protección social pública. Hoy en día, el mercado de los microseguros es dinámico, comercialmente sostenible, e incluso rentable, y ya hay 25 aseguradoras que reportan actividades de microseguros a FASECOLDA, la asociación gremial. FASECOLDA ha tenido grandes ventajas para las aseguradoras a través de sus programas de educación del mercado de microseguros y su sólida evaluación de estos programas, así como gracias a sus

actividades de desarrollo de capacidades, recolección de datos y su papel de representación. FASECOLDA es verdaderamente un ejemplo para el resto de la región y, por cierto también, para la asociación regional de seguros, FIDES.

Las aseguradoras han desarrollado productos creativos para microempresarios y otros clientes de bajos ingresos, principalmente a través de sus áreas de mercado masivo o "affinity". Estos grupos han comenzado a explorar la distribución a través de remesas, boletos de lotería y teléfonos celulares, así como directamente a través de ventas de puerta en puerta. Esto es principalmente en respuesta a los crecientes costos de canales como las instituciones de microfinanzas y los servicios públicos. El servicio al consumidor también es fuerte en Colombia debido a la competencia en el mercado. Sin embargo, la naturaleza comercial y altamente competitiva de este mercado ha creado tensión entre la rentabilidad para los proveedores y sus canales de distribución, y el valor para los clientes.

Fortalezas: Canales de distribución alternativos, competitivos, creativos y rentables.

Desafíos: Productos limitados de alto valor e innovación, falta de conocimiento del cliente, costos de distribución muy altos.

Aunque existe la posibilidad de expandir el mercado en Colombia, ya se han aprovechado las oportunidades más fáciles. Los principales canales de distribución, las instituciones financieras (bancos, IMF y cooperativas) y las compañías de servicios públicos (principalmente electricidad y gas), ya están casi totalmente utilizados. La mayoría de IMF grandes y medianas ofrecen ahora, al menos, un producto (desgravamen) y, a menudo, dos o más productos de seguro. Las IMF también son un canal costoso, porque a menudo exigen altas comisiones, entre 30% y 50%, y requieren corredores, los que añaden otro 10%. Estas altas comisiones erosionan el valor e incrementan el precio para los clientes.

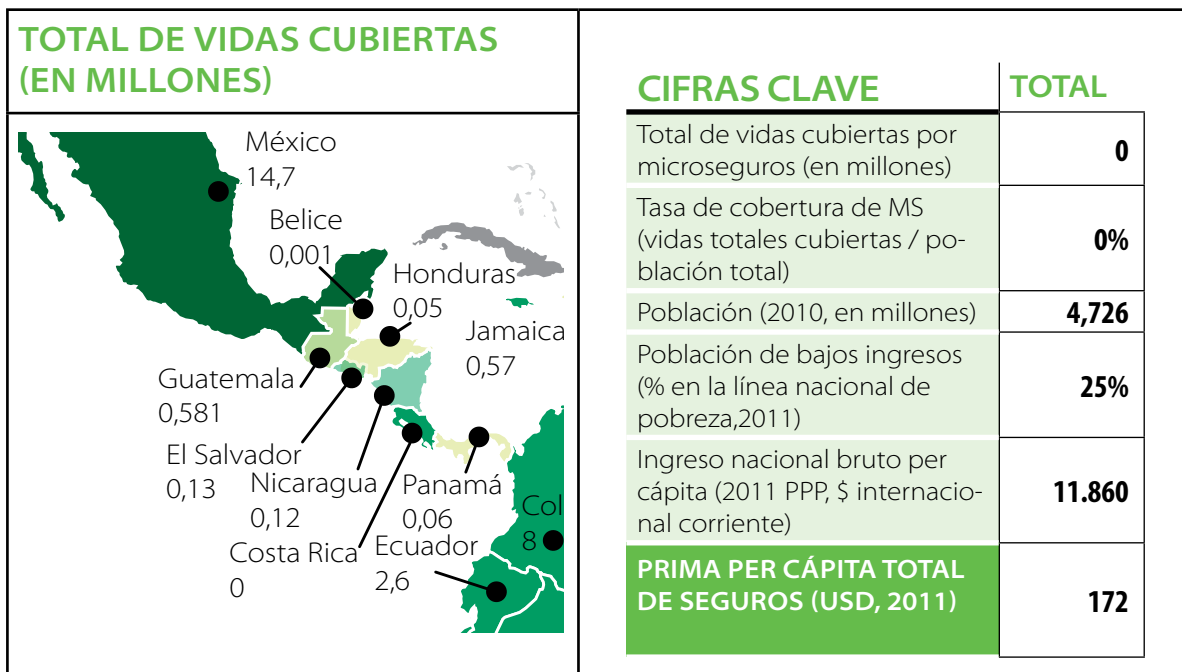
Las aseguradoras competitivas y orientadas a las utilidades también limitan el valor para los clientes. Varias aseguradoras comerciales reportaron que los nuevos productos tenían que ser rentables en un año, sin importar el valor social, lo que provocó que las compañías evitaran productos que pudieran implicar altos siniestros, lo cual limita la inversión y la innovación. La mayoría de productos en Colombia son coberturas simples de vida y accidentes, y con las estrategias actuales, proporcionar productos de valor más alto como salud y propiedad será un desafío importante.

El futuro: brechas y oportunidades: La educación al cliente puede incrementar la demanda, y la industria de seguros ha financiado una campaña de educación conjunta a través de FASECOLDA. Sin embargo, la educación rendirá resultados limitados si no incrementan el valor y la asequibilidad de los productos. Los proveedores y canales de distribución tienen que cambiar su enfoque de rentabilidad de corto plazo a largo plazo, mayor participación en el mercado y lealtad de los clientes, entre otras cosas. Las aseguradoras deberían aprovechar la infraestructura existente, tales como los centros de llamadas, para desarrollar una mayor distribución, particularmente en las áreas rurales (aunque tendría que tomar en consideración la regulación existente para los centros de llamadas). Los seguros agrícolas siguen siendo una oportunidad importante. En vez de concentrarse en ellos, la creatividad se ha centrado en conseguir productos baratos, de bajo valor para los clientes, a través de supermercados, teléfonos celulares o boletos de lotería. Todavía hay mucho que hacer para dar un mejor valor al cliente, incluyendo añadir "asistencias", como en México y Brasil.

12.7.

COSTA RICA

FRONTERA



Situación de los microseguros: El sector de seguros en Costa Rica fue un monopolio controlado por el estado. Las primeras aseguradoras privadas recibieron autorización para comenzar sus ventas en 2010. Sin embargo, a pesar del rápido crecimiento, la cobertura para los seguros generales sigue siendo baja, y la mayoría de pólizas se administran todavía desde la compañía estatal. No se identificaron microseguros en Costa Rica, lo cual, en parte, es un resultado de un mercado de seguros muy nuevo y, en parte, debido a los programas de asistencia pública para la población de bajos ingresos.

Fortalezas: N / R

Desafíos: Falta de conocimiento del cliente y falta de demanda por parte del cliente, falta de canales de distribución, escasa motivación de las aseguradoras o capacidad para los microseguros.

En Costa Rica, los servicios sociales han sido tradicionalmente muy eficientes y tienen cobertura confiable de modo que crear una cultura de seguros entre los costarricenses es particularmente difícil. Los microseguros no solo tendrán que satisfacer una demanda no resuelta por los programas sociales, sino que los clientes también tendrán que aprender sobre los seguros, ya que solo un pequeño porcentaje de la población ha tenido exposición a los mismos. Los microseguros ofrecidos a través de aseguradoras privadas también tendrán que trabajar para superar la "marca" establecida por la compañía estatal.

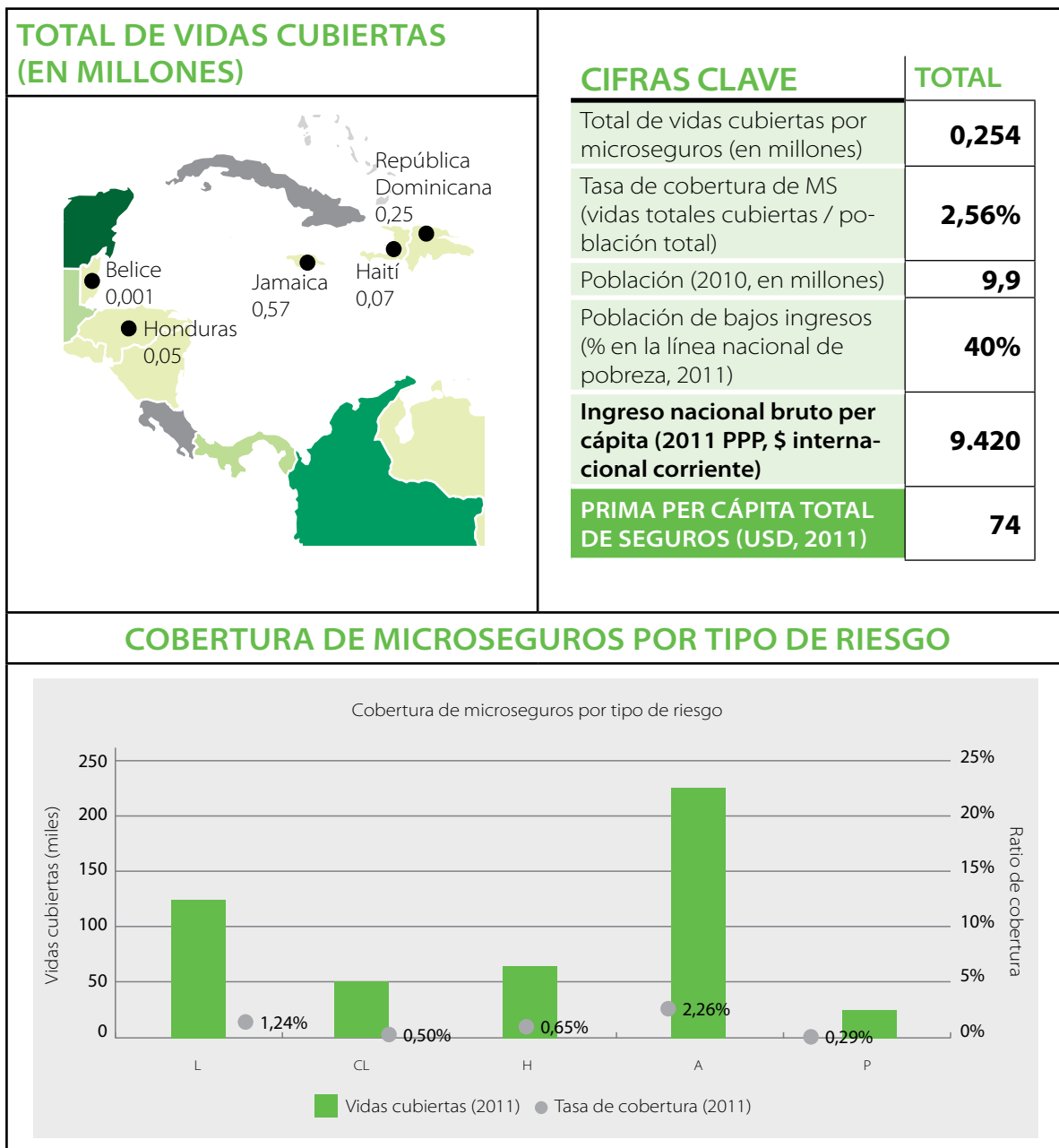
A medida que las aseguradoras comiencen a desarrollar los productos, tendrán que ser creativas para determinar qué canales de distribución utilizar, dado que las IMF son pequeñas en Costa Rica y sirven solamente a 25.000 clientes.

El futuro: brechas y oportunidades: Aunque el sector de seguros en Costa Rica es muy nuevo, los proveedores han mostrado un interés en experimentar con los microseguros. La red de IMF de Costa Rica está buscando asociarse con un asegurador y un corredor privado, y se está creando un proyecto piloto. El mercado de los microseguros puede beneficiarse del apoyo de programas gubernamentales o iniciativas regionales, como el programa de microseguros de REDCAMIF. Los mercados de nicho, como los microempresarios y los inmigrantes nicaragüenses en Costa Rica, también pueden ser atractivos en el mercado.

12.8.

REPÚBLICA DOMINICANA

IMPULSADO POR EL CRÉDITO



Situación de los microseguros: Las microfinanzas han estado presentes en la República Dominicana por más de 30 años, y atienden actualmente a alrededor de 376.000 clientes. De manera similar, los productos de microseguros se han ofrecido al mercado de bajos ingresos por más de casi 15 años, aunque con desarrollo esporádico de productos caracterizados en particular por ser impulsados por la oferta. Las IMF ofrecían inicialmente una cobertura de su cartera de préstamos a través de auto-seguro. Sin embargo en 2007, se aprobó una regulación que impedía que las IMF y los bancos fueran portadores de riesgo. Como resultado de esto, algunas IMF se han asociado con aseguradoras y otras han elegido trabajar con corredores, ya que no tenían suficiente conocimiento ni confianza para trabajar directamente con aseguradoras. Las cooperativas también ofrecen productos de microseguros debido a la demanda de sus

miembros, pero, hasta la fecha, solo una fracción de las mismas ha decidido comprar productos de seguros para sus miembros. Las cooperativas podrían llegar a 1,2 millones de clientes.

Fortalezas: Canales potenciales de distribución.

Desafíos: Falta de conocimiento del cliente y de la demanda por parte del cliente, escaso conocimiento del asegurador, falta de capacidad en los canales de distribución.

Educar a los clientes permitirá incrementar la demanda de productos valiosos de seguros y ayudará a las aseguradoras a sentirse más cómodas para ofrecer productos en la base de la pirámide. Las aseguradoras plantearon que los clientes de bajos ingresos no comprenden los seguros suficientemente bien como para conocer la diferencia entre el uso apropiado y el abuso, y son comunes las preocupaciones sobre fraudes al cliente. Las aseguradoras también expresaron que existe una falta de datos actuariales e información disponible, lo cual limita su capacidad de diseñar y poner precio a los nuevos productos, especialmente porque las aseguradoras están sumamente conscientes del riesgo de selección adversa.

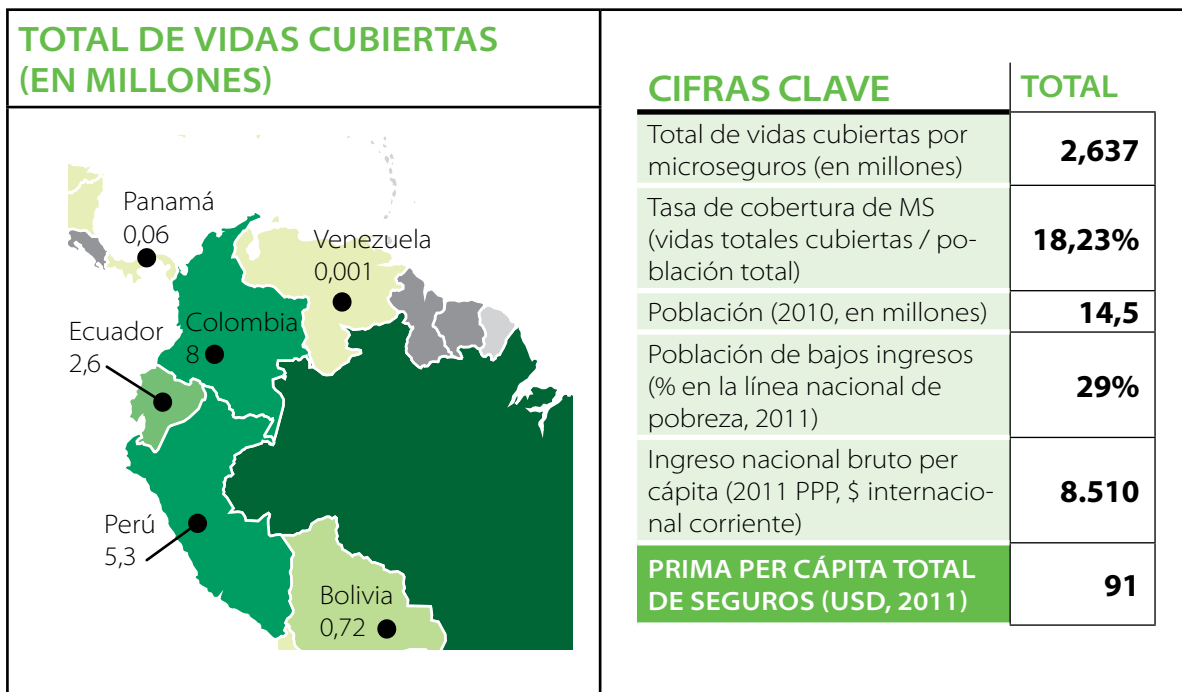
Otro desafío importante es la capacidad de los canales de distribución, particularmente las IMF, para ofrecer microseguros. Las asociaciones entre las aseguradoras y las IMF para desarrollar y ofrecer nuevos productos son difíciles porque existe mucha desconfianza y las IMF tienden a tener procesos de toma de decisiones lentos. Las aseguradoras piensan que las IMF no quieren invertir en infraestructura tecnológica o desarrollo de productos porque no conocen el mercado de los seguros; incluso cuando el asegurador está dispuesto a hacer la inversión, subsiste la desconfianza. Debido a estos desafíos, las relaciones entre las IMF y las aseguradoras no han proliferado, tanto en República Dominicana como en otros países.

El futuro: brechas y oportunidades: El desarrollo más prometedor en el mercado de microseguros es que el asegurador comercial privado más grande, más antiguo y más respetado está mostrando un interés serio en los microseguros. Ha invertido en dedicar personal al desarrollo de productos y esto debería cambiar el juego, especialmente para las IMF, que han mostrado reticencia en asociarse con las aseguradoras debido a la desconfianza. Sin embargo, la aseguradora todavía está tratando de identificar la mejor manera de llegar a los clientes, diseñar productos con los mínimos actuariales y procesar eficientemente los siniestros. Además de los datos actuariales limitados, la necesidad de educar tanto a los clientes como a los canales de distribución, sigue siendo una barrera de entrada.

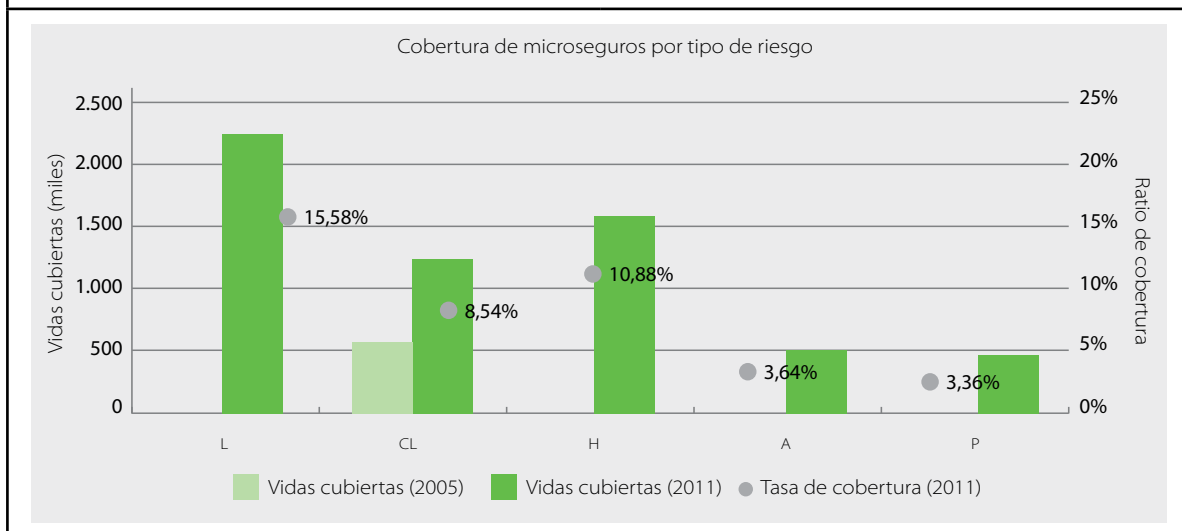
12.9.

ECUADOR

IMPULSADO POR EL CRÉDITO



COBERTURA DE MICROSEGUROS POR TIPO DE RIESGO



Situación de los microseguros: Los microseguros en Ecuador han estado impulsados, en gran medida, por el desarrollo y el crecimiento de la industria de microfinanzas. Las IMF tienen una presencia robusta en las áreas urbanas y han ayudado a crear una sólida cultura de banca y servicios financieros entre las comunidades de bajos ingresos. La mayoría de productos ofrecidos son productos relativamente simples de vida y de vida-crédito (desgravamen). Más de un 1,5 millones de las vidas cubiertas para atención primaria de salud en Ecuador son el resultado de un paquete de productos obligatorio específico ofrecido por las IMF, que según se informó presenta tasas de siniestros bastante bajas. El gobierno pone gran énfasis en la reducción de la pobreza y en la promoción de la inclusión social, la igualdad y la justicia, y

además de proveer servicios sociales, está promoviendo y subsidiando activamente algunos microseguros. Esto ofrece una oportunidad importante de integrar los microseguros con estos programas gubernamentales.

La intervención es también poco común en el mercado. La red de las IMF de Ecuador ha obligado a una comisión máxima de 20% y hay nueva regulación que exigirá que todos los préstamos hechos por IMF incluyan seguros de vida-crédito (desgravamen) y que todos los demás productos de seguros sean voluntarios.

Fortalezas: Llegada a grandes públicos, las IMF contienen el alza de las comisiones.

Desafíos: Problemas regulatorios, productos mejorados, extensión rural, comisiones excesivas.

Los obstáculos regulatorios impiden el desarrollo de nuevos productos, haciendo particularmente lenta la aprobación de nuevos productos. Las aseguradoras sugieren que la regulación formal para acelerar el proceso de aprobación ayudaría a facilitar la creación de nuevos productos. Se está desarrollando la nueva regulación; sin embargo, esta parece centrarse en exigir mayores provisiones y no en racionalizar los procesos de aprobación.

Actualmente, la distribución se hace principalmente a través de las IMF, las cuales, con la excepción de la Red Financiera Rural, han tenido poco impacto en áreas rurales a pesar de que este mercado es muy importante por el papel de la agricultura en la economía de Ecuador. Se deben utilizar nuevos canales para llegar a este mercado, especialmente para los productos más complejos, pero los corredores, las cooperativas y las IMF que no pertenecen a la red no han puesto un techo a las comisiones, limitando así el valor de los productos ofrecidos y su acceso.

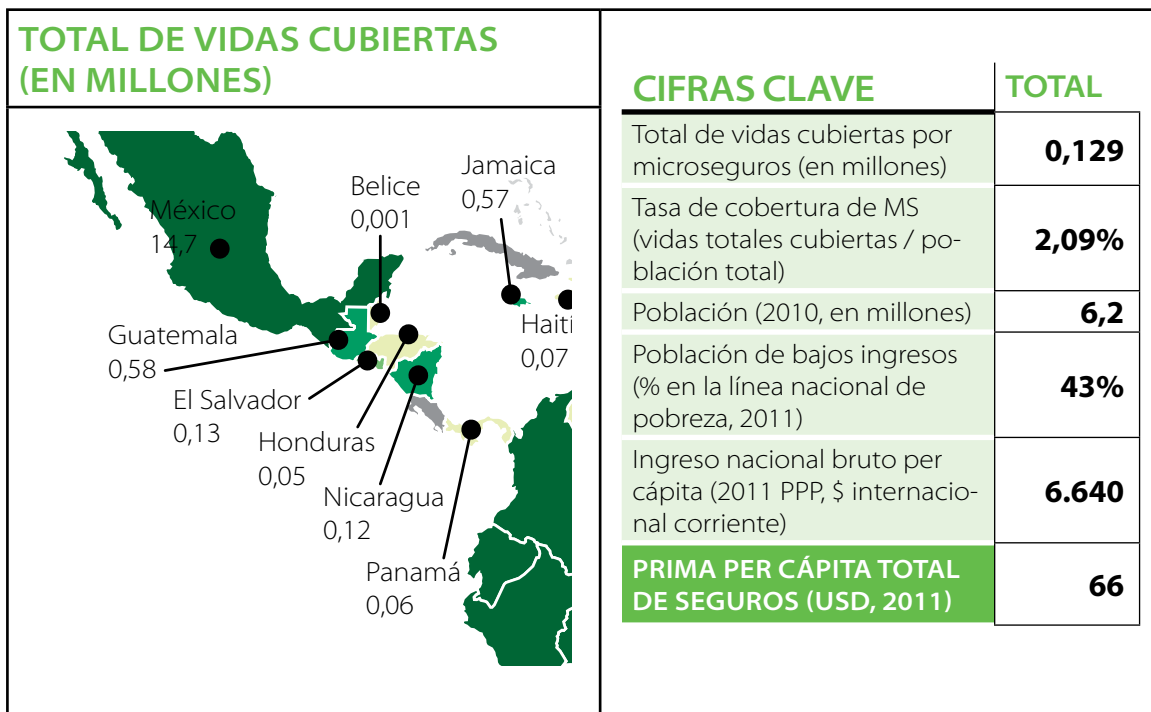
Además de las restricciones regulatorias y de las restricciones para evitar el cobro de comisiones exorbitantes, hay cierta resistencia a ofrecer una cobertura más diversa debido a las preocupaciones de los proveedores de que los clientes no quieren ni necesitan nada más que un seguro de desgravamen. Muchas aseguradoras e IMF apuntan a la necesidad de campañas educativas para incrementar la demanda. Sin embargo, esto pasa por alto la necesidad de mejorar los productos que se ofrecen en la actualidad. Aunque hay muchos actores del sector, parecen dirigirse a la misma clientela con productos aparentemente idénticos.

El futuro: brechas y oportunidades: Los seguros de agricultura y de cultivos son productos de mucho interés que gozan de una gran base de clientes potenciales debido a la importancia de la agricultura para la economía de Ecuador. El gobierno está trabajando con un asegurador para promover un seguro para cultivos que está en sus primeras etapas y, actualmente, está financiando el proyecto mediante un 70% de subsidio para mantener bajo el costo para el cliente. A pesar de lo promisorio de este proyecto piloto, otras aseguradoras no están interesadas en colaborar para recibir asistencia gubernamental y no creen que los seguros para cultivos puedan ser un producto sostenible en el largo plazo.

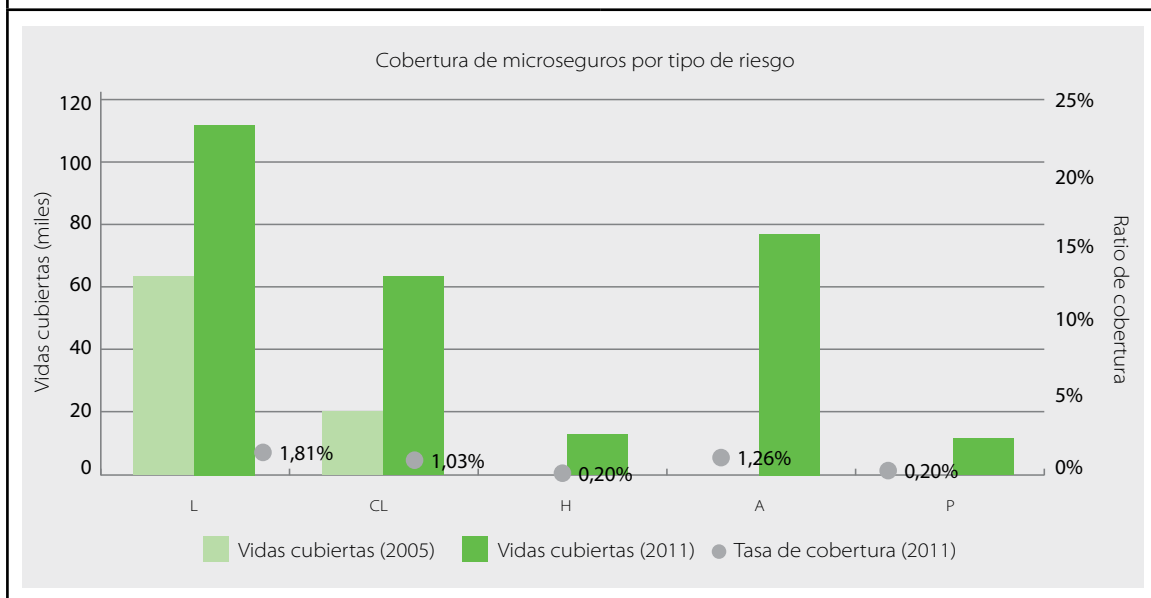
12.10.

EL SALVADOR

IMPULSADO POR EL CRÉDITO



COBERTURA DE MICROSEGUROS POR TIPO DE RIESGO



Situación de los microseguros: A la fecha, los microseguros en El Salvador se han concentrado en los seguros de desgravamen (vida-crédito) a través de las IMF. El mercado de seguros de crédito vida es muy competitivo en el país. El volumen de clientes, el crecimiento y el acceso de las poblaciones de bajos recursos a las IMF son atractivos para las aseguradoras. Como resultado, incluso las compañías de seguros que normalmente no sirven a los mercados de bajos ingresos están adaptando a este mercado las pólizas de vida de grupo existentes para las IMF, trabajando generalmente a través de corredores. Algunas aseguradoras se quejaron

de que las IMF han explotado esta situación exigiendo comisiones de hasta 50%, elevando las primas promedio al cliente final. Los seguros para salud general, así como para los grandes gastos médicos, son un nicho emergente y se están convirtiendo, rápidamente, en un diferenciador competitivo para muchas IMF. La mayoría de otros productos masivos, como los ligados a una tarjeta de descuento de farmacia, se consideran de bajo valor. Las sumas aseguradas son, por lo general, reducidas en comparación con la prima pagada. Muchos usuarios compran las tarjetas solo para obtener los descuentos, sin ser siquiera conscientes del componente de seguro, por lo que las tasas de siniestros son muy bajas.

No existe marco regulatorio específico para los microseguros, de modo que algunos productos actuales se venden en el marco de comercialización masiva, lo cual requiere que los canales no tradicionales pasen por un proceso de certificación —producto por producto— junto con su asegurador. Este proceso, largo y oneroso, ha impedido a todos, excepto a las grandes IMF y farmacias, a moverse más allá del seguro de desgravamen (vida-crédito). La ley salvadoreña también prohíbe que las empresas hagan el seguro "obligatorio", salvo que tengan un "interés asegurable". Así, aunque el seguro de desgravamen pueda ser obligatorio, la mayoría de los otros productos se incluyen "automáticamente", pero no "necesariamente" incorporados en los préstamos y cuentas de ahorro.

Fortalezas: Instituciones financieras fuertes e interés en microseguros.

Desafíos: Falta de conocimiento y de demanda por parte del cliente, falta de conocimiento del asegurador, falta de productos de alto valor, protección al consumidor y comisiones excesivas.

Todas las aseguradoras y las IMF entrevistadas citaron una "falta de cultura de seguros" en El Salvador como un reto importante para expandir el mercado. Esto eleva significativamente las ventas y los costos administrativos de atender a la población de bajos ingresos.

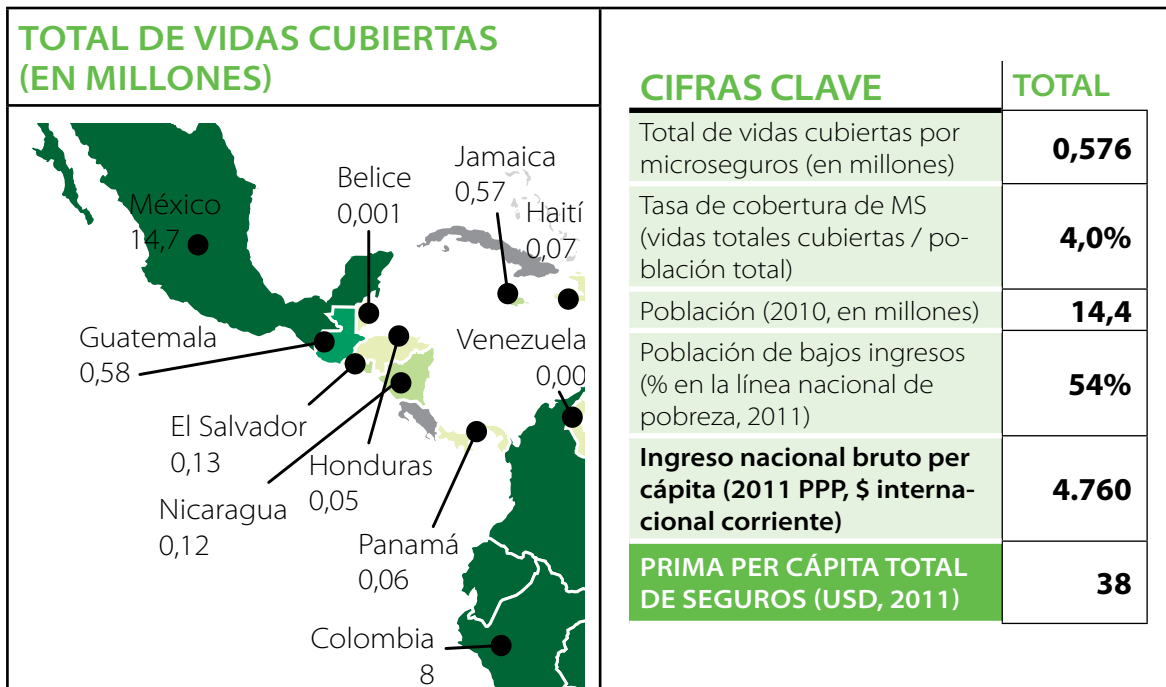
Las aseguradoras salvadoreñas no han querido invertir suficientemente en investigación y desarrollo de productos que solo rinden utilidades a largo plazo. La mayoría de los esfuerzos, a la fecha, han sido a partir de ensayo y error, y más oportunistas que estratégicos. Esto limita el valor para los clientes, así como el crecimiento potencial.

El futuro: brechas y oportunidades: En la medida en que los microseguros se mantengan bajo el marco de comercialización masivo, el progreso continuará al paso del rápido crecimiento actual de los sectores microfinancieros y financiero cooperativo. Como estas instituciones innovan para satisfacer las necesidades de sus clientes y desarrollar demanda para nuevos productos, las aseguradoras pueden comenzar a sentir la presión y a percibir oportunidades atractivas de ir más allá del seguro de vida-crédito, aunque la innovación puede continuar concentrándose entre las IMF más grandes a expensas de las pequeñas. Dada la popularidad del seguro de salud y gastos médicos, el desafío es asegurar el acceso a los servicios cubiertos en los rincones rurales del país. Los microseguros de propiedad y de pequeños fundos agrícolas siguen prácticamente sin explorar.

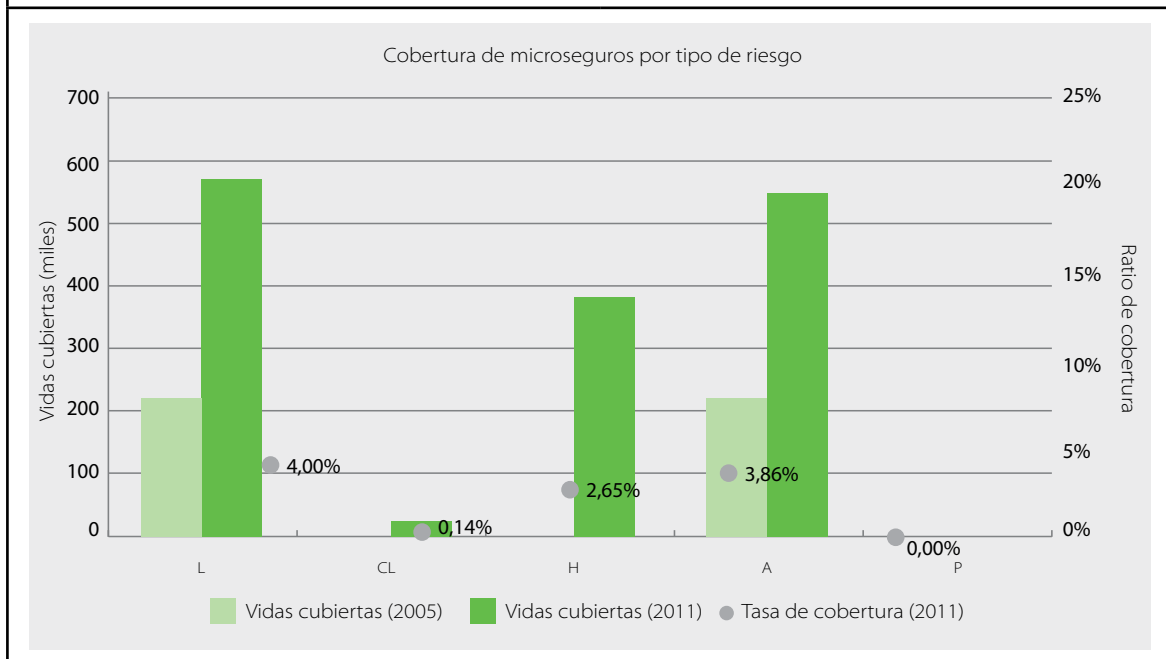
12.11.

GUATEMALA

IMPULSADO POR EL CRÉDITO



COBERTURA DE MICROSEGUROS POR TIPO DE RIESGO



Situación de los microseguros: Con una población de 14 millones de personas, de las cuales la mitad vive por debajo de la línea de pobreza nacional, hay un gran mercado potencial para los microseguros. Sin embargo, hasta la fecha se han ofrecido muy pocos microseguros. El mercado está actualmente dominado por una aseguradora privada y una aseguradora afiliada la Federación Nacional de Cooperativas de Ahorro y Crédito, red que facilita un mayor alcance y profundidad fuera de la capital. La misión social de ambas instituciones las llevó a invertir

en microseguros. La mayoría de productos en el mercado son pólizas de vida o de accidentes personales, algunos con un componente de efectivo para hospitalización.

Actualmente no hay legislación específica para microseguros, por lo que algunas aseguradoras están reticentes a ofrecer productos de microseguros dentro de las reglas existentes por miedo de atraer un escrutinio no deseado. Aunque la ley actual incluye un marco para los productos masivos, esto requiere un largo proceso de obtención de licencia para el canal, lo cual desincentiva a muchas IMF y canales no tradicionales de participación. A la luz de esta brecha, el regulador ha estado enfatizando los microseguros en declaraciones recientes y está evaluando un marco regulatorio especial que defina las características de los "microseguros" y haga que sea fácil emitir políticas.

Fortalezas: Líderes importantes de mercado, desarrollo de mercado y promoción de un impulso regulatorio.

Desafíos: Falta de conocimiento del cliente y del asegurador, distribución limitada, reglas ambiguas.

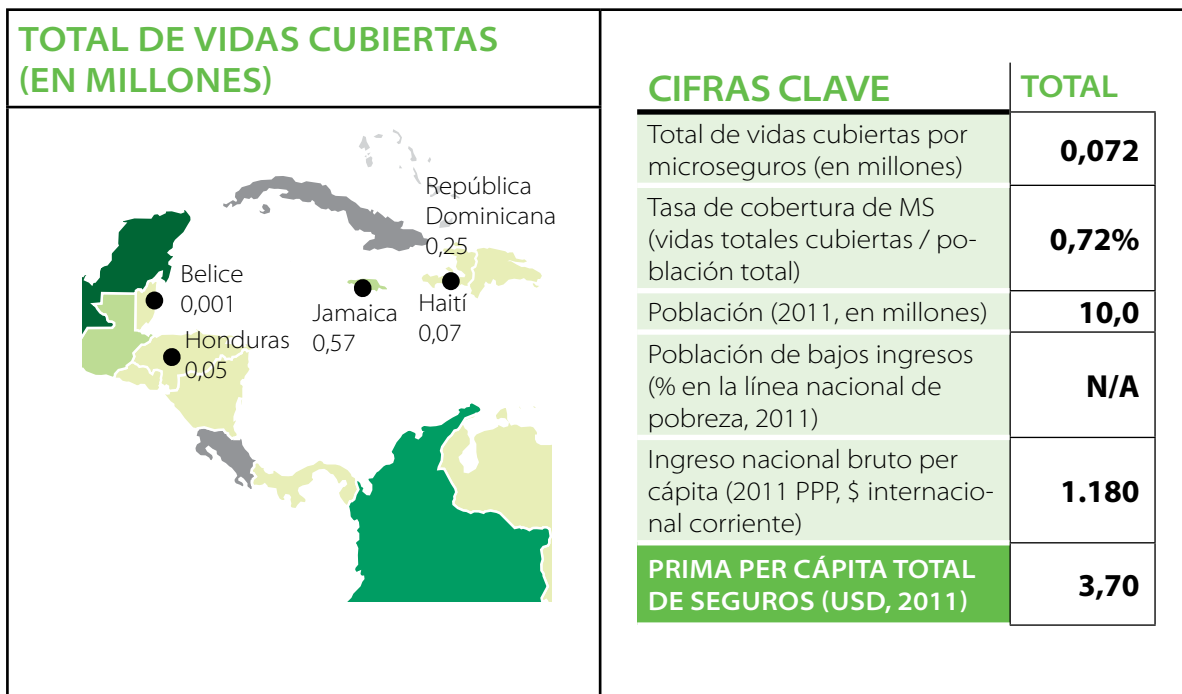
Como en muchos otros países, las aseguradoras guatemaltecas citan la "falta de cultura de seguros" entre la población como un desafío importante. La educación financiera y el mercadeo popular serán necesarios para evaluar la conciencia de los guatemaltecos de bajos ingresos sobre los seguros. Las aseguradoras perciben esta falta de conciencia como la raíz del alto nivel de cancelaciones y bajas renovaciones. Las aseguradoras y los canales de distribución también tendrán que mejorar sus ofertas de productos con administración más eficiente y con productos tangibles que respondan a las necesidades del mercado de bajos ingresos. Contar con el apoyo de un canal que puede prometer volumen y crecimiento también es esencial. El hecho de que Guatemala tenga un solo actuario licenciado también frena el ritmo del desarrollo de productos.

El futuro: brechas y oportunidades: Aunque el mercado de seguros de Guatemala ha sido limitado, parece listo para una rápida expansión. Las aseguradoras han identificado un potencial significativo en los microseguros personales, especialmente seguros de salud o de gastos médicos, y se están desarrollando, en la actualidad, algunos productos nuevos. Atraídos por la experiencia pionera de los líderes del mercado, varias aseguradoras privadas están ahora también invirtiendo en los estudios de mercado y en nuevas alianzas para ofrecer microseguros en el futuro cercano. Si se añade a esto el marco regulatorio especial prometido, el panorama guatemalteco será muy diferente en apenas unos años.

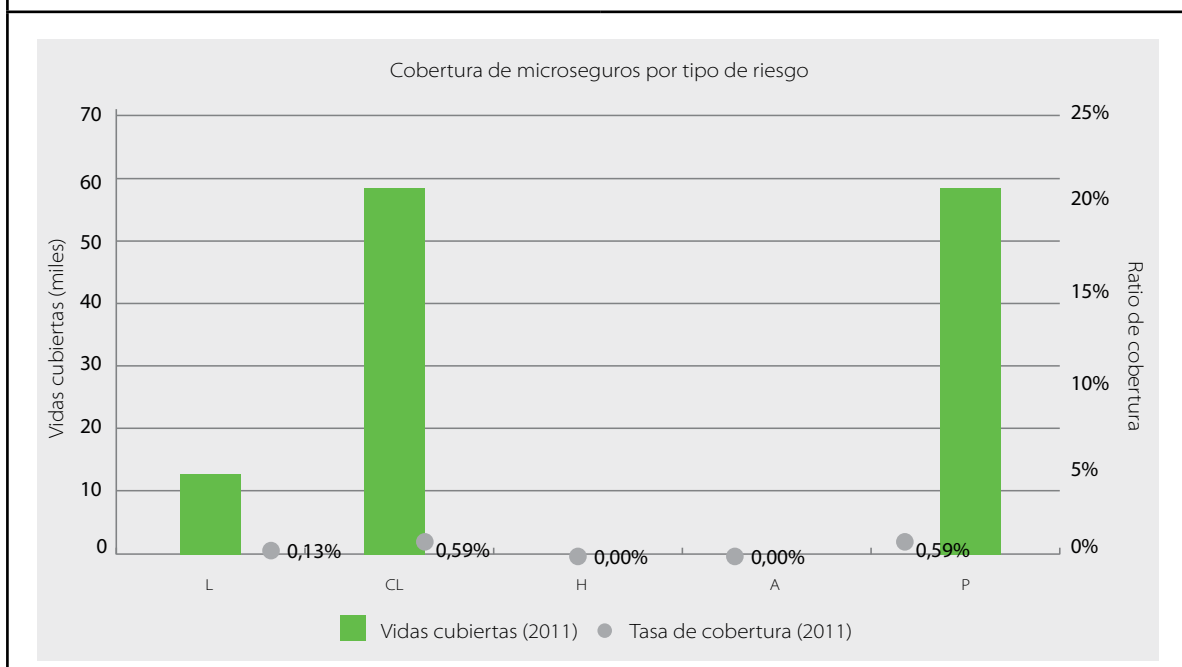
12.12.

HAÍTÍ

IMPULSADO POR EL CRÉDITO



COBERTURA DE MICROSEGUROS POR TIPO DE RIESGO



Situación de los microseguros: Impulsados en gran medida por esfuerzos de los donantes y de inversionistas públicos, los microseguros han comenzado a crecer en los últimos tres años a través de las IMF. Actualmente, los únicos productos diseñados son resultado de una alianza estratégica entre la IMF más grande del país, un asegurador local y un reasegurador internacional.

El mercado de microseguros sigue siendo bastante nuevo en Haití, y pocas aseguradoras han mostrado interés por participar en el mismo. La cobertura de los microseguros en Haití sigue siendo muy baja. El desarrollo de nuevos productos ha sido impulsado por las IMF y las agencias de donantes, a partir de la preocupación por la vulnerabilidad de los clientes más que por las fuerzas del mercado y, como tal, seguirá creciendo a un ritmo lento.

Fortalezas: Experimentación; amplio mercado aún no explotado.

Desafíos: Conocimiento limitado del asegurador, conocimiento limitado del cliente, pocos canales de distribución, restricciones regulatorias, desastres naturales frecuentes.

Por el lado de la oferta, el desafío principal en Haití es la falta de información que permitiría a las aseguradoras diseñar productos de manera eficaz. Las aseguradoras locales han demostrado interés limitado en el mercado de bajos ingresos, debido a su preocupación sobre el alto costo y la poca rentabilidad de servirlo. Las aseguradoras solamente desempeñan un papel de suscriptores, lo que limita las oportunidades de crecimiento, porque la mayoría de las IMF no parecen ser capaces de manejar todos los demás aspectos de un producto. El llevar el crecimiento a escala para incorporar a más aseguradoras y clientes que no están asociados con las IMF es un desafío, ya que estas solo llegan a 1% de la población del país. Sin embargo, incluso solo con el 1% de la población como clientes de IMF, una intervención importante sería crear la capacidad de las IMF para que puedan distribuir microseguros de manera eficaz. Adicionalmente, el sector cooperativo es fuerte en Haití y esto puede ser otra área donde valga la pena centrar los esfuerzos de desarrollo de capacidades para mejorar sus potenciales actividades de microseguros.

Por el lado de la demanda, los ingresos extremadamente bajos y una falta de entendimiento de los seguros entre los pobres han limitado la demanda de microseguros. Los esfuerzos a corto plazo se centrarán, probablemente, en construir una cultura de seguros, introduciendo, de manera gradual, productos simples, junto con una educación cuidadosa a los clientes.

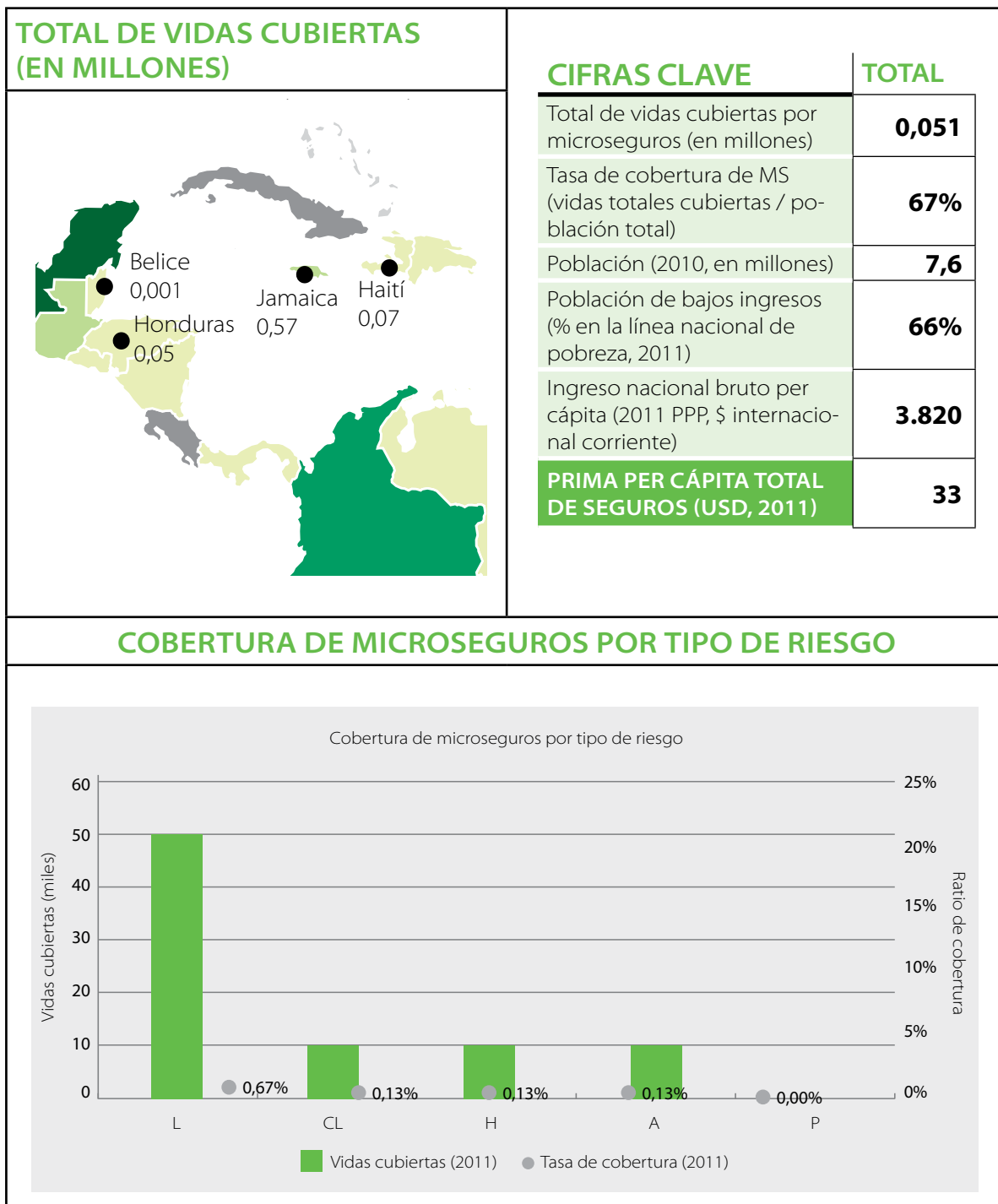
Las aseguradoras en Haití, sin regulación específica de microseguros, enfrentan varios desafíos de política. Con la legislación de seguros actual, por ejemplo, los ajustadores de seguros deben revisar la propiedad dañada antes de pagar los siniestros, impidiendo a las aseguradoras pagar los siniestros rápidamente. Por otro lado, la política fiscal requiere que se cobren los impuestos cuando se venden los productos de microseguros, lo cual incrementa los costos y reduce el valor potencial de los productos para el mercado de bajos ingresos.

El futuro: brechas y oportunidades: El apoyo futuro de la industria debería dirigirse a las restricciones principales, que son la capacidad e interés limitados de parte de las aseguradoras, así como las barreras regulatorias y los factores de demanda. Hasta la fecha, los esfuerzos de los donantes se han centrado en la distribución de productos de microseguros y han trabajado con aseguradoras y socios "off-shore". Se ha prestado atención limitada al trabajo con las aseguradoras locales para incrementar su interés y motivarlas a crear productos para los pobres y a desarrollar su capacidad de dar servicio eficiente para los productos. Se tiene que prestar atención especial a la creación de asociaciones estratégicas, sistemas y productos que sean sostenibles y puedan entregarse con el tiempo sin el apoyo de donantes. Dada la experiencia limitada, se necesitaría algo de apoyo al desarrollo de capacidades, tanto a nivel de las aseguradoras como a nivel regulatorio para alentar el incremento de productos de bajo costo con procesos flexibles, incluyendo aquellos referidos a la gestión de siniestros.

12.13.

HONDURAS

IMPULSADO POR EL CRÉDITO



Situación de los microseguros: La oferta de microseguros es muy limitada, a pesar de la importancia de las cooperativas y de las IMF en el país. Aunque las cooperativas serían proveedores ideales, ya que tienen una larga historia en Honduras y una fuerte red de más de 650.000 miembros, el único producto de seguro ofrecido no ha generado suficiente interés. Las IMF son numerosas y no han alcanzado la base de la pirámide, ni establecido una presencia

significativa. Tienen menos de 200.000 clientes en total. Fuera de una pequeña cantidad de productos de vida-crédito, los microseguros no son usuales en las IMF.

La asociación de seguros ha comenzado a investigar la demanda potencial de productos de microseguros, pero no se está difundiendo la investigación a las aseguradoras. Si las aseguradoras no perciben demanda de los clientes y no se comparten los estudios de caso y experiencias adquiridas, será difícil esperar que las aseguradoras ingresen a este mercado con mucho entusiasmo.

Fortalezas: Participación de la asociación de seguros.

Desafíos: Falta de conocimiento y, por ende, de demanda por parte del cliente, escaso conocimiento del asegurador, carencia de canales de distribución, restricciones regulatorias.

La falta de cultura sobre seguros por parte de los clientes, combinada con la falta de interés de las aseguradoras, limita el mercado de los microseguros en Honduras. Como barreras de entrada para ingresar al mercado se pueden citar la falta de conocimiento respecto de la demanda de los clientes y de las oportunidades de los mercados, la carencia de canales de distribución y de regulación. Aunque hay muchas más cooperativas dentro de la red que podrían optar por ofrecer seguros en el futuro, en las que no están asociadas, el crecimiento será más difícil. También será difícil usar canales de distribución alternativos con la actual legislación de seguros (2003). La regulación exige que se proporcione a todos los tenedores de pólizas una copia, tanto de su póliza como una explicación completa de los beneficios, condiciones y exclusiones en el momento de la emisión, lo cual incrementa los costos de emisión, distribución y dificulta encontrar canales que estén equipados para cumplir los rígidos requisitos.

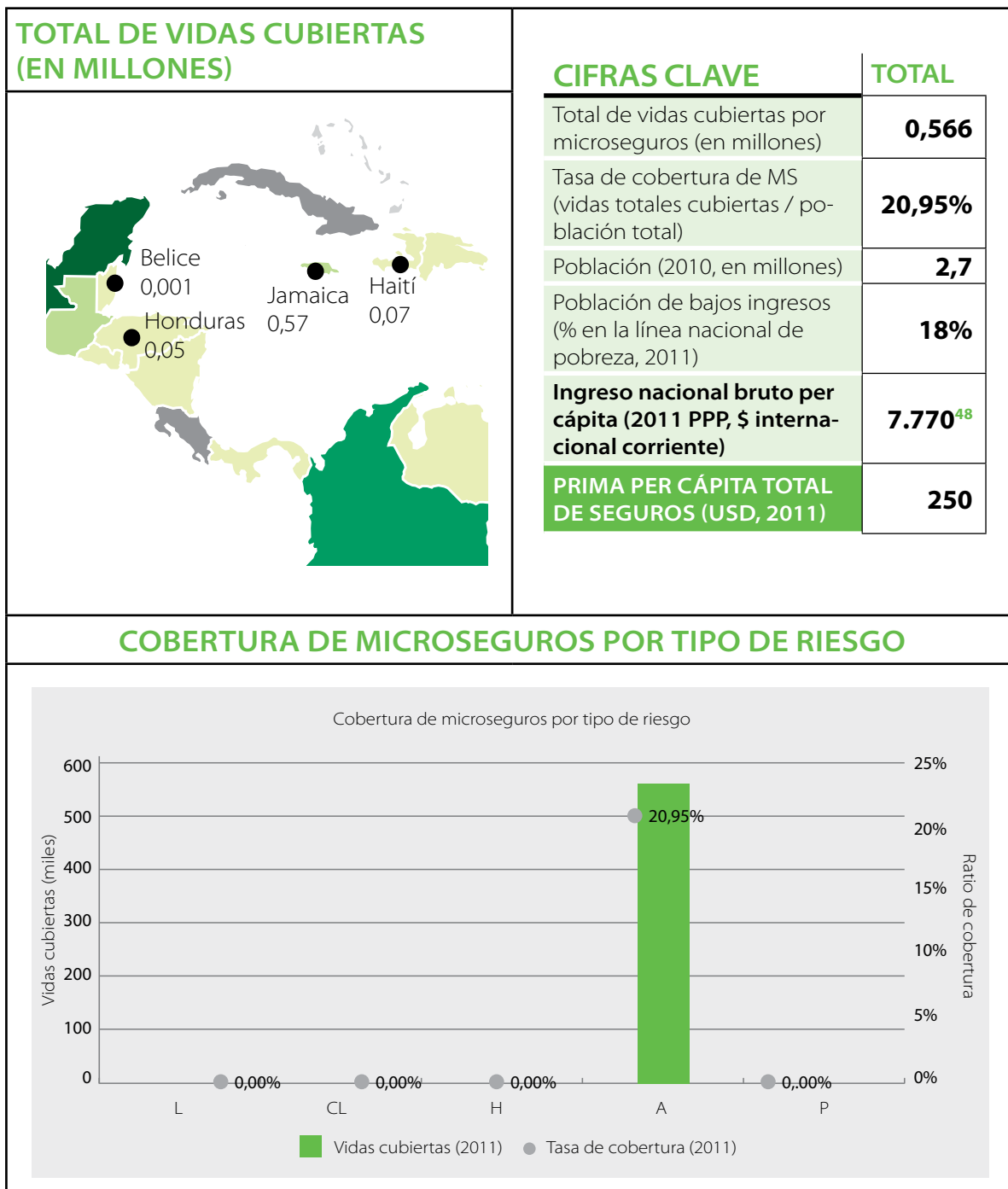
El futuro: brechas y oportunidades: La red de IMF está participando en el esfuerzo regional de la REDCAMIF para desarrollar un producto de microseguros que se lanzará en el futuro cercano. Planea comenzar con una o dos IMF piloto por país y construir a partir de ahí, gradualmente. Incluso si tiene éxito, dado que el alcance de las IMF es limitado, no se espera una gran cobertura.

En 2001, una compañía de teléfonos celulares lanzó un producto para enviar remesas nacionales dentro de Honduras, y la meta de largo plazo era ofrecer servicios y productos financieros complementarios. Sin embargo, la utilización de la banca móvil como canal de distribución será imposible, a menos que se cambien las regulaciones de seguros para reducir los requisitos administrativos.

12.14.

JAMAICA

FRONTERA



Situación de los microseguros: En Jamaica han existido productos similares a los microseguros desde hace mucho tiempo. Estos eran productos que los empleadores ofrecían a sus empleados, los cuales tenían primas bajas y cobertura limitada. Los préstamos del sector

⁴⁸ <http://www.tradingeconoMScs.com/jamaica/gni-per-capita-ppp-us-dollar-wb-data.html>

informal, que cubren alrededor de 30.000 clientes, no han aumentado tanto en Jamaica como en otros países. El alto costo de prestar al sector rural y el desarrollo relativamente limitado del sector de la microempresa son grandes barreras para las microfinanzas, lo que traduce en barreras para la distribución de microseguros.

Existe un fuerte interés de varias aseguradoras comerciales de explotar el mercado de bajos ingresos con programas de microseguros y hay, incluso, algunos esfuerzos importantes en camino para desarrollar y promover los microseguros. Actualmente, existe un producto del mercado masivo de microseguros que es obligatorio para los usuarios de servicios públicos y provee una cobertura simple contra accidentes.

Un gran porcentaje de trabajadores independientes de Jamaica se concentra en los sectores agrícola y pesquero que se podrían beneficiar de productos de microseguros más complejos y valiosos. El Programa de Adaptación al Riesgo Climático y Seguros en el Caribe⁴⁹ está trabajando para desarrollar microseguros paramétricos climáticos que ayudarían a satisfacer esta necesidad. Uno de los pilotos se llevaría a cabo en Jamaica. Los esfuerzos iniciales involucran la compilación de información básica sobre el mercado para entender mejor los intereses y planes de las aseguradoras y facilitar varios talleres dirigidos a reunir a las aseguradoras, a los canales de distribución potenciales y a los académicos.

Las regulaciones de Jamaica no reconocen los microseguros como diferentes de los seguros tradicionales. Las aseguradoras hicieron notar que esta regulación favorece, por cierto, la distribución de seguros a segmentos de ingresos más altos.

Fortalezas: Historia de seguros para ingresos bajos, esfuerzos actuales de aseguradoras nacionales, programas regionales, interés del regulador.

Desafíos: Falta de canales de distribución, escaso conocimiento del cliente, falta de conocimiento del asegurador.

Las microfinanzas en Jamaica son de tamaño limitado, pero pueden ser un punto de partida para empezar a experimentar con los microseguros. Por otra parte, el sector de microfinanzas ha luchado para ser líder en las áreas rurales y el sector de las microempresas. Lo anterior significa no solo que la dificultad de entrar a los mercados rurales puede augurar desafíos importantes para los microseguros, sino también que si no identifican otros canales de distribución, el crecimiento potencial de los microseguros se resentirá.

Dada la fase inicial en que se encuentran los microseguros en Jamaica, la educación financiera puede ser un punto de partida valioso para preparar a los futuros clientes. La investigación de mercado puede ser significativa para que las aseguradoras puedan desarrollar productos que responderán a esta nueva área del mercado con la que tienen poca experiencia.

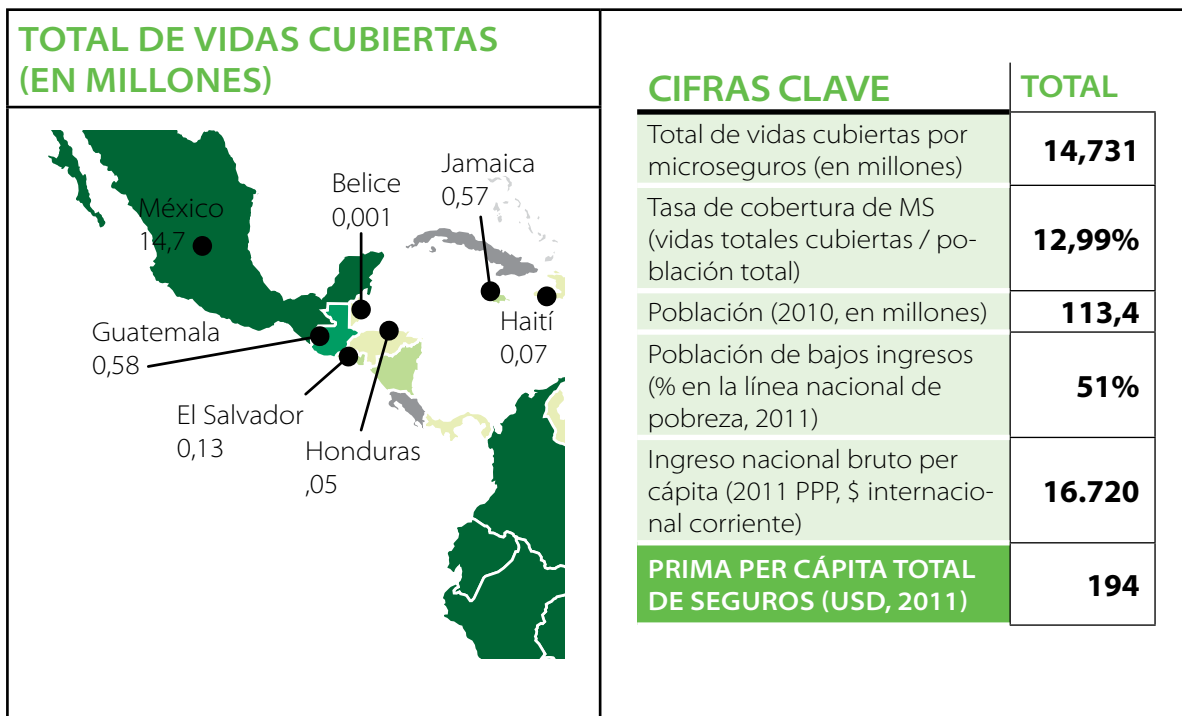
El futuro: brechas y oportunidades: La Iniciativa de Acceso a los Seguros está a punto de comenzar un diagnóstico sobre el sector como parte de un proyecto financiado por el FOMIN. Esto debe facilitar una comprensión más clara de la condición y necesidades del mercado.

⁴⁹ Este programa es parte de la Iniciativa Internacional para la Protección del Clima (ICI) del Ministerio Federal Alemán del Medioambiente, Protección de la Naturaleza y Seguridad Nuclear y reúne los esfuerzos que conectan el Fondo de Seguros contra Riesgos de Catástrofes para el Caribe con MicroEnsure y Munich Re.

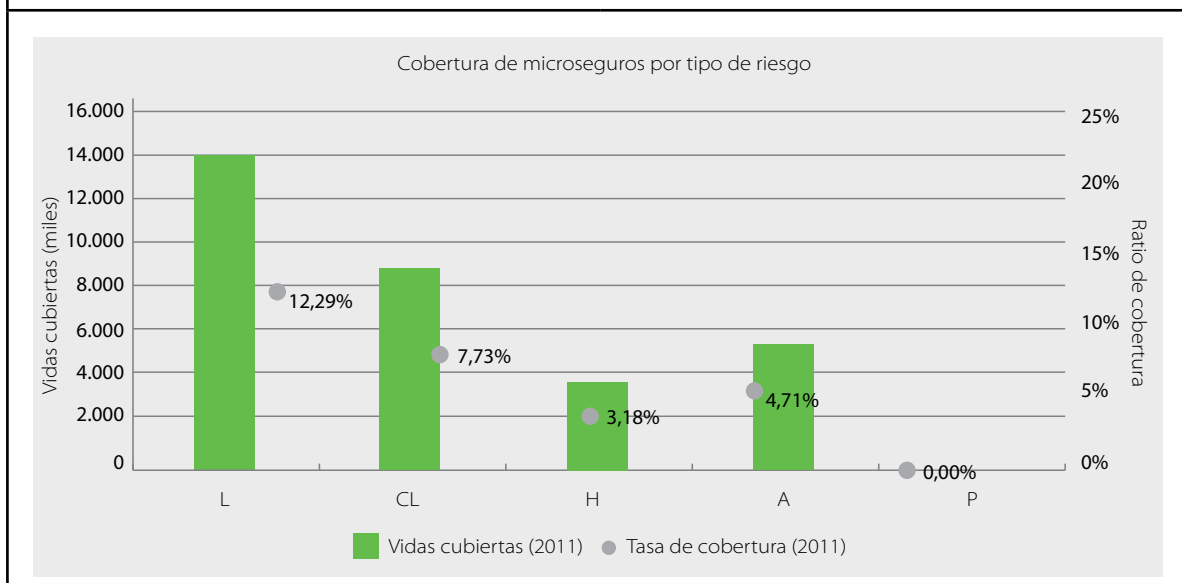
12.15.

MÉXICO

HÍBRIDO



COBERTURA DE MICROSEGUROS POR TIPO DE RIESGO



Situación de los microseguros: El mercado de microseguros de México está entre los más avanzados de América Latina, a pesar de que la legislación anterior limitó su crecimiento. El desarrollo del sector fue promovido, en gran medida, por la rápida expansión del mercado de microcréditos. Aún así, quedan por cubrir grandes porciones del mercado y recién están comenzando a surgir coberturas innovadoras de salud y propiedad, así como canales alternativos.

Existe regulación específica en México y para calificar oficialmente como microseguros, la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), la autoridad regulatoria, impone un límite a las primas y sumas aseguradas. Las aseguradoras están pidiendo modificación de la ley para expandir la definición de microseguros, así como los límites y condiciones necesarias para ofrecerlos. Las aseguradoras consideran que estos cambios permitirán contar con más productos innovadores de vida y propiedad.

Fortalezas: Mercado grande, intermediarios centrados en MS, compromiso del regulador, existencia de redes de distribución no explotadas, existencia de agencia de protección al distribuidor (CONDESEF), papel importante de los corredores generales y especializados en microseguros.

Desafíos: Diferenciación del mercado "masivo" y "micro", restricciones regulatorias, falta de conocimiento del cliente.

Dado el tamaño de la población objetivo potencial y la dificultad para alcanzar especialmente al sector rural, las aseguradoras mexicanas se han centrado mucho en la comercialización masiva. Además de las IMF, las aseguradoras comercializan los productos a través de las compañías de servicios públicos, usan los programas de transferencias condicionadas del gobierno y a las organizaciones que trabajan con la comunidad de migrantes. La utilización de canales alternativos incrementa mucho las ventas de microseguros, pero también hace difícil diferenciar entre el seguro masivo y los microseguros. El acceso a seguros a través de las IMF depende de tomar un préstamo, incluso si la cobertura es voluntaria. Una manera propuesta de superar la pasividad de los canales masivos, el alcance limitado de las IMF y la poca educación financiera de los clientes sería la aceptación, por parte del regulador, de los "promotores", como los vendedores de seguro, si son certificados por un agente de seguros autorizado. Por ejemplo, algunas aseguradoras ya están utilizando las fuerzas de ventas de cosméticos, de puerta en puerta, como promotores de seguros.

Se ha mencionado a lo largo de este estudio que la educación financiera es un factor importante y, a la vez, un gran desafío. Por ejemplo, una red de cooperativas de ahorro y crédito ha sido pionera en los esfuerzos de educación financiera para microseguros en áreas remotas y en comunidades indígenas, pero los costos operativos y de distribución son altos. Otros programas en México incorporan la educación financiera como un componente importante, incluyendo: Red de la Gente, Bansefi, AMSS y CONDUSEF. Lo que será especialmente importante es evaluar el efecto de estos programas, así como la coordinación entre las distintas partes para mejorar la eficiencia general de estos programas.

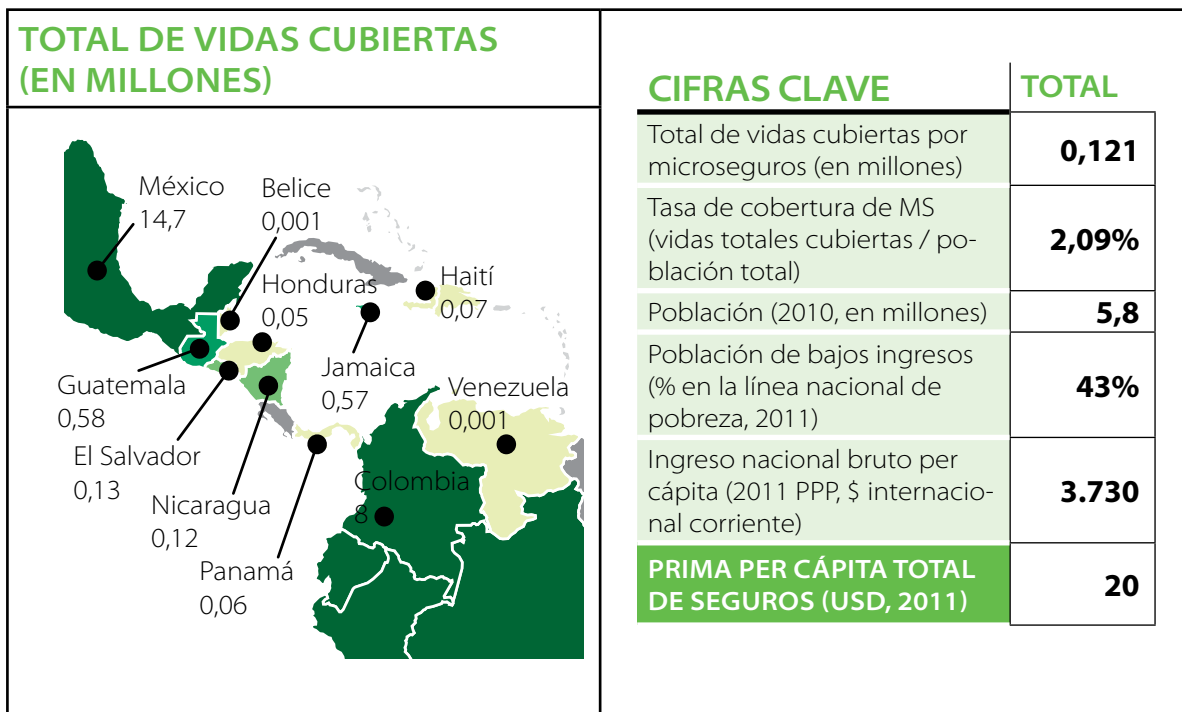
El futuro: brechas y oportunidades: Los productos de microseguros han pasado del seguro de desgravamen obligatorio para prestatarios de microcréditos solamente, a un seguro voluntario y seguros de vida para diversos miembros de la familia. Algunos proveedores también han añadido cobertura para sepelios o accidentes personales. Actualmente, algunas aseguradoras están desarrollando productos innovadores de propiedad y de salud complementaria, además de planes de educación y jubilación para el mercado de bajos ingresos.

El mercado de microseguros en México ha crecido sustancialmente, pero una gran porción sigue sin aprovecharse. Con los cambios regulatorios, la exploración de los nuevos canales de distribución y esfuerzos adicionales en la educación financiera, se podrá ampliar mucho la cobertura.

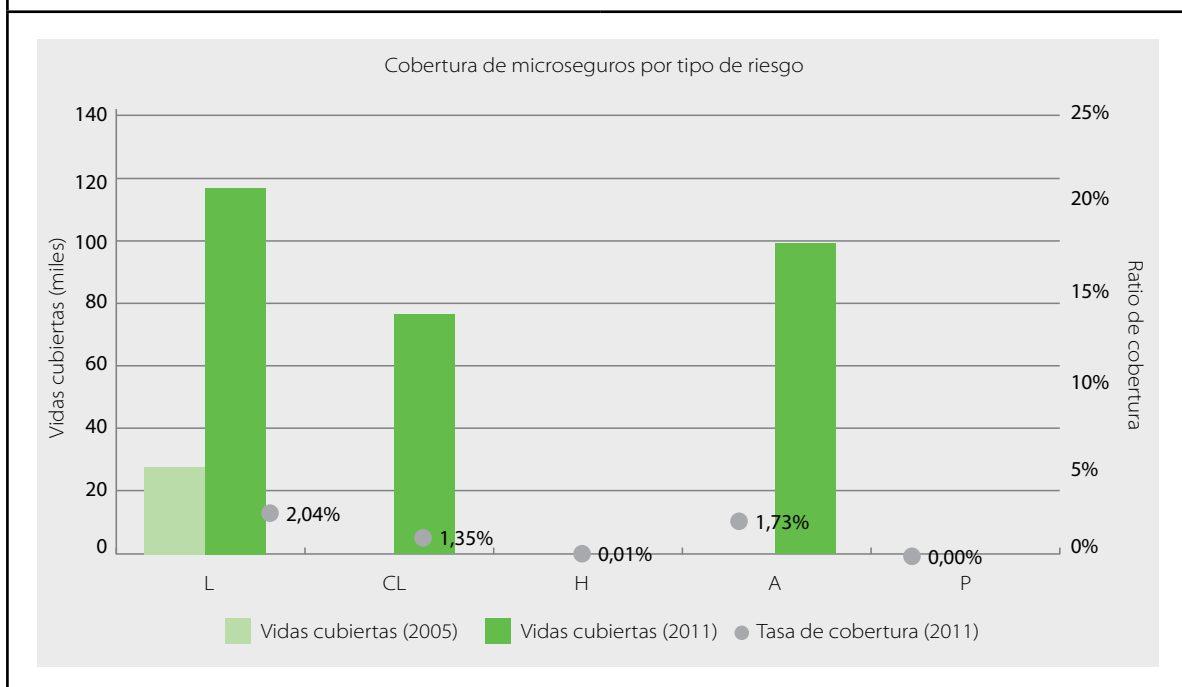
12.16.

NICARAGUA

IMPULSADO POR EL CRÉDITO



COBERTURA DE MICROSEGUROS POR TIPO DE RIESGO



Situación de los microseguros: Las aseguradoras en Nicaragua mencionan que tienen que ser más agresivas e innovadoras ofreciendo mayor cobertura, mejores precios y buen servicio al cliente para el segmento de ingresos más bajos de la población. A pesar de ello, el progreso ha sido más bien lento. Los microseguros en Nicaragua son relativamente nuevos, no muy explorados y limitados por el tamaño del país. Los productos para personas de bajos ingresos

se han concentrado en productos de vida-crédito ligados con el sector de microfinanzas de Nicaragua, el cual es grande y dinámico, en las pólizas de grupo (incluyendo los sindicatos) y en productos de seguros de vida a bajo costo.

En 2008, el sector de microfinanzas de Nicaragua sufrió una crisis y algunas IMF fracasaron. Si bien ha habido recuperación desde entonces, esta no ha sido completa. Esto se refleja entre otros factores, en las dificultades que mantienen algunas IMF para negociar primas y coberturas para las pólizas de vida-crédito, aunque las aseguradoras internacionales sí ingresaron a ofrecer seguros que cubrían las carteras de préstamos de algunas de las IMF más pequeñas y débiles.

Además del sector de las microfinanzas, se ofrecen seguros a través de pólizas de grupo a los trabajadores asalariados, que constituyen solo una pequeña porción de la fuerza laboral de Nicaragua. Debido a que estas pólizas se pagan normalmente a través de las contribuciones del empleador y no exigen altos costos de cobranza o distribución, están entre los productos más atractivos para personas de bajos ingresos, generándose una competencia entre las aseguradoras por servir este sub-mercado. El seguro a través del empleo formal excluye a los trabajadores informales, que representan el 65% de la población económicamente activa, incluyendo a los agricultores y a los trabajadores rurales. Las aseguradoras tendrán que trabajar con las IMF y cooperativas para llegar a estas poblaciones. Existen pocos canales de distribución adicionales con acceso a personas de bajos ingresos y dado que las IMF solo atienden, aproximadamente, a 265.000 clientes, se tendrán que desarrollar canales de distribución alternativos.

Fortalezas: Instituciones financieras fuertes y capaces.

Desafíos: Falta de productos de alto valor, falta de canales de distribución alternativos, escaso conocimiento del mercado y del asegurador.

Las IMF mencionan que la necesidad y demanda de microseguros son amplias. Sin embargo, los productos de alto valor como salud, propiedad y agricultura están en gran medida ausentes.

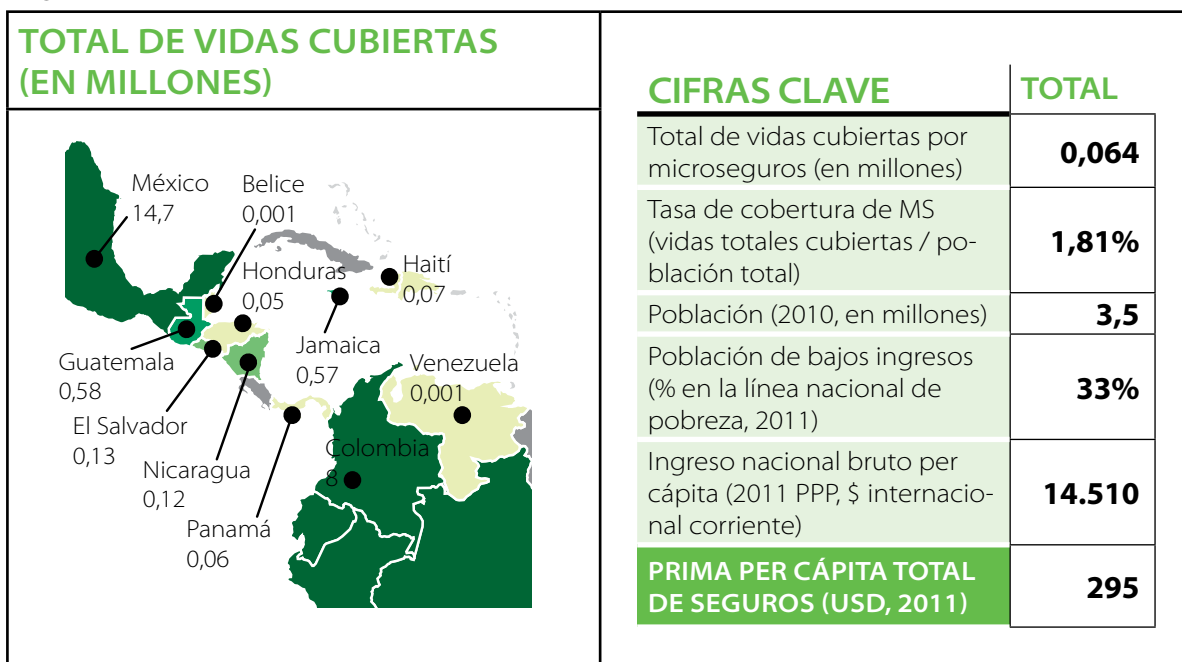
El desarrollo de canales de distribución alternativos también será un desafío, puesto que menos del 5 % de los nicaragüenses son clientes de IMF.

El futuro: brechas y oportunidades: Además de las pólizas de vida-crédito, han comenzado algunas iniciativas más pequeñas para vender microseguros voluntarios a través de las IMF. El más notable es un programa de microseguros que se ha asociado con una de las IMF más grandes en el mercado para vender un producto único de seguro de vida voluntario a sus clientes. Finalmente, es evidente la limitada capacidad de TI.

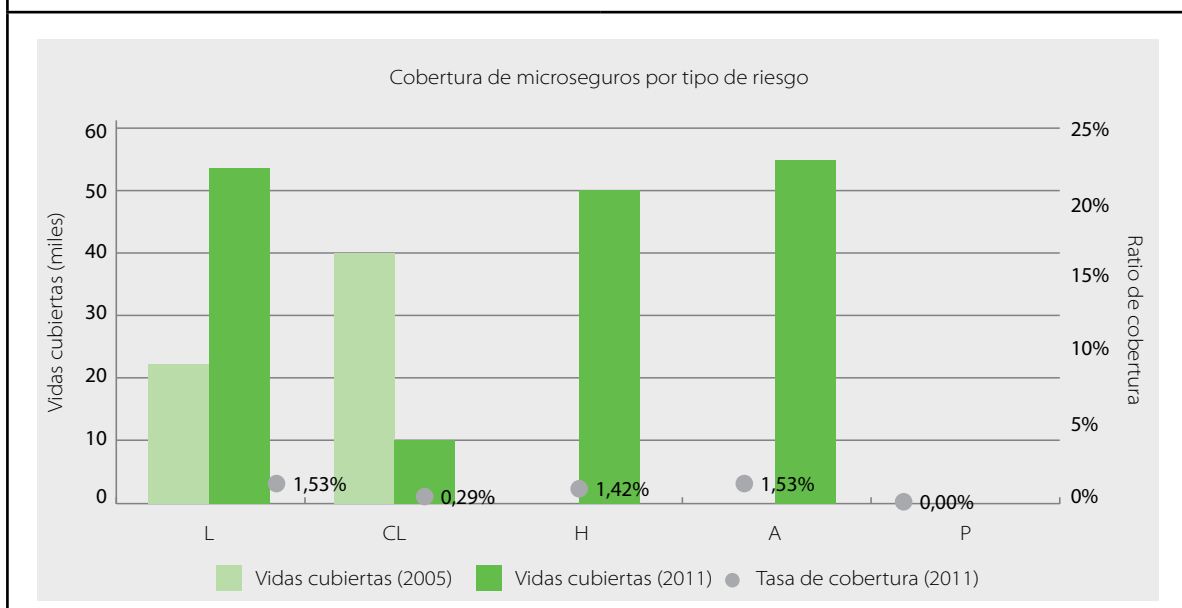
12.17.

PANAMÁ

FRONTERA



COBERTURA DE MICROSEGURO POR TIPO DE RIESGO



Situación de los microseguros: Hasta la fecha, el mercado de seguros de Panamá se ha centrado principalmente en los nichos medios y altos y hay muy pocos productos disponibles para las microempresas y hogares de bajos ingresos, aparte de los seguros de vida-crédito a través de las IMF. Sin embargo, existe un potencial para los microseguros debido a la existencia de un robusto sector financiero, un sector informal relativamente grande y una exposición generalizada al seguro como concepto.

Una razón que explica, al menos en parte, la limitación del mercado se refiere a que existió hasta hace poco tiempo una regulación de seguros muy restrictiva que exigía que todos los seguros

se vendieran a través de corredores. Esto dio a los corredores un mercado automático, en el que a menudo cobraban 20% o 30% de comisión, haciendo que los productos fuesen menos accesibles a los clientes de bajos ingresos. Adicionalmente, no se permitían los canales directos alternativos como las IMF o las compañías de servicios públicos, lo cual hacía virtualmente imposible ofrecer microseguros con primas módicas para las personas de bajos ingresos. Sin una relación directa, ya sea con un canal o con el cliente final, las aseguradoras no podían ofrecer, efectivamente, educación financiera sobre los seguros para los segmentos de bajos ingresos. En marzo de 2012, se promulgó la legislación que eliminó el estricto requisito respecto de los intermediarios y definió un número de canales alternativos permitidos con categorías de productos estándar que las aseguradoras pueden vender a través de ellos. Algunas aseguradoras que habían esperado estos cambios por largo tiempo, ya habían comenzado a desarrollar productos simples de microseguros de vida y de accidentes personales. Ahora que la nueva ley ha entrado en vigencia, se espera que la mayoría de las aseguradoras ingresen de lleno en este mercado naciente.

Fortalezas: Mejor legislación sobre agentes y comisiones, aseguradoras interesadas, fuerte crecimiento económico a lo largo de la última década que ayuda a crecer a la clase media.

Desafíos: Falta de canales de distribución, capacidad limitada de las cooperativas para actuar como canales de distribución.

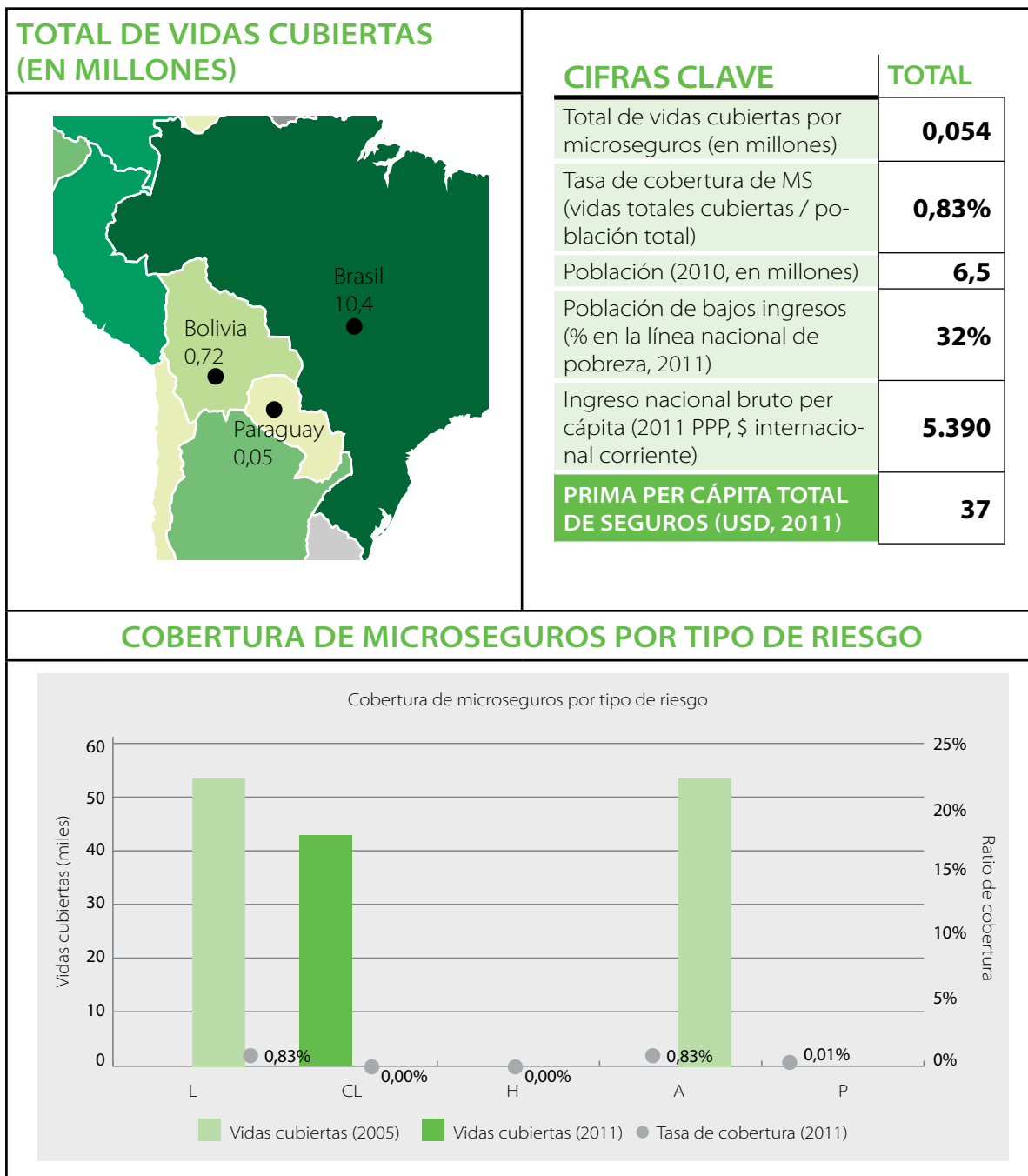
Entre los pocos canales viables que han sido identificados por las aseguradoras, se encuentran las IMF; sin embargo, estas son pequeñas y tienen un alcance de menos de 20.000 clientes. Las aseguradoras tendrán que encontrar canales alternativos. Algunas aseguradoras han comenzado a trabajar con las iglesias y asociaciones comunitarias como potenciales canales alternativos, puesto que estas instituciones normalmente tienen lazos fuertes con su membresía. Otras han comenzado con pólizas de grupo a través de grupos de empleadores, como una manera de ir construyendo el negocio de los microseguros. Los canales de pago de bajo costo, como los locales de Western Union, se han utilizado para ofrecer más opciones para que los clientes puedan pagar sus primas de seguros.

El futuro: brechas y oportunidades: En Panamá, los microseguros están todavía en su infancia, pero se espera que surjan algunos productos interesantes y esquemas de distribución en los años venideros, extrayendo la sofisticación del sector financiero y, en particular, de las aseguradoras.

12.18.

PARAGUAY

FRONTERA



Situación de los microseguros: Los microseguros son un mercado muy nuevo en Paraguay, y aún es preciso desarrollar una cultura de seguros entre los pobres. No existe una regulación de seguros específica para los microseguros, y solo unas pocas de las 33 compañías de seguros reguladas dentro de Paraguay ofrecen microseguros. Actualmente, la distribución de los microseguros se hace, más que nada, a través de cooperativas, aunque algunas IMF están explorando alternativas. La economía de Paraguay se basa en microempresas, agricultura, reventa de productos importados, y la mayoría de la población participa en el sector informal. Las pocas

aseguradoras que están tratando de responder a estas necesidades aún no muestran un nivel de ventas exitoso.

Fortalezas: S / R

Desafíos: Mercado naciente, falta de conocimiento del cliente y de demanda por parte del cliente, precario conocimiento del asegurador.

Paraguay necesita microseguros, especialmente por la importancia de la agricultura y la prevalencia de la agricultura de subsistencia. Sin embargo, existe poca demanda. Aunque las IMF llegan a unos 500.000 clientes, no han sido una fuente de demanda para el desarrollo de productos de microseguros. Las IMF que ofrecen microseguros han tenido ventas bajas. Las cooperativas han desarrollado unos cuantos productos, incluyendo un producto para cosechas en respuesta a una severa sequía que, en 2008, dejó a los pequeños agricultores en crisis. Sin embargo, menos del 30% de los asociados optó por comprar seguros.

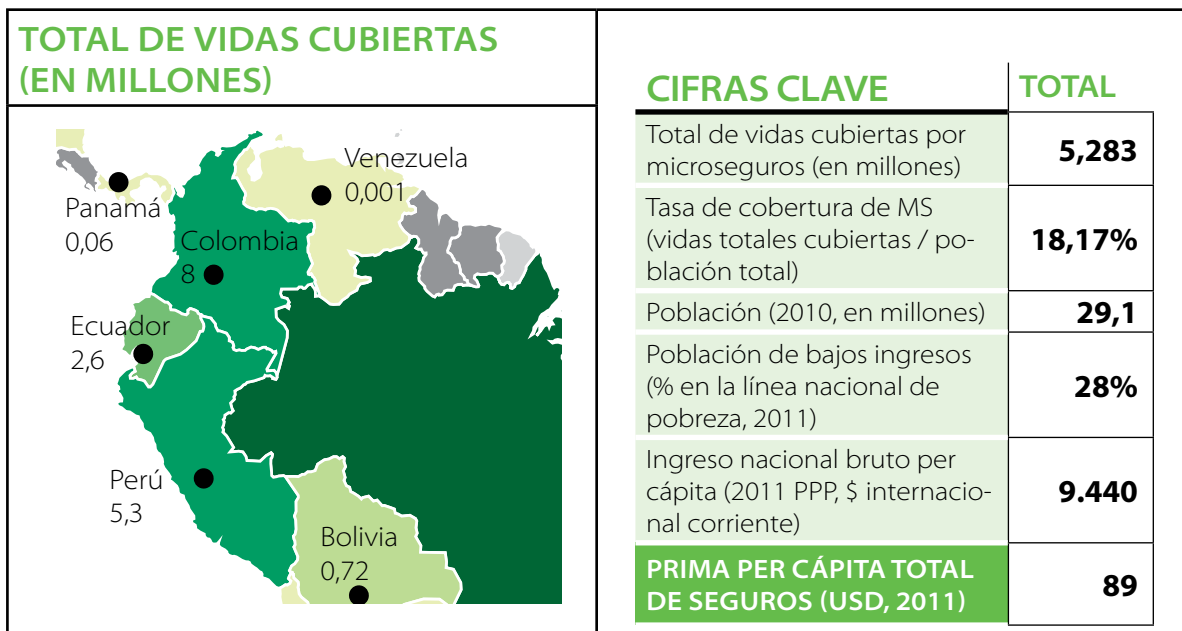
Esta falta de demanda, al menos en parte, es ciertamente resultado del poco conocimiento que los clientes tienen sobre los microseguros, pero también puede deberse a la falta de conocimiento de las aseguradoras sobre cómo desarrollar productos que sean valiosos para los clientes de bajos ingresos.

El futuro: brechas y oportunidades: El futuro de los microseguros en Paraguay depende, en gran medida, de identificar las necesidades de los clientes y de la educación financiera para ayudar a crear una cultura de seguros. Las aseguradoras y las cooperativas o IMF se beneficiarían si forman alianzas para facilitar los esfuerzos educativos, de investigación y de distribución. Aunque las oportunidades más obvias para el desarrollo de productos son las que se dirigen a agricultores y microempresarios, se debería buscar grupos adicionales que puedan beneficiarse de los microseguros y maneras de ayudar a los clientes.

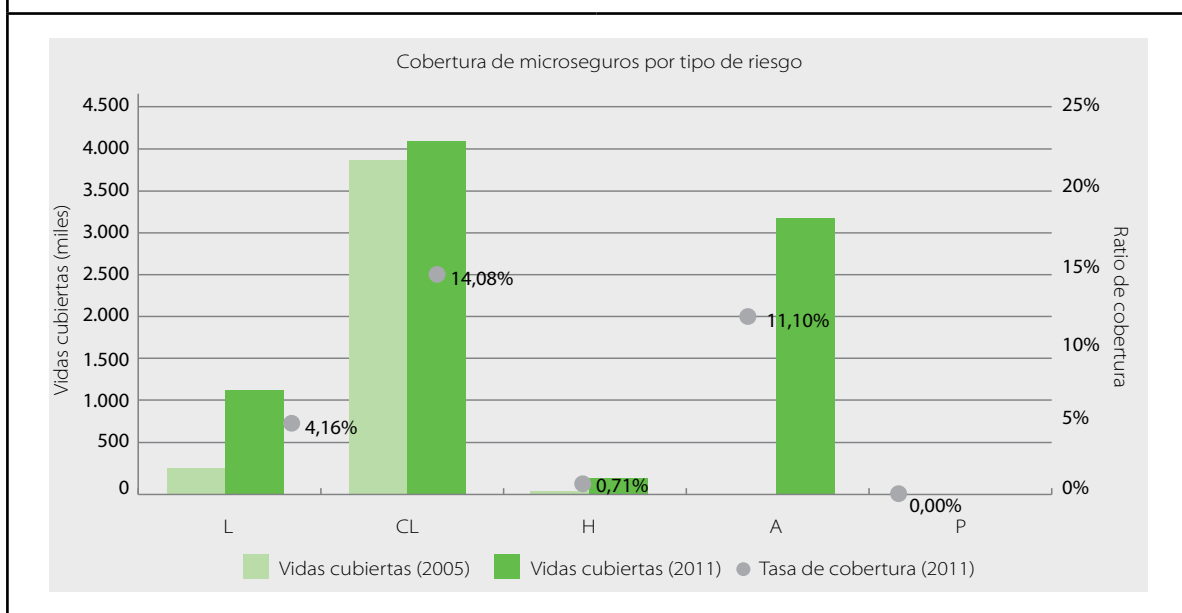
12.19.

PERÚ

HÍBRIDO



COBERTURA DE MICROSEGURO POR TIPO DE RIESGO



Situación de los microseguros: Los microseguros en el Perú en los últimos cinco años han crecido de manera sostenida. Las aseguradoras perciben una oportunidad de mayor crecimiento en los años venideros, ya que hay una multitud de IMF e instituciones que sirven a la población de bajos ingresos. La mayoría de los microseguros son para el público urbano.

En el Perú existe regulación específica para microseguros. Los microseguros se definen como un producto simple (el fraseo de las pólizas se revisa cuando se presenta el proceso), sin exclusiones, para los cuales el pago de siniestros debe hacerse en menos de diez días. Sin embargo, la mayoría de las aseguradoras no registra sus productos. Algunas razones son las siguientes:

- ▶ Los MS solían ser el único producto permitido para los canales de distribución alternativos, pero a partir de cambios en la regulación (en 2009), ya no hay incentivo para que las aseguradoras presenten / registren estos productos como MS.
- ▶ Los MS ya no se definen en términos de topes a la suma asegurada y a la primas, sino como un "producto simple" (el texto de la póliza se revisa en el proceso de presentación), sin exclusiones, pues el TAT debe ser de menos de 10 días.
- ▶ El proceso para presentar productos toma meses, y cuando el superintendente envía comentarios, los procesos para reiniciar el proceso de presentación se consideran demasiado costosos para los productos con primas bajas.

Los encuestados mencionaron demasiadas restricciones para las aseguradoras y, por tanto, prefieren presentar productos de pseudo-microseguros como "productos masivos" que no corresponden necesariamente a la definición legal de microseguros. Además, la regulación prohíbe que las mutuales y cooperativas carguen con riesgos de seguros (excepto para garantías limitadas ofrecidas a grupos cerrados).

Las aseguradoras se centran en productos de vida: vida-crédito/desgravamen, accidentes personales y productos de vida voluntarios, o sea los productos más rentables. Aunque el mercado se ha desarrollado y algunas compañías tienen personal dedicado, su experiencia y conocimiento sigue siendo limitada. A pesar de la madurez del mercado peruano, aún se encuentran productos con bajas tasas de siniestros y altas comisiones, lo cual refleja productos de bajo valor para los clientes. No obstante, algunas aseguradoras están persiguiendo productos más complejos e innovadores, ejemplificados por algunos esfuerzos de seguros con base en índices. El gobierno participa en la provisión de seguros de salud y contra catástrofes, trabajando con aseguradoras comerciales.

Actualmente, en Perú se lleva a cabo experimentación importante respecto de los seguros agrícolas y con base en índices. El Perú es, efectivamente, un laboratorio de aprendizaje para la región con sus diversos programas. Sigue siendo crucial compartir las lecciones, tanto éxitos como fracasos, de estos programas en toda la región.

Fortalezas: Instituciones financieras fuertes, inversionistas en microseguros, experimentos de seguros con base en índices, desarrollo rural activo, y programas de inclusión financiera con componentes de microseguros.

Desafíos: Regulación, falta de productos de alto valor.

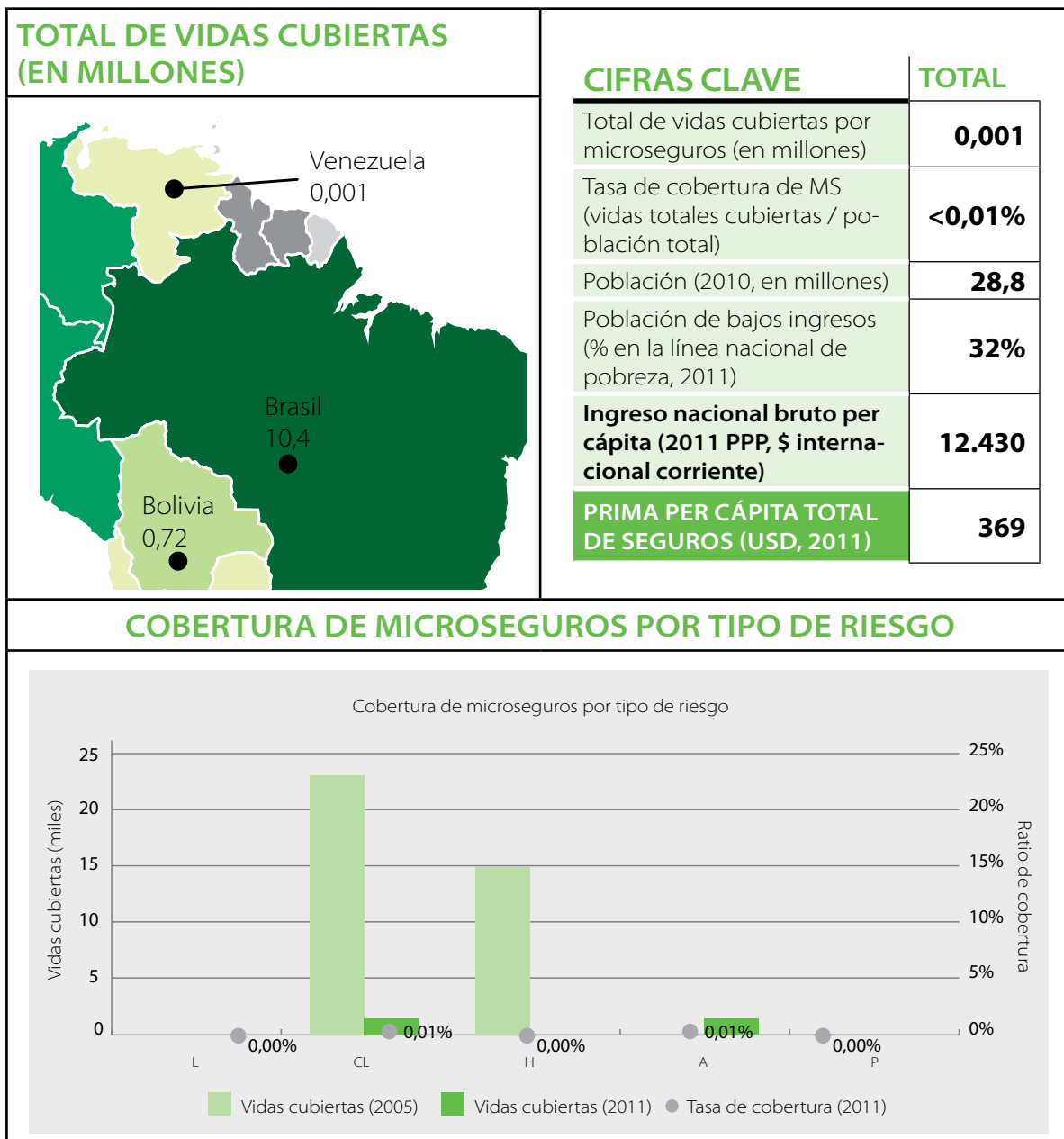
Muchos microseguros en el Perú están ligados a las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito y a las IMF. Los productos del mercado masivo se ofrecen también a través de minoristas. Ha habido muy poca innovación en términos de la distribución. Los corredores, normalmente, desempeñan un papel enlazando a las instituciones financieras con las aseguradoras. Las tendencias a asociarse están impulsadas por los negocios, ya que el sector financiero compite por la clase media emergente. Las Cajas Rurales y las IMF sirven a la población de bajos ingresos y los perfiles socio-económicos de los clientes reflejan las diferencias geográficas. La distribución en las áreas rurales ha seguido siendo un desafío importante.

El futuro: brechas y oportunidades: Mejorar la distribución será crucial para el futuro de los microseguros en el Perú. Deberían surgir nuevas oportunidades con esfuerzos para desarrollar una red de agentes bancarios. Se podría abrir canales de distribución alternativos, como en los ejemplos de México y Colombia. Debería promoverse la expansión de una gama de productos así como lograr mayor valor para los clientes. La experimentación en seguros agrícolas, con base en índices continuará siendo importante y, nuevamente, es crucial aprovechar las lecciones del Perú en toda la región a través de una efectiva difusión de las experiencias y lecciones.

12.20.

VENEZUELA

IMPULSADO POR EL CRÉDITO



Situación de los microseguros: Antes del año 2010, las aseguradoras y las IMF estaban experimentando de manera cauta con los microseguros y se observaba un leve crecimiento. Los productos comenzaron con vida-crédito (desgravamen) y siguieron relativamente centrados en vida y accidentes. Hubo un notable producto pre-pagado de seguros de salud que fue sumamente popular. Sin embargo, todo este desarrollo se frenó totalmente debido a una legislación aprobada a finales de 2010. La nueva legislación prohíbe a los bancos vender seguros a los clientes, lo cual detuvo a las IMF y a los bancos que habían estado ofreciendo microseguros. La legislación también obligó a todas las compañías de seguros a ofrecer un producto llamado "Seguro Solidario", que el gobierno había desarrollado. El gobierno fijó la cobertura, las primas,

el mercado y las cuotas de ventas del producto por aseguradora. Sin embargo, con los niveles de primas y coberturas fijados por ley, las aseguradoras no pueden vender Seguro Solidario sin operar a pérdida y hacen el mínimo esfuerzo para cumplir con la cuota de venta obligatoria. Las aseguradoras se muestran muy cautas en relación con la creación de otros productos de microseguros para atender a la población de bajos ingresos pues temen que si no son capaces de comprar el Seguro Solidario, el Gobierno podría obligarles a bajar las primas y ampliar las coberturas, creando otro producto obligatorio no rentable.

Fortalezas: La demanda y el interés son altos.

Desafíos: Restricciones regulatorias y de políticas, falta de canales de distribución alternativos, falta de modelos de negocio viable en el entorno dado.

Aparte de las restricciones regulatorias mencionadas anteriormente, la falta de canales de distribución sigue siendo un problema importante para crear productos financieramente sostenibles. Existen unas cuantas IMF en Venezuela y las que existen tienen una base de clientes limitada, de menos de 50.000 clientes. Las compañías de servicios públicos podrían ser un canal de distribución y un método de cobranza de primas eficiente, pero son propiedad del gobierno y el gobierno no quiere participar activamente en la oferta de microseguros. En las entrevistas, tanto las aseguradoras como las IMF, afirmaron que la demanda de microseguros por parte de los clientes es alta y consideran que podrían vender exitosamente productos en una gran escala si existieran mejores canales de distribución. Los avances en las aplicaciones y tecnología de teléfonos celulares pueden ayudar a distribuir microseguros, puesto que las IMF no tienen una amplia presencia; sin embargo, esta distribución por medio de celulares, en particular, requeriría apoyo regulatorio o, al menos, no interferencia.

El futuro: brechas y oportunidades: Actualmente, la industria de los seguros en Venezuela técnicamente no ofrece ningún producto de microseguros, aunque algunas IMF están ansiosas por comenzar a ofrecer seguros a sus clientes de nuevo. En respuesta a la nueva legislación que prohíbe a las IMF vender seguros a sus clientes, una IMF ha creado una entidad de seguros aparte y está trabajando para volver a ofrecer su producto previo de microseguro (un producto de vida y accidentes personales / discapacidad), además de un nuevo producto de sepelio. Aunque las aseguradoras sigan siendo cautas en reingresar al mercado debido al clima regulatorio, han afirmado que los seguros de sepelio y de propiedad son los que tienen el mayor potencial de crecimiento.

APÉNDICE

1

DEFINICIÓN DE MICROSEGUROS Y METODOLOGÍA PARA EL ESTUDIO

Los productos y programas de microseguros que califican para su inclusión en el estudio panorámico de América Latina y el Caribe, realizado para el FOMIN, se seleccionaron con base en la siguiente definición:

Los microseguros deben corresponder a productos de seguros que son modestos en términos tanto de la cobertura como de los niveles de primas. Para este estudio, los "microseguros" se definen de acuerdo con las siguientes características:

- ▶ deben haber sido desarrollados intencionalmente para servir a personas de bajos ingresos (son seguros que no son comprados también por personas de bajos ingresos, sino productos que son diseñados para personas de bajos ingresos)
- ▶ el gobierno no debe suscribir el riesgo (no son programas de seguridad social)
- ▶ deben ser parte de una oferta de productos que se dirija hacia la rentabilidad o al menos sostenibilidad
- ▶ deben incluir subsidios (o solo subsidios mínimos)

Adicionalmente, se aplicaron los siguientes criterios:

LA POBLACIÓN OBJETIVO

Los planes deben dirigirse a la población de ingresos más bajos del país, es decir, la población que no ha tenido acceso hasta el momento a productos de seguros tradicionales. Los niveles de ingreso de esta población objetivo varían por país, con base en las especificidades nacionales de distribución del ingreso y a la dispersión desde la población que está por debajo de la línea de pobreza hasta la clase media baja.

LOS TIPOS DE PRODUCTOS

Se incluyen todas las líneas de negocio; los riesgos cubiertos son vida (incluyendo dotal / pensión), accidente, salud, propiedad, ganado y cultivos. El regulador local no necesariamente etiqueta los productos como microseguros, pero deben seguir siendo simples y accesibles para la población local de bajos ingresos. Los productos del mercado masivo se consideran como microseguros para este estudio, si es que cumplen con los otros criterios incluidos en esta definición.

LOS MECANISMOS DE SUMINISTRO

Interesados de diferente índole pueden proveer productos de microseguros y pueden hacerlo a través de varios tipos de canales. A nivel global se considera que las entidades que asumen el riesgo pueden o ser registradas ante el ente supervisor, pudiendo ser cooperativas informales, mutuales de seguros y aseguradoras comerciales. En ALC esto no es necesariamente cierto

puesto que las entidades que asumen riesgos deben ser vigiladas, formales y registradas ante el ente regulador. Por otro lado, los canales de distribución para los productos de microseguros y del mercado masivo pueden ser supermercados o tiendas de la esquina, instituciones más tradicionales de microfinanzas o canales habilitados por nuevas tecnologías (compañías de teléfonos celulares), entre otros. Estas partes interesadas deberían dirigirse a tener esquemas sostenibles y los esquemas considerados para este estudio podrían no ser implementados por los gobiernos.

LOS MONTOS DE LAS PRIMAS

Para asegurar que el estudio incluye productos asequibles (de acuerdo con los objetivos de los microseguros), se estableció un conjunto de límites de primas por país y líneas de negocio. Adicionalmente, los productos deberían recibir subsidios limitados para calificar como MS para este estudio. La tabla a continuación proporciona una lista de los topes de primas por tipo de producto, en una revisión de productos en varios países en toda la región y en todo el mundo. Los porcentajes utilizados se determinaron como aproximaciones efectivas del rango más alto de los productos de microseguros.

PAÍS	PBI PER CÁPITA USD PPP - 2010	PRIMAS MÁXIMAS BASADAS EN PBI PPP - DEFINICIÓN DE MS (ANUAL)			PBI PER CÁPITA - USD 2011	PRIMAS MÁXIMAS BASADAS EN PBI - DEFINICIÓN DE MI (ANUAL)		
		VIDA 1%	SALUD 4%	PROPIEDAD 1,5%		VIDA 1%	SALUD 4%	PROPIEDAD 1,5%
ARGENTINA	15.150	152	606	227	9.124	91	365	137
BELICE	5.970	60	239	90	4.064	41	163	61
BOLIVIA	4.560	46	182	68	1.979	20	79	30
BRASIL	9.390	94	376	141	10.710	107	428	161
CHILE	13.890	139	556	208	12.431	124	497	186
COLOMBIA	9.000	90	360	135	6.225	62	249	93
COSTA RICA	10.880	109	435	163	7.691	77	308	115
REPÚBLICA DOMINICANA	8.700	87	348	131	5.215	52	209	78
ECUADOR	9.270	93	371	139	4.008	40	160	60
EL SALVADOR	6.390	64	256	96	3.426	34	137	51
GUATEMALA	4.610	46	184	69	2.862	29	114	43
HAITÍ	1.110	11	44	17	671	7	27	10
HONDURAS	1.880	19	75	28	2.026	20	81	30
JAMAICA	7.430	74	297	111	5.274	53	211	79
MÉXICO	9.330	93	373	140	9.123	91	365	137
NICARAGUA	2.610	26	104	39	1.132	11	45	17
PANAMÁ	12.940	129	518	194	7.589	76	304	114
PARAGUAY	5.430	54	217	81	2.840	28	114	43
PERÚ	8.940	89	358	134	5.401	54	216	81
VENEZUELA	11.950	120	478	179	13.590	136	544	204

En microseguros se ha utilizado y sigue utilizándose una serie de definiciones. Ver una revisión en: Ingram y McCord, 2012. "Defining microinsurance: Thoughts for a journey towards a common understanding." ("Definición de microseguros: Pensamientos hacia un entendimiento común").

METODOLOGÍA Y CONSIDERACIONES

Un elemento clave de la definición de este estudio es que los productos estén diseñados para la población de bajos ingresos, no que simplemente sean accesibles para esa población. Esto excluye una serie de productos de seguros utilizados, principalmente, por la población de ingresos medios, aunque los productos puedan ser adquiridos por la población de bajos ingresos. Otros componentes de esta definición que llevan a la exclusión de productos que otros venden o consideran como microseguros son los criterios de que el gobierno no sea el que suscribe el riesgo y que el producto reciba subsidios gubernamentales mínimos. Algunos mercados de microseguros, particularmente para agricultura, se caracterizan por una gran participación estatal.

MÉTODOS

Al evaluar el panorama de los microseguros en ALC, se investigó en profundidad 20 países escogidos por su importancia para los microseguros y por sus lazos con otros proyectos relacionados con BID / FOMIN. En el Apéndice 2 se proporciona la lista completa de países estudiados en profundidad.

Los investigadores buscaron incluir a todas las organizaciones que ofrecían productos que encajaran en la definición especificada de microseguros. Para apuntar a estas organizaciones, se efectuó una investigación de gabinete, de modo que se pudiera identificar a todos los proveedores de seguros en un país. A través de una investigación por Internet, se encontró que algunas organizaciones no proporcionaban productos que cumplieran con la definición de microseguro adoptada para este estudio. Se contactó a las organizaciones restantes para determinar su participación en los microseguros. La identificación de proveedores potenciales de microseguros fue una actividad permanente, apoyada, en muchos casos, por las comunicaciones con los reguladores, compañías que agregan información como FASECOLDA, consultores como Planet Guarantee, así como otras aseguradoras en el mercado.

La recolección primaria de datos se efectuó a través de encuestas y entrevistas. Todos los participantes en las encuestas y entrevistas lo hicieron voluntariamente y podían cancelar su participación en cualquier momento. Algunas organizaciones que decidieron suspender su participación en el estudio y aunque los investigadores trataron de responder preguntas y resolver las preocupaciones de la organización sobre el estudio en los casos en que la organización canceló su participación, el equipo hizo el esfuerzo de contactar a un canal de distribución, regulador o agregador que pudiera tenerla información sobre los productos de microseguros ofrecidos por esas organizaciones.

Se distribuyeron encuestas a todos los proveedores potenciales de microseguros que se identificaron. La encuesta se basó en la que se utilizó para el Panorama de microseguros en los "100 Países más Pobres del Mundo". Esto se hizo intencionalmente para asegurar que los datos reunidos en este estudio fueran comparables con los recolectados previamente. Se incluyeron preguntas sobre la organización, los productos y las ideas de la organización sobre los factores de expansión y los problemas con el mercado y la regulación. Los datos cuantitativos clave solicitados incluían el valor de las primas recibidas en 2010 y 2011, así como las entidades cubiertas al final de cada año. En el Apéndice 3 se puede encontrar una copia de la encuesta completa.

Para complementar y facilitar las encuestas, un equipo de siete investigadores realizó también entrevistas con potenciales proveedores de microseguros. Nueve de los veinte países

especificados en el Apéndice 2, fueron visitados por los investigadores. Las visitas a los países duraban en promedio una semana y, en estos casos, se realizaron entrevistas personales con una duración máxima de dos horas. Estas entrevistas buscaban explicar el cuestionario, obtener el compromiso de información del proveedor y proporcionar información general sobre la compañía y sus actividades de microseguros. En los países que no fueron visitados, las entrevistas se efectuaron por teléfono. Las entrevistas servían para varios propósitos: permitir a los investigadores instaurar una relación con las organizaciones, obtener respuestas o aclarar preguntas de la encuesta, y establecer una mejor comprensión del mercado y las partes interesadas de los microseguros en el país. Entre las personas entrevistadas hubo presidentes de directorios, gerentes generales quienes eran los más conocedores de las operaciones de las organizaciones de microseguros. Tal como se mencionó anteriormente, en algunos casos se contactaron reguladores y compañías que agregan información, además de los proveedores de microseguros, para lograr un entendimiento más profundo de ese mercado en el país.

La recolección accesoria de datos sobre productos y proveedores de microseguros se realizó en Internet, como asimismo, la investigación de literatura de fuentes secundarias, incluyendo recursos publicados y no publicados en inglés, español y portugués, e interacciones académicas, periodísticas y con consultores. Estos recursos, si bien estaban dentro de los límites de tiempo del estudio, se utilizaron para llenar cualquier vacío que el asegurador, canal de distribución o regulador no hubieran previsto. Sin embargo, para información sobre los donantes, la regulación y el contexto general del país, las fuentes secundarias constituyeron la principal fuente para obtener datos e informantes clave proporcionaron recursos adicionales.

CONSIDERACIONES

Al leer este estudio, se debe ser consciente de que todos los datos recolectados se presentaron voluntariamente, según la buena disposición de las aseguradoras, los canales de distribución, agregadoras, reguladores, donantes y otras organizaciones involucradas con los microseguros. Si una aseguradora rehusaba participar en el estudio, los investigadores recolectaban la información del producto de un canal de distribución o una compañía que agrega información donde fuera posible. Cuando se utilizó información de las estas últimas, a menudo no era posible determinar el número exacto de productos o aseguradoras incluidas o la cobertura exacta de los productos, aunque se especificaba la cobertura al mayor grado posible.

En los casos en que se recibió respuesta de una aseguradora y también del canal de distribución asociado, la información del producto que se mantuvo fue solo de la aseguradora para evitar un doble conteo de los asegurados a través del producto. Sin embargo, se mantuvo la información organizacional y las percepciones del mercado reportadas por ambas organizaciones.

Aunque la mayoría de aseguradoras y otras organizaciones estuvieron dispuestas a proporcionar datos, debe tenerse en cuenta que, en algunos casos, la información apropiada no estaba disponible. Como en el resto del mundo en desarrollo, la contabilidad de los seguros generalmente no incluye una segregación de los datos sobre microseguros. Incluso cuando se encontraban los datos segregados, las aseguradoras y otras organizaciones no siempre monitoreaban su negocio de la misma manera (Koven y McCord, 2012). Cuando estas situaciones se presentaron, los investigadores contactaron a las organizaciones para aclarar la información.

La consideración final es respecto de lo que las aseguradoras u otros consideran como "microseguros". Aunque el proyecto aplica una definición clara de microseguros y un modelo para contar a los tenedores de pólizas y las vidas cubiertas, es posible, e incluso probable, que esta definición no co-

rrresponda exactamente a la utilizada por una entidad aseguradora o el gobierno de una jurisdicción. Así, los datos generados pueden no cumplir exactamente con la definición propuesta. El esfuerzo general se centró en recolectar datos de microseguros relacionados con aquellos considerados de bajos ingresos y si era posible que cumplieran directamente o muy de cerca con la definición. Por lo tanto, los datos presentados en este estudio reflejarán "aquellos identificados" como cubiertos con microseguros a diferencia de un número absoluto de personas con microseguros. Debido a estas preocupaciones, los investigadores hicieron todos los esfuerzos posibles por contactar organizaciones y aclarar información.

A diferencia de África y Asia, América Latina tiene un mercado de microseguros masivo y prolífico. Varios países en América Latina tienen una clase media que está creciendo rápidamente, lo cual es atractivo para las aseguradoras, ya que esperan captar a las familias como clientes cuando tienen bajos ingresos y luego mantener esa relación a medida que las familias mejoran su condición económica y compran productos más caros. Los consumidores de clase media y alta pueden, incluso, estar generando demanda de seguros de bajo costo distribuidos a través de canales de mercados masivos dirigidos a segmentos de bajos ingresos cuando compran algunos artículos, como boletos de loterías, saldo para teléfonos celulares y pequeños electrodomésticos, que están ligados a productos baratos de seguro. En este entorno, muchas aseguradoras ven a la población de bajos ingresos e ingresos medios como un continuo de clientes, y no hacen ninguna distinción, o muy poca, entre el seguro del mercado masivo y el microseguro. Esto es muy diferente en África y Asia, donde es relativamente más fácil identificar el mercado de microseguros simplemente porque hay una distinción más clara entre poblaciones de bajos ingresos y las más adineradas, como entre los productos de seguros a los que cada uno puede acceder. Así, es más fácil utilizar un número de sustitutos para separar razonablemente los microseguros de otros seguros. Los países de América Latina y el Caribe son generalmente más ricos y más desarrollados que los de África o Asia, y la medida estándar para la pobreza mundial —vivir con menos de USD 2 por día— no se aplica al potencial del mercado de los microseguros en ALC, como sí se aplica en África o Asia.

Otras medidas tradicionales del posible mercado de microseguros, como el número de clientes de la IMF, también tienden a ser mucho menos efectivos en ALC. Por ejemplo, en muchos países de África y Asia se puede asumir razonablemente que los clientes de las IMF con seguro son de bajos ingresos y, por tanto, clientes de microseguros. En América Latina, muchas de las IMF han crecido con sus clientes e, incluso, ofrecen préstamos de USD 100.000 a sus clientes, los que claramente no son "micro" clientes. De esta manera, el desafío de trabajar para separar los microseguros de los no microseguros en este estudio fue muy grande.

Con todas estas consideraciones, es importante reconocer que la información cuantitativa presentada en este documento no representa un número absoluto de productos, clientes u otros datos. Más bien, este documento reporta lo que el equipo pudo identificar como microseguros. Aunque los datos para este estudio no son una medida absoluta de los microseguros en ALC, el conjunto de datos es suficientemente grande para representar el "panorama" de los microseguros y proveer una imagen exacta del mercado y hacia dónde se encamina.

APÉNDICE

2

PAÍSES ESTUDIADOS

Los países en negrita fueron visitados por el equipo del estudio panorámico.

ARGENTINA

BELICE

BOLIVIA

BRASIL

CHILE

COLOMBIA

COSTA RICA

ECUADOR

EL SALVADOR

GUATEMALA

HAITÍ

HONDURAS

JAMAICA

MÉXICO

NICARAGUA

PANAMÁ

PARAGUAY

PERÚ

REPÚBLICA DOMINICANA

VENEZUELA

APÉNDICE

3

DATOS DE LOS PAÍSES SOBRE VIDAS Y PROPIEDADES CUBIERTAS EN ALC

La tabla a continuación proporciona detalles para cada país sobre los tipos generales de microseguros y las tasas de cobertura (vidas aseguradas / población total) por grupos de productos. Nótese que los totales en esta tabla y los de las otras tablas en la sección de productos no corresponden a la suma de los subtotales. Como la mayoría de seguros ofrece coberturas múltiples, la suma de los subtotales es casi siempre mayor que la suma del total de asegurados. Por ejemplo, un producto que ofrece cobertura para crédito vida, sepelio y efectivo para gastos hospitalarios se contará una vez las categorías de vida-crédito (desgravamen), vida y salud. La suma de los subtotales de este ejemplo sería tres veces el número real cubierto. Adicionalmente, la cobertura total que se menciona aquí es solamente para los países estudiados. La tasa de cobertura total para la región, incluyendo los otros países que no se estudiaron directamente, es de 7,6%.

PAÍS	TOTAL DE VIDAS O ACTIVOS ASEGURADOS POR MICROSEGUROS (MM)						COBERTURA DE MICROSEGUROS (NÚMERO DE ASEGURADOS / POBLACIÓN)					
	TOTAL	VIDA-CRÉDITO (VC)	VIDA (V)	SALUD (S)	ACCIDENTES (A)	PROPIEDAD (P)	TOTAL	VC	V	S	A	P
ARGENTINA	1,356	-	1,337	0,019	0,430	-	3,34%	-	3,31%	0,05%	1,06%	-
BELICE	<0,001	-	-	-	-	<0,001	0,16%	-	-	-	-	0,16%
BOLIVIA	0,718	0,488	0,716	0,006	0,468	0,001	7,23%	4,92%	7,21%	0,06%	4,71%	0,01%
BRASIL	10,448	<0,001	7,767	4,100	9,593	2,055	5,36%	<0,01%	3,98%	2,10%	4,92%	1,05%
CHILE	0,496	-	0,042	0,120	0,290	0,086	2,90%	-	0,25%	0,70%	1,69%	0,50%
COLOMBIA	7,977	0,969	4,191	0,118	2,483	0,216	17,23%	2,09%	9,05%	0,26%	5,36%	0,47%
COSTA RICA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
REPÚBLICA DOMINICANA	0,254	0,050	0,124	0,064	0,224	0,028	2,56%	0,50%	1,24%	0,65%	2,26%	0,29%
ECUADOR	2,637	1,236	2,254	1,574	0,527	0,486	18,23%	8,54%		10,88%	3,64%	3,36%
EL SALVADOR	0,129	0,064	0,090	0,012	0,078	0,012	2,09%	1,03%	1,81%	0,20%	1,26%	0,20%
GUATEMALA	0,576	0,020	0,576	0,382	0,556	-	4,00%	0,14%	4,00%	2,65%	3,86%	-
HAITÍ	0,072	0,059	0,013	-	-	0,059	0,72%	0,59%	0,13%	-	-	0,59%
HONDURAS	0,051	0,010	0,051	0,010	0,010	-	0,67%	0,13%	0,67%	0,13%	0,13%	-
JAMAICA	0,566	-	-	-	0,566	-	20,95%	-	-	-	20,95%	-
MÉXICO	14,731	8,770	13,943	3,606	5,339	-	12,99%	7,73%		3,18%	4,71%	-
NICARAGUA	0,121	0,078	0,118	<0,001	0,100	-	2,09%	1,35%	2,04%	0,01%	1,73%	-
PANAMÁ	0,064	0,010	0,054	0,050	0,054	-	1,81%	0,29%	1,53%	1,42%	1,53%	-
PARAGUAY	0,054	<0,001	0,054	-	0,053	<0,001	0,83%	<0,01%	0,83%	-	0,83%	
PERÚ	5,283	4,095	1,211	0,205	3,226	-	18,17%	14,08%	4,16%	0,71%	11,10%	-
VENEZUELA	0,001	0,001	-	-	0,001	-	<0,01%	-	-	-	<0,01%	-
TOTAL PARA 20 PAÍSES	45,534	15,850	32,542	10,268	23,997	2,944	8,15%	2,84%	5,83%	1,84%	4,30%	0,53%

APÉNDICE

4

CUESTIONARIO DEL ASEGURADOR

AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE ENCUESTA SOBRE MICROSEGUROS				
¿Cuál es su nombre de pila?				
¿Cuál es su apellido?				
Nombre de la compañía				
Nombre del país				
Dirección y detalles de contacto de la casa matriz de la aseguradora en el país. (La entidad anotada anteriormente como aseguradora. Para las agencias gubernamentales o compañías, el departamento o agencia gubernamental mencionados como aseguradora).		Dirección		
		Ciudad / Código postal		
		Teléfono: (formato = + país - ciudad - número)		
		Correo electrónico:		
		Página web:		
Total Primas / contribuciones anuales totales aproximadas de la aseguradora (incluir año) (incluir todas las primas pagadas a la aseguradora incluyendo microseguros y otras primas de seguros).		Monto		Año
Indicar el tipo de moneda expresado				
¿Cómo describiría la condición regulatoria de la aseguradora? (Marcar solo una)		Informal (no regulado)		
		Formal (regulado por una agencia que no es la Superintendencia de Seguros)		
		Formal (regulado por la Superintendencia de Seguros)		
		Otro (sírvase especificar - _____)		
Su compañía es una aseguradora de ... (Marcar todos los que sean aplicables)		Salud		
		General		
		Vida		
		Otro (sírvase especificar - _____)		
¿Cuál de las etiquetas describe mejor a la aseguradora? (Marcar solo la más apropiada)		Compañía comercial		
		ONG		
		Agencia gubernamental (seguridad social / protección)		
		Aseguradora paraestatal (propiedad mayoritariamente estatal)		
		Organización basada en la comunidad		
		Sociedad o negocio informal		
		Mutual (no "basada en la comunidad" pero formal con gestión profesional de seguros)		
		Aseguradora del tipo "takaful"		
		Re-aseguradora		
		Cooperativa		
Otro (sírvase especificar - _____)				
¿La aseguradora desea ser incluida en la lista de correos del MSC y recibir información adicional sobre el estudio? (Marcar si la respuesta es sí)				

¿La aseguradora re-asegura sus actividades de Microseguros? (Marcar si la respuesta es sí, luego seleccionar el número de la re-aseguradora a continuación):

Re-aseguradora: Mapfre Swiss Re Munich Re Suramericana General Re Liberty Mutual
 Generali XL Re Otro (sírvase especificar - _____)

¿En qué medida está usted de acuerdo con las afirmaciones siguientes respecto del mercado de los Microseguros? (Marcar el recuadro correspondiente para cada afirmación)	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
Las regulaciones financieras son favorables para el negocio de Microseguros					
Su negocio nacional de Microseguros creció considerablemente en los últimos 5 años					
Su negocio nacional de Microseguros crecerá > 10 % el próximo año					
Su negocio nacional de Microseguros crecerá > 100 % los próximos 5 años					
De igual manera, califique las siguientes razones posibles que estarían impidiendo la expansión en el mercado de seguros para bajos ingresos:market:	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
Falta de demanda de productos de seguros por parte de los potenciales clientes					
Ignorancia sobre los seguros en la potencial base de clientes					
Falta de asequibilidad en la potencial base de clientes					
Falta de apoyo a los re-aseguros para asegurar a los pobres					
Falta de canales de distribución					
Falta de información para ayudar en el desarrollo de productos de seguros diseñados para la base de la pirámide					
Percepción de la aseguradora de que no puede ofrecer					
No estamos impedidos en nuestra expansión de los Microseguros					

¿Existen regulaciones en el país que dificultan o que promueven la expansión de los Microseguros? (Marcar hasta cinco respuestas en total)

DIFICULTAN

- H1 Requisitos de política difíciles
- H2 Requisitos de solvencia hacen a los Microseguros no viables
- H3 No se permite a las re-aseguradoras re-asegurar a "aseguradoras" (como Microseguros basados en la comunidad)
- H4 Otro impedimento (sírvase especificar _____)

PROMUEVEN

- P1 La legislación especializada en Microseguros proporciona requisitos separados para los Microseguros (como la menor solvencia o requisitos de capital inicial)
- P2 Las regulaciones exigen a las aseguradoras proporcionar Microseguros
- P3 Leyes claras y manejables de seguros mutuos
- P4 Otra promoción (sírvase especificar _____)

Sobre los productos de seguros. Sírvase completar lo siguiente para cada producto de Microseguro que la organización provee.

¿Es el producto líder o principal de Microseguros de la compañía (el más grande en términos de pólizas vendidas)? (Marcar si la respuesta es sí)

Nombre del producto de Microseguro _____

¿En qué año se introdujo el producto? _____

¿Está este producto ligado a un préstamo de Microcrédito (seguro de deuda)? (Marcar si la respuesta es sí)

Tipo principal de producto de seguro: Vida Accidentes Salud Propiedad Agricultura
 Productos múltiples empaquetados en uno (sin cobertura principal) Otro sírvase especificar: _____

¿Cuál es el tipo de producto específico? (Marca uno a continuación; si se aplica más de uno, sírvase especificar la cobertura principal)

Vida	Accidentes & Discapacidad	Salud	Propiedad
1A Vida crédito	2A Cualquier causa	3A Primaria	4A Ganado
1B Vida crédito Plus	2B Trabajo	3B Hospitalización	4B Cultivo
1C Sepelio	2C Viaje	3C Integral	4C Vivienda
1D Plazo	2D Otros	3D Otro	4D Otras posesiones **
1E Dotales			4E Microempresa (inventario)
1F Pensiones			4F Microempresa (otro)
1G Inversiones			4G Motor
1H Otro			4H Otro

** (maquinaria, autos, motocicletas, etc.)

¿Está este producto ligado a un índice? (Si la respuesta es Sí, marcar uno a continuación)

- 5A Lluvias 5D Huracán
- 5B Catástrofes 5E Estabilización de precios
- 5C Vientos 5F Otro (sírvase especificar: _____)

<p>¿Qué tipo de póliza es?</p> <p>A. Grupal B. Individual C. Ambas D. Otro (sírvase especificar: _____)</p>	<p>¿Es esta póliza obligatoria, voluntaria o ambos?</p> <p>A. Obligatoria (se exige como adición a cualquier otro producto como un préstamo) B. Voluntaria C. Ambas</p>
---	---

¿Cuál es el plazo de la póliza? (Marcar sólo una)

- 1. Ligado al plazo del préstamo u otro producto
- 2. Plazo anual renovable
- 3. Plazo limitado fijo, hasta un año
- 4. Plazo limitado, 1 - 5 años
- 5. Plazo limitado, 6 - 20 años
- 6. Plazo limitado, más de 20 años
- 7. Toda la vida
- 8. Otro (sírvase especificar: _____)

¿Cuál es el grupo objetivo del producto (Marcar tantos como sean aplicables)?

- T1** No definido **T6** Niños **T10** Clientes de IMF (por ejemplo, crédito vida, discapacidad)
- T2** Bajos ingreso **T7** Industria agrícola **T11** Clientes de bancos
- T3** Mujeres **T8** Desempleados **T12** Jubilados
- T4** Hombres **T9** Auto-empleado **T13** Otro (sírvase especificar: _____)
- T5** Mujeres embarazadas

Ingresar los tres canales principales utilizados para distribuir el producto de Microseguros (Enumerar los tres canales más relevantes en orden de importancia)

- A** Seguro vendido directamente a través de agentes especializados conectados (agentes que trabajan para la aseguradora pero se centran en los Microseguros)
- B** Seguro vendido a través de agentes dedicados / especializados en Microseguros o "Micro-agentes" (no IMF)
- C** Seguro incluido en otros productos (como Microseguros que vienen con un préstamo sin costo adicional)
- D** Microseguro vendido por agentes convencionales de seguros
- E** Empleador que vende un seguro al empleado (o compra seguro a nombre de su empleado)
- F** Corredor de seguro generales
- G** Corredores especializados en Microseguros (que se centran principalmente en productos de Microseguros)
- H** Oficinas de remesas
- I** Minoristas (tiendas, iglesias, otras instituciones no financieras) (negocios no funerarios - ver "J")
- J** Funerarias
- K** Distribuidos a través de grupos basados en la comunidad
- L** Distribuidos a miembros (como las mutuales)
- M** Vendido por instituciones Microfinancieros como agentes
- N** Vendido con proveedores, no aseguradoras (programas formales ofrecidos por hospitales, por ejemplo)
- P** Organizaciones de la sociedad civil (como las uniones de mujeres)
- Q** Participación obligatoria (como algunos programas de seguridad social)
- R** Otro (sírvase especificar: _____)

¿A cuánto equivalen las primas totales recibidas para este producto de Microseguros en 2010?	Monto:	Moneda:
¿A cuánto equivalen las primas totales recibidas para este producto de Microseguros en 2011?	Monto:	Moneda:
¿A cuánto asciende la prima típica pagada por el póliza-habiente típico y la suma típica asegurada para esta clase de negocio en 2011?		
Prima pagada:	Suma asegurada:	Moneda:
¿Estos montos incluyen el IVA? (Marcar si la respuesta es sí)		

Cifras de póliza y cobertura:

Ejemplo: Una póliza de salud o vida cubre a 2 padres y a 3 hijos. En este caso, contaría como 5 personas aseguradas por cada póliza individual.

Ejemplo: Su compañía tiene una póliza de grupo con una IMF. El número total de pólizas individuales sería igual al número de asegurados (deudores). Para calcular el número total de personas cubiertas, añadir esta cifra al número total de miembros de la familia también cubiertos por el producto de Microseguro de este producto.

Número total de personas cubiertas por la póliza a finales de 2011 (incluye a miembros de la familia si están cubiertos)	
Número total de personas cubiertas por la póliza a finales de 2010 (incluye a miembros de la familia si están cubiertos)	
Número de total de pólizas individuales en vigencia a finales de 2011	
Número de total de pólizas individuales en vigencia a finales de 2010	

¿Su compañía distingue entre Microseguros y otros productos de seguros? (Marcar si la respuesta es sí)

Si hay una distinción, ¿cuál es? (marcar todas las que se apliquen)

- Departamento Especializado
- Diseño y marketing de diferentes productos
- Gestión de productos de Microseguros
- Servicio al cliente dedicado a clientes de Microseguros
- Canales de distribución diferenciados para productos de Microseguros
- Otro (sírvase especificar _____)

¿Cómo mide el éxito o impacto de este producto de Microseguros?

No lo medimos Indicadores de desempeño financiero Indicadores de desempeño social
Encuestas de satisfacción al cliente Estudios de impacto Otro (sírvase identificar _____)

¿Este producto de Microseguros incorpora alguna tecnología en las siguientes actividades de seguro?

(incluye teléfonos celulares, POS, tarjetas con cinta magnética, centros de llamadas, tarjetas inteligentes u otros)
(marcar todas las que se apliquen)

Ninguno

Servicio al cliente (ejemplo: aplicación en teléfonos celulares, línea dedicada, etc.)

Pago de siniestros o cobranza de primas

Gestión de pólizas

Diseño de producto (ejemplo: GPS / datos geográficos)

Comunicación con intermediarios (ejemplo: envío de documentos, registro en línea, etc.)

Apoyo administrativo (Back-office)

Otro (sírvase especificar _____)

Sírvase describir brevemente cada tipo de tecnología utilizada con este producto, incluyendo la o las funciones para las que se usa:

¿Se desarrolló específicamente la tecnología para este producto? (Marcar si la respuesta es sí)

¿Quién desarrolló la tecnología?

La aseguradora Compañía de TI Otro (sírvase especificar _____)

¿El producto de Microseguros tiene apoyo de donantes? (Marcar si la respuesta es sí)

Nombre del donante que apoyo el producto

Apoyo total aproximado del donante	Monto:	Moneda:	Número de años que este apoyo cubre:
------------------------------------	--------	---------	--------------------------------------

Si quisiera incluir cualquier información adicional a la encuesta, sírvase hacerlo en el espacio siguiente:

REFERENCIAS




- Gerelle, Eric y Michiel Berende.** (2008). Technology for microinsurance scoping study. (Tecnología para un estudio preliminar de los microseguros) Ginebra: OIT.
- Ingram, Molly y Michael J. McCord.** (2011). "A Discussion Paper - Defining 'Microinsurance': Thoughts for a journey towards a common understanding." ("Definición de microseguros: Pensamientos para un camino hacia un entendimiento común") Appleton, WI: MicroInsurance Centre.
- Koven, Richard y Michael J. McCord.** (2012). "MILK Discussion Note #3: Counting Lives Covered: Getting it Right". ("Nota # 3 de MILK: El conteo de vidas cubiertas: El logro de un buen cálculo") Appleton, WI: MicroInsurance Centre.
- Matul, Michal, Michael J. McCord, Caroline Phily, y Job Harms.** (2010). The Landscape of Microinsurance in Africa. (El panorama de los microseguros en África) Ginebra: OIT.
- Roth, Jim, Michael J. McCord, y Dominic Liber.** (2007). The Landscape of Microinsurance in the World's 100 Poorest Countries. (El panorama de los microseguros en los 100 países más pobres del mundo) Appleton, WI: MicroInsurance Centre.
- Wipf, John y Denis Garand.** (2010). Performance Indicators for Microinsurance: A handbook for practitioners, 2nd edition. (Indicadores de desempeño para los microseguros: un manual para profesionales, segunda edición) Luxemburgo: Microinsurance Network.
- Banco Mundial.** (2012). World Development Indicators. (Indicadores de Desarrollo Mundial) Washington, DC: Banco Mundial.

FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES

1300 New York Avenue, N.W., Washington, D.C. 20577

 mifcontact@iadb.org

 www.facebook.com/fominbid

 www.twitter.com/fominbid

www.fomin.org



Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID