

UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO
Colegio de Administración para el Desarrollo

Estudio de los Microseguros como impulso para el desarrollo del mundo y del Ecuador

Carole Michelle Abedrabbo Valhubert-Tioch

Rodrigo Ibarra, DEA, MBA, Director de Tesis

Tesis de grado presentada como requisito para la obtención del título de
Licenciada en Administración

Quito, Mayo 2013

Universidad San Francisco de Quito

Colegio de Administración para el Desarrollo

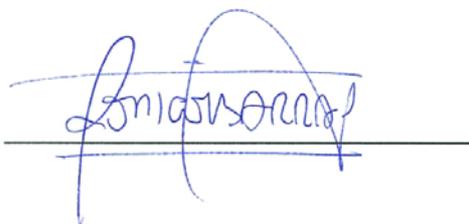
HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS

**Estudio de los Microseguros como impulso para el
desarrollo del mundo y del Ecuador**

CAROLE MICHELLE ABEDRABBO

VALHUBERT-TIOCH

Rodrigo Ibarra, DEA, MBA
Director de la tesis



Magdalena Barreiro, Phd
Decana del Colegio de
Administración para el Desarrollo



Quito, Mayo del 2013

© Derechos de autor

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: Carole Abedrabbo

Nombre: Carole Michelle Abedrabbo Valhubert-tioch

C. I.: 171316597-3

Lugar: Quito Fecha: Mayo 2013

DEDICATORIA

Al esfuerzo de mis padres y a la salud de mi madre.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco profundamente al esfuerzo de mis padres, quienes siempre me apoyaron y me ayudaron, para poder lograr esta educación de excelencia. También, quiero agradecer a docentes de la USFQ que lograron transmitir sus conocimientos, en especial a Beatriz del Pozo, profesora de Seguros que logró despertar mi interés en el estudio de los Seguros, gracias a su gran esfuerzo, paciencia y dedicación a lo largo de estos años de estudio y de la realización de este proyecto de titulación. Un principal agradecimiento a dos personas que se convirtieron en grandes amigos; Marianita Salvador por su gran ayuda en todo a lo largo de mi carrera y a Pablo Beltrán por su profesionalismo y motivación en mis estudios. Finalmente a Rodrigo Ibarra, mi director de tesis, a quien admiro por su gran conocimiento no solo en Seguros, y quien se esforzó mucho en dirigir con gran nivel académico e intelectual este proyecto de titulación.

RESUMEN

Los Microseguros representan un ramo de seguros con gran potencial en el mundo pero que no se encuentran debidamente desarrollados en varios países, entre ellos Ecuador. La principal causa de esta falta de desarrollo, se debe sobretodo a la falta de cultura y de conocimiento de los seguros en general. Los microseguros están diseñados exclusivamente para los diferentes tipos de riesgos que pueden afectar a una comunidad que ha sido ignorada por los esquemas de seguros tradicionales. Hoy los microseguros representan una rama del negocio asegurador que antiguamente no existía ya que era muy arriesgado para los aseguradores brindar protección a personas de escasos recursos recibiendo primas tan bajas. Todo esto ha creado en la poblaciones más pobres del mundo una necesidad de conocimiento acerca de este producto y de cómo se desarrolla apropiadamente en cada país según sus necesidades específicas contra los posibles riesgos. Pero de igual manera, hoy en día, los microseguros se ven como un producto que impulsaría el desarrollo en países que recién están emergiendo apropiadamente, tomando como caso particular el Ecuador.

ABSTRACT

Microinsurance represents an insurance sector with great potential in the world but that are not properly developed in several countries, including Ecuador. The main cause of this lack of development is due mainly to the lack of culture and knowledge in general insurance. Microinsurance is designed exclusively for the different types of risks that can affect a community that has been ignored by traditional insurance schemes. Today, Microinsurance represents a branch of the insurance business that formerly did not exist because it was too risky for insurers to provide protection for poor people receiving premiums as low. All this, has created in the world's poorest people a need to know about this product and how it is developed appropriately in each country according to their specific needs against the potential risks. But likewise, today, microinsurance is viewed as a product that would boost development in newly emerging countries properly, taking Ecuador as case.

Tabla de contenido

Antecedentes	11
Tema específico	12
Planteamiento del problema de investigación	13
Justificación del tema.....	14
Hipótesis.....	14
Pregunta de investigación.....	14
Variables de estudio	14
Capítulo 1: Introducción y Generalidades	16
1.1 Introducción al tema de los microseguros	16
1.2. Características de los microseguros en el mundo y diferencias con otros productos	21
1.3. Entorno y elementos principales para la implantación de un microseguro	24
1.4. Operaciones del microseguro	26
1.4.1. La demanda del microseguro y segmento poblacional	26
1.4.2. Elementos constitutivos de la prima y tarificación	29
1.4.3. Comercialización y retorno – Canales de distribución y cobro de prima.....	31
Capítulo 2: Creación del producto y su comercialización	35
2.1. Microaseguradores: su rol en el desarrollo del producto.....	35
2.2. Las cooperativas, mutualistas y asociaciones: intermediación efectiva?	37
2.3. El Estado factor importante en la comercialización y en el marco legal.....	38
2.4. Principales problemas en la operatividad de los microseguros.....	40
Capítulo 3: MICROSEGURO un impulso de desarrollo en el Ecuador.....	43
3.1. Estudio de casos de implementación de microseguros en poblaciones similares. PERÚ-COLOMBIA	43
3.2. El Ecuador: nicho importante de comercialización del microseguro	45
3.3. Productos comercializados en el Ecuador	50
3.3.1. Ejemplo de modelo de negocio ALAMO.....	50
3.3.2. Seguro de cosechas, Seguro de pesca.....	53
3.4. Productos comercializados en el Ecuador	54
Capítulo 4: Conclusiones y Recomendaciones	56
Anexos:.....	62

Tabla de gráficos

GRÁFICO 1 BRECHA DE POBREZA A \$2 POR DÍA	18
GRÁFICO 2 PRODUCTOS IDENTIFICADOS POR RIESGO PRINCIPAL ...	19
GRÁFICO 3 COBERTURA DE MICROSEGUROS EN AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE	20
GRÁFICO 4 POBLACIÓN MUNDIAL	28
GRÁFICO 5 HOGARES POR NIVEL DE INSTRUCCIÓN DEL JEFE DE FAMILIA, SEGÚN RANGOS DE INGRESO MONETARIO MENSUAL EN LA ZONA RURAL	47
GRÁFICO 6 EVOLUCIÓN DE LA POBREZA POR CIUDAD	48
GRÁFICO 7 EVOLUCIÓN DEL COEFICIENTE DE GINI.....	49
GRÁFICO 8 SINIESTROS TOTALES COMPAÑÍA QBE SEGUROS.....	52
GRÁFICO 9 PRODUCCIÓN TOTAL MICROSEGUROS COMPAÑÍA QBE SEGUROS	52

ANTECEDENTES

A través de los tiempos, en el mundo y principalmente en los países latinoamericanos no ha existido una cultura arraigada sobre seguros que permita que personas de cualquier nivel socioeconómico acceder fácilmente a este servicio y a la información adecuada sobre el mismo. Existen varios tipos de seguros, unos especializados en ramos personales y otros enfocados en el patrimonio de los asegurados. Los microseguros son seguros muy particulares, ya que se enfocan en proteger el patrimonio económico de los asegurados a su vez que también pueden cubrir varios riesgos personales, a bajo costo. Podríamos definir a los microseguros como un seguro que protege a las personas de bajos recursos económicos contra peligros específicos a cambio de pagos especiales, regulares, proporcionales a la probabilidad y un costo del riesgo involucrado (Microseguros la segunda revolución del desarrollo, 2009).

Debido a esto, hoy los microseguros representan una rama del negocio asegurador que antiguamente no existía ya que era muy arriesgado para los aseguradores brindar protección a personas de escasos recursos recibiendo primas tan bajas. Primeramente, debemos tomar en cuenta la pirámide poblacional y económica donde existe un alto porcentaje de personas de escasos recursos que no tienen ningún tipo de protección para sus vidas o sus propiedades. El mercado asegurador, brinda este servicio a las personas pertenecientes a la clase alta y media-alta, es decir sus vidas y sus negocios ya tienen un seguro que los ayuden en caso de que ocurra algún siniestro, pero las personas de escasos recursos no han sido tomadas en cuenta normalmente dentro de este negocio.

Consecuentemente, desde el siglo pasado, los propietarios de compañías aseguradoras en el mundo ya comenzaron a darse cuenta que, esta parte de la población representa un alto porcentaje y se convertiría en un gran negocio generando a su vez, un alto volumen de ventas. En continentes tales como América Latina, Asia y África, existe una gran cantidad de habitantes de escasos recursos que no tienen conocimiento alguno acerca de lo que es un seguro en sí y por eso no accede a un microseguro por desconocimiento de un producto específicamente diseñado para ellos. Pero desde que las compañías aseguradoras percibieron que se podía proteger a todas estas personas, generando una alta rentabilidad dada por los bajos costos de las primas que pagarían a su vez millones de clientes, comenzó a surgir este negocio aunque para algunas compañías sigue siendo riesgoso.

Con todo lo anteriormente mencionado, es importante tener conocimientos básicos acerca de los seguros y lo crucial que es la implantación de un microseguro para las personas menos favorecidas de una sociedad. Es interesante entonces, estudiar cómo la implantación del microseguro ha ayudado al desarrollo de varios países en el mundo.

Tema específico

Tomando en cuenta el alto porcentaje de personas de escasos recursos en América Latina y principalmente en el Ecuador, se buscará a través de este trabajo crear un análisis detallado del desarrollo de los microseguros en algunas regiones del mundo, con la finalidad de mostrar que los microseguros representan un impulso para el desarrollo del país

Planteamiento del problema de investigación

Este análisis planea verificar cómo la implantación de los microseguros ayudarían al desarrollo socioeconómico del Ecuador, ya que las personas a las que se dirige este seguro representan gran parte de la población de países con igual características que el Ecuador. Como ya mencioné, muchas personas no tienen el conocimiento suficiente acerca de los seguros, pero sobretodo los potenciales clientes de los microseguros no tienen la formación necesaria y es por esto que se debe ofrecer un producto accesible con información detallada y simple para que todo el proceso de su contratación sea fácil de realizarse. Uno de los grandes problemas de los microseguros que existe en varios países, es la falta de información acerca del negocio y de su implementación. Sin embargo, existen personas que teniendo la educación necesaria, no tienen la información y el conocimiento específico suficiente para saber de qué se trata un microseguro. Tomando más a profundidad el caso del Ecuador, donde la falta de cultura aseguradora es notable, debido a la cantidad de riesgos que pueden ocurrir en el país, la gran mayoría de la población ecuatoriana debería tener acceso a algún tipo de seguro. Enfocando el alto porcentaje de población de escasos recursos que hay en el país, donde en algunas ocasiones sus viviendas son lo único que tienen o donde por ejemplo, sus cosechas representan su único sustento económico, deberían tener acceso a algún tipo de seguro que les otorgue cobertura contra la ocurrencia de un siniestro y que los proteja de quedar en peores condiciones de las que tienen.

Justificación del tema

Primeramente, se realizará un análisis de las generalidades del microseguro, seguido de la descripción de la creación del producto y de su comercialización, y finalmente del análisis del microseguro como impulso de desarrollo para el Ecuador.

Hipótesis

Existe un alto nivel de la población ecuatoriana que no cuenta con un seguro. Una hipótesis de la causa para esta problemática es que la población no tiene una cultura sobre riesgos y por ende al no saber de que se trata no busca ningún tipo de seguro. Una hipótesis de la solución es que si se comienza a ofrecer un microseguro a las personas más vulnerables del país con la información necesaria para desarrollar este tipo de producto, estas personas podrán tener acceso al mismo, a un bajo costo contra riesgos específicos.

Pregunta de investigación

¿Cómo y hasta qué punto la implementación de un microseguro puede ayudar al desarrollo del Ecuador?

Variables de estudio

Este proyecto de titulación tiene gran viabilidad de desarrollo gracias a toda la información que hay en páginas web tales como la página de la Súper intendencia de Bancos y Seguros, Microseguros.com y gracias al compendio de microseguros

editado por Craig Churchill. De igual manera, a la información recolectada de los entrevistados.

Entrevistas a las siguientes personas:

- Beatriz del Pozo / Profesora USFQ
- Guillermo Borja / Profesor USFQ
- Michael Vaca / Neoestrategia- Broker de seguros
- Carlos Guerrero / Seguros Álamo

Capítulo 1: Introducción y Generalidades

1.1. Introducción al tema de los microseguros

El término de “microseguro” se remonta a finales del siglo XX donde existía el aseguramiento industrial a las afueras de las fábricas de Estados Unidos. En esa época, (Michael J. McCord and Jim Roth, 2006) Metropolitan Life Insurance Company era conocida como la más grande del mundo y desde ya existía la preocupación de cómo llegar con las coberturas a la población de trabajadores quienes no tenían una situación económica estable.

Entre los retos más difíciles que tienen que afrontar las personas de escasos recursos en el mundo está el hacer frente a los riesgos de salud, enfermedad y todo lo que les afecta de manera directa o indirecta a sus trabajos precarios. El microseguro está definido como “un producto que protege a las personas de bajos ingresos contra riesgos específicos a cambio de pagos regulares de primas proporcionales a la posibilidad y costo del riesgo asumido” (Microseguros la segunda revolución del desarrollo, 2009).

Los microseguros están diseñados exclusivamente para los diferentes tipos de riesgos que pueden afectar a una comunidad que ha sido ignorada por los esquemas de seguros tradicionales. Para explicar más sencillamente, los microseguros ayudan a proteger a las familias pobres frente a los riesgos de la vida, la salud, el trabajo y el hogar, ayudándolos a que se sientan de cierta manera, protegidos a bajo costo. (Microseguros, 2008). A manera de ejemplo se puede citar el caso de Sudáfrica, donde este tipo de seguro se ofrece a las personas que ganan menos de USD \$2 al día. África y Asia, con un porcentaje alto de población que vive en condiciones de pobreza, son dos de los continentes

con mayor demanda de microseguros ya que las entidades que las ofrecen son mutualistas, contrariamente a lo que sucede en América Latina sobretodo por una escasa cultura de seguros. (Microseguros, 2008) Hay que tener en cuenta que los microseguros no son seguros normales, son productos específicos creados para un segmento de población que es muy vulnerable. La definición que ofrece el compendio del Microseguro es la siguiente:

“el microseguro es la protección de las personas de bajos ingresos contra riesgos específicos a cambio de pagos regulares de primas proporcionales a la posibilidad y costo del riesgo envuelto” (Churchill, 2009)

Para poder analizar de manera correcta qué población sería el objeto de los microseguros, a continuación tenemos los datos del Banco Mundial, donde se observa que la brecha de pobreza de USD \$2 por día ha disminuido hasta llegar a un porcentaje del 4,2 para América Latina y El Caribe en el 2010.

“La brecha de pobreza es el déficit deficiencia; disminución; insuficiencia; déficit medio respecto de la línea de pobreza (se considera que quienes no son pobres no tienen déficit), expresado como porcentaje de la línea de pobreza. El indicador refleja la profundidad de la pobreza, además de su incidencia.” (Banco Mundial DATOS, , 2013)

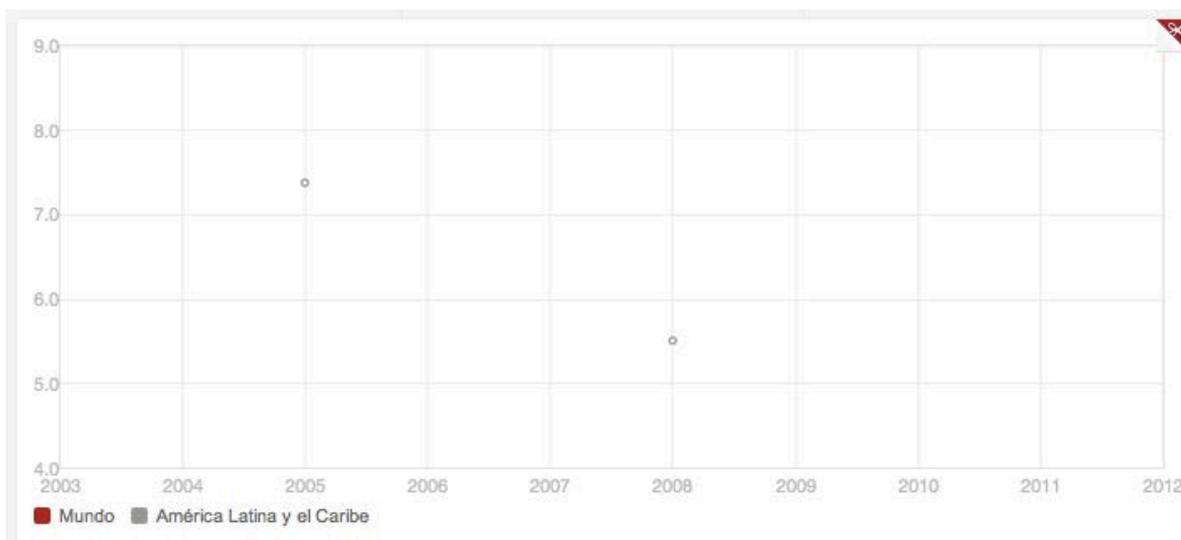


Gráfico 1 Brecha de pobreza a \$2 por día

Fuente: BANCO MUNDIAL. Datos.

Para poder determinar el rango de pobreza que tienen las personas que podrían adquirir este tipo de producto, debemos analizar detalladamente el país al que se refiere.

A continuación analizaremos los microseguros en América Latina y el Caribe, gracias al estudio del Panorama de los microseguros en América Latina y el Caribe auspiciado por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), y desarrollado por el MicroInsurance Centre, igualmente este estudio recibió la colaboración de la CitiFoundation y de la Munich Re Foundation. Dentro de la nota informativa “El Panorama de los microseguros en América Latina y el Caribe”, se estudia la existencia de los microseguros en 19 países (excluido Costa Rica), dando un total de 44,9 millones de personas aseguradas con este tipo de producto, de los cuales la mayoría se concentra en cinco países: México, Brasil, Colombia, Perú y Ecuador. (MicroInsurance Centre)

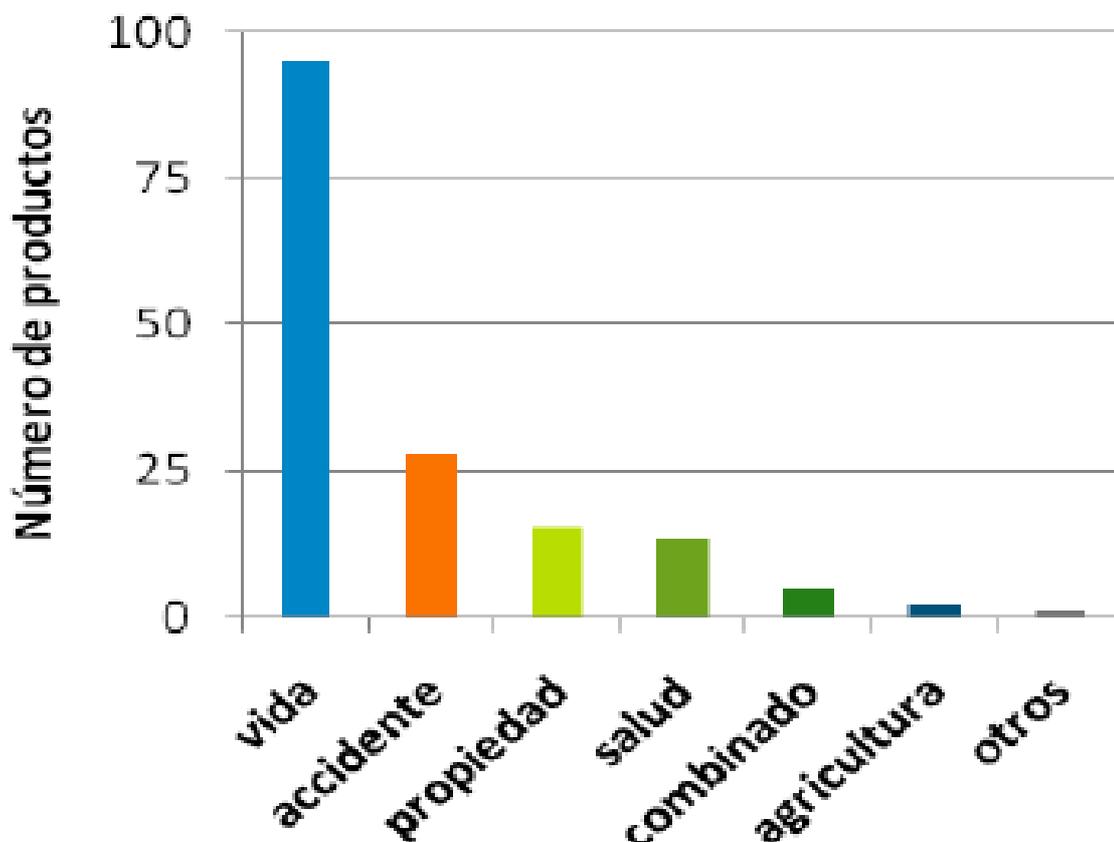


Gráfico 2 Productos identificados por riesgo principal

En el gráfico no. 1, se pueden observar los productos identificados por riesgo principal y su demanda correspondiente en los países estudiados. Es evidente que los microseguros de vida y de accidentes son contratados en mayor proporción por las poblaciones de escasos recursos, y constituyen su principal preocupación al momento de contratar un microseguro. (MicroInsurance Centre)

El siguiente gráfico representa las diferentes coberturas en los países de América Latina a través de riesgos tales como: vida, salud, accidentes y propiedad.

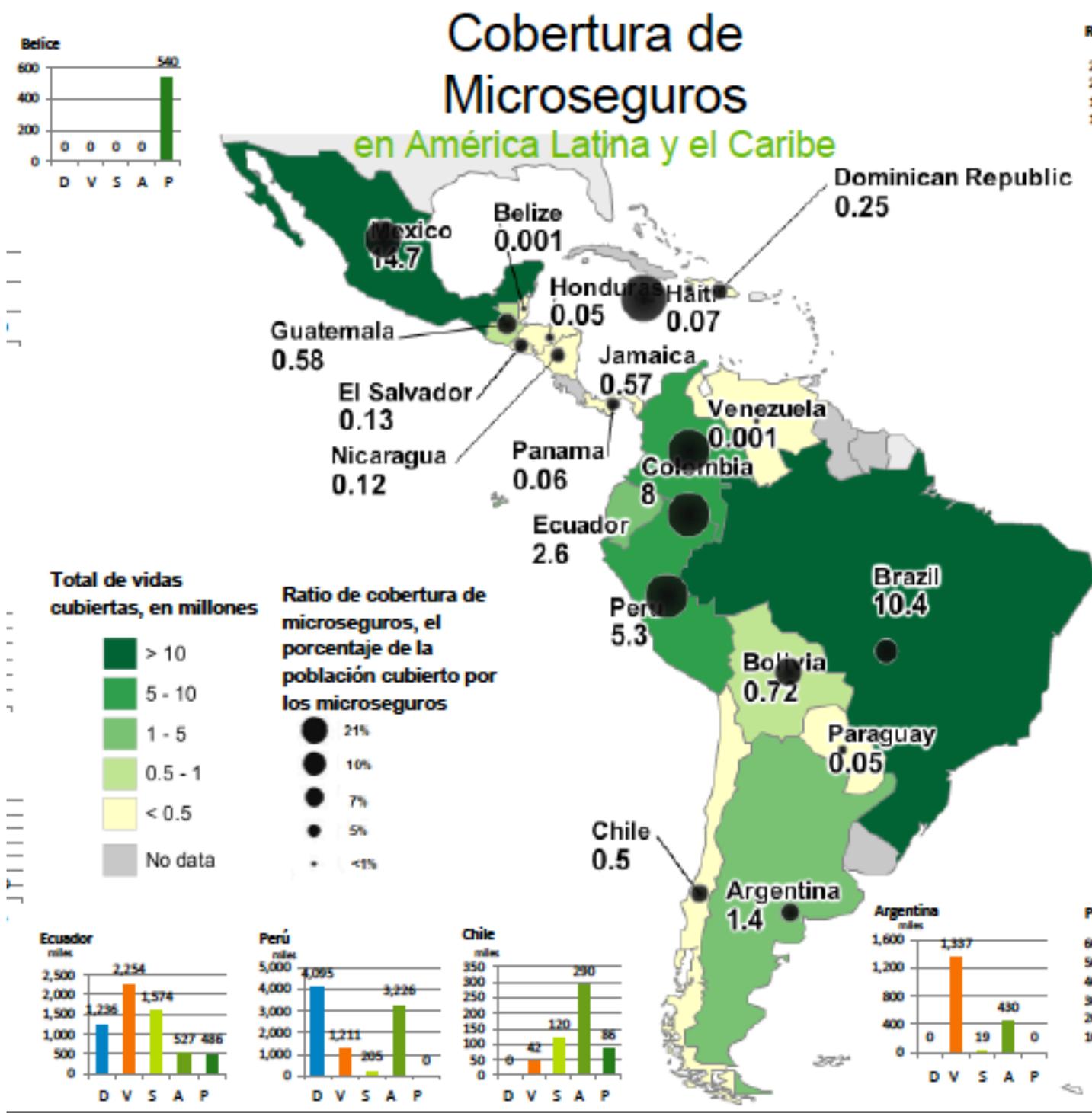


Gráfico 3 Cobertura de microseguros en América Latina y el Caribe

El mapa muestra el número de personas cubiertas por microseguros y la tasa de cobertura en cada país. La tasa de cobertura es el porcentaje de la población cubierta con microseguros. (MicroInsurance Centre)

1.2. Características de los microseguros en el mundo y diferencias con otros productos

Una de las características de los microseguros es su forma de asegurar a grandes segmentos de población con necesidades específicas.

En cuanto a diferencias con otros productos, no es lo mismo Bancaseguros que Seguros Masivos o Microseguros ya que son tres negocios distintos, todos ellos con características particulares y con complejidades distintas pero aquí en el país se cree en forma errónea que microseguros son estos tres tipos de enfoques. Primeramente, Bancaseguros se refiere a los riesgos que se ofrecen en bancos e instituciones a todos sus clientes. Entre sus principales características están ser obligatorios porque se dirigen a todo el universo de clientes de la institución financiera, destinados básicamente a cubrir las pérdidas que pudiera tener esa institución por muerte del sujeto de crédito o una contingencia que afecte las propiedades del cliente. Por definición, los Bancaseguros son los productos que se comercializan para cumplir y satisfacer una necesidad de las instituciones bancarias o financieras, tales como cooperativas mutualistas o bancos (Guerrero, Microseguros ALAMO). Dentro de las características de Bancaseguros tenemos que este tipo de seguros no requieren una mayor gestión de venta y se incluyen en cualquier tipo de crédito otorgado. Normalmente tiene valores asegurados y primas decrecientes y tienen como tiempo de duración el período total del crédito.

Como ejemplos de bancaseguros se puede citar coberturas de desgravamen e incendio y los seguros que se colocan en créditos automotrices.

Por otro lado, tenemos los Seguros Masivos, que por su nombre los identificamos como aquellos que se comercializan a grandes volúmenes de población. Se los ofrece normalmente a través de un canal de distribución o auspiciante y son productos con coberturas transparentes, fáciles de comercializar, fáciles de comprender y de un precio cubierto a largo plazo por el cliente final. Como características importantes de los seguros masivos, podemos citar que son voluntarios, exigen se efectúe una gestión de venta es realizada por las plataformas del canal de distribución o del auspiciante. En cuanto a ganancias, genera ingresos económicos a los vendedores y genera ingresos no operacionales al canal de distribución o auspiciante. Normalmente los seguros masivos tienen vigencias de al menos 12 meses y de ser posible ofrecen coberturas de renovación automática y pago de prima mensual (Guerrero, Microseguros ALAMO). No exigen análisis ni inspección de riesgo, declaraciones de asegurabilidad y todos los proponentes asegurados son aceptados en las condiciones originales que se presentan. Entonces, de cierto modo, los microseguros masivos tienen la particularidad de que se enfocan a personas de bajos ingresos mensuales y que poseen negocios informales.

Por consiguiente, los microseguros tienen que ser fáciles de comprender fáciles de comercializar, con coberturas transparentes; caso contrario, lo único que se lograría sería afectar la credibilidad del producto.

Si bien los microseguros son de precio bajo, no hay demora en la indemnización, por beneficio de los clientes y por beneficio propio.

Todos estos servicios, aunque diferentes en el modo en el que operan y al segmento que se dirigen, tienen una característica en común, que es brindar de la mejor manera un mejor servicio caracterizado por:

- Calidad de productos
- Capacitación constante a las plataformas
- Información y documentación suficiente para clientes
- Información gerencial precisa
- Cobro oportuno de primas de seguros
- Pago de comisiones oportunas a plataformas
- Reportes de uso permanentes y confiables
- Bienvenida a nuevos clientes
- Atención de reclamos
- Atención a quejas
- Retención de clientes
- Renovaciones

Una característica fundamental de los microseguros es que no se hace inspección de riesgo. Normalmente, cuando se contrata un seguro, es importante que un inspector de riesgo vaya e inspeccione el interés asegurable y ahí se aprueba o no el seguro. Por lo tanto, en el microseguro no se califica el riesgo y se lo asegura tal como está, aspecto que preocupa a mucha gente, pero si se lo comercializa bien, esto genera utilidades y es un buen servicio, brindando sobre todo asistencia y beneficios a la gente que más lo necesita. (Guerrero, Microseguros ALAMO)

1.3. Entorno y elementos principales para la implantación de un microseguro

En cuanto al entorno y los elementos principales para la implantación de un microseguro, primero tendríamos que analizar el mercado en el que vamos a centrarnos, el entorno real que debería estar entre los segmentos más pobres de la población que son los que están desprotegidos y al mismo tiempo son los más numerosos. Entonces analizando cuáles son los segmentos que nos interesan, tendríamos que revisar el tipo de producto que vamos a comercializar. Normalmente el tipo de microseguros que se comercializa en otros países como Colombia o Perú, es el microseguro de incendio contra bienes, que es uno de los más solicitados. A continuación, estarían los seguros de vida que cubren la muerte del titular generándoles una protección a los familiares, y en tercer lugar estarían las coberturas de accidentes personales que cubren la muerte del titular debido a un accidente. Entendiendo cuál sería el medio en el que vamos a trabajar o la cantidad de personas que podríamos captar, implementaríamos los productos que se desarrollarían para este mercado, es decir para la venta de este sistema, siendo el paso inicial de este proceso (Vaca, 2013).

El diseño de un microseguro se lo realiza de la misma manera que los seguros normales ya que el asegurado debe determinar cuáles son los riesgos asegurables y los respectivos procesos administrativos para poder asegurar el buen desarrollo del producto. Sin embargo, existen ciertas complicaciones al momento del diseño de un microseguro ya que siendo la prima bastante baja y los asegurados de recursos limitados, estos esperan grandes beneficios se complicándola situación debido al flujo limitado de efectivo. (Churchill, 2009).

Para la implantación de un microseguro en primer lugar se debe realizar una investigación de mercado, tomar en cuenta la competencia, los términos de cobertura, los mecanismos de pago de primas, y los beneficios. Se debe identificar los riesgos asegurables, por ejemplo, las personas por lo general se preocupan por la muerte de los jefes de familia y por las enfermedades de sus miembros (Churchill, 2009). Luego se debe identificar las características del producto que se consideran importantes para el mercado objetivo dentro del cual se reúne la información necesaria en cuanto a productos específicos que se ofrecen y si los beneficios son los suficientemente capaces de ayudar a afrontar los siniestros protegiendo estas familias. Se debe determinar el monto que están dispuestos a pagar por este servicio, como se está tratando con personas de bajos ingresos hay que evaluar bien hasta donde puede llegar la cobertura con una prima baja. Finalmente, en cuanto a la elegibilidad, se debe determinar quién es buen candidato para la adquisición de un microseguro, donde la meta es brindar beneficios suficientes a una gran cantidad de población de escasos recursos, con primas bajas y manteniendo una sostenibilidad adecuada del sistema. El reto que tiene la implantación de un microseguro es la amplia inclusión que se da en el producto, ya que si se aceptan personas de alto riesgo, esto se debe contrarrestar con un volumen significativo de clientes, para hacer frente a cualquier siniestro (Churchill, 2009).

1.4. Operaciones del microseguro

Si bien un microseguro bien diseñado puede representar una oportunidad para las personas de bajos ingresos, si no se logra comercializarlo y difundirlo de la manera adecuada, el producto puede fracasar.

1.4.1. La demanda del microseguro y segmento poblacional

En la vida de las personas con escasos recursos económicos, el riesgo siempre está presente, es por eso que cuando ocurre un siniestro y no tienen ningún tipo de seguro que los ampare, lo primero que hacen es acudir a sus ahorros de toda la vida o a la ayuda de familiares y amigos.

Por otro lado para tener una idea amplia sobre la demanda del microseguro, hay que enfocarse en los riesgos asegurables y analizar de qué manera se los puede afrontar, para crear el producto que podría contribuir de manera positiva a ayudar a estas personas a enfrentar los siniestros. Según Monique Cohen y Jennerfer Sebstad, “la demanda del microseguro está relacionada directamente con la vulnerabilidad” asociada con la pobreza. El riesgo puede surgir de diferentes maneras, en virtud de que este segmento poblacional tiene un ingreso que fluctúa a lo largo de año, sus propiedades no son extensas y tampoco de la mejor calidad, es por eso que son más vulnerables a que les ocurra algún tipo de siniestro y los costos de reposición son bastante elevados. Los riesgos a los que pueden estar sujetos los pobres varían de acuerdo al país y para tener una idea de cuales son los riesgos a los que se enfrentan tenemos el siguiente cuadro:

Riesgos prioritarios en países

<i>País</i>	<i>Riesgos prioritarios</i>
Uganda	Enfermedad, muerte, incapacidad, pérdida de propiedad, riesgo de prestamo
Malawi	Miedo a la muerte, especialmente relacionada al virus VIH/SIDA, inseguridad sobre alimentos, enfermedad educación
Filipinas	Muerte, edad avanzada, enfermedad
Vietnam	Enfermedad, desastres naturales, accidentes, enfermedad/muerte del ganado
Indonesia	Enfermedad, educación para los niños, baja cosecha
Lao P.D.R.	Enfermedad, enfermedad del ganado, muerte
Georgia	Enfermedad, pérdida de negocios, robo, muerte de familiares, ingreso durante el retiro
Ucrania	Enfermedad, incapacidad, robo
Bolivia	Enfermedad, muerte, pérdida de propiedad, incluyendo pérdida de cosecha en áreas rurales

Fuentes: Enarson & Wirrén, 2005; Matul, 2004; Matul & Tounitsky, 2006; Mekong Economics, 2003; McCord et al., 2005b; Sebstad y Cohen, 2001.

Fuente: Protegiendo a los pobres, un compendio de microseguros. Craig Churchill.

Aunque en estos países la principal preocupación son las enfermedades, en América Latina las personas de bajos ingresos económicos poseen pequeños negocios informales o terrenos donde cosechan siendo su única fuente de ingreso, entonces cualquier evento imprevisto que ocurra a estas propiedades son considerados como siniestros que no les permite recuperarse en el corto periodo.

Para poder entender bien a qué segmento de mercado se dirige este producto, se evalúa primeramente la población total, para luego ir ramificando hasta llegar al mercado objetivo que son las personas más pobres de cada país.

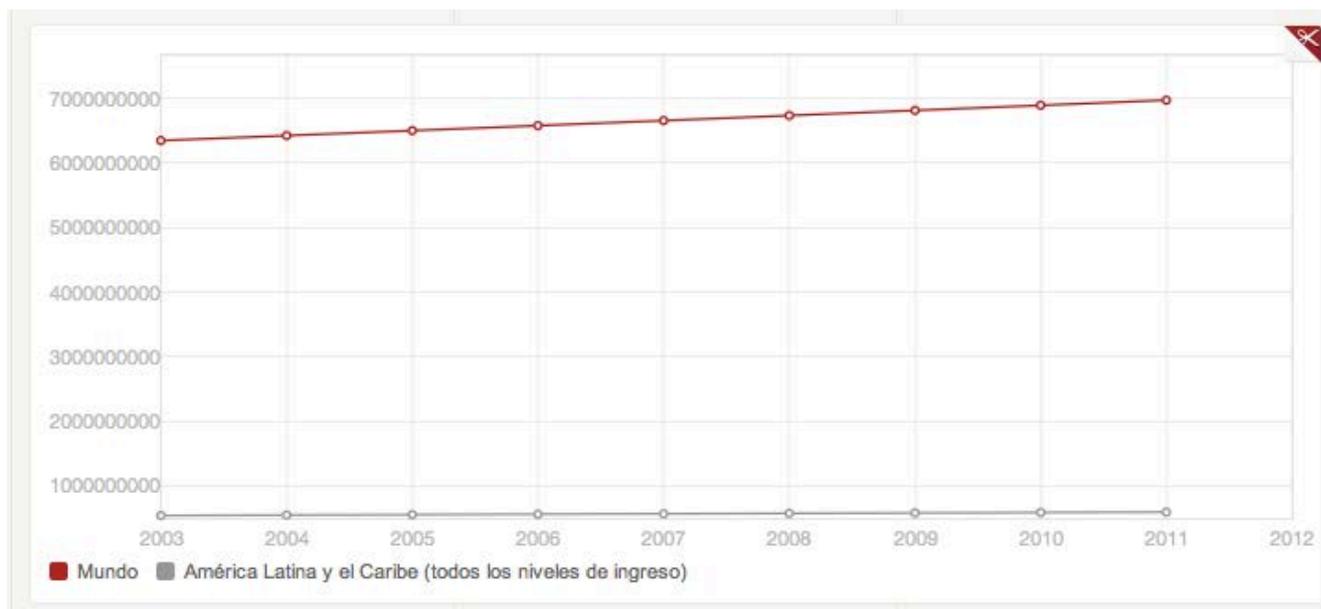


Gráfico 4 Población mundial

Fuente: BANCO MUNDIAL. Datos. Población total. (Mundial)

La población mundial se encuentra actualmente en alrededor de 7 billones de personas, en América Latina y el Caribe existe aproximadamente 589,0 millones de personas hasta el 2011.

Los segmentos poblacionales a los que deberían estar dirigidos los microseguros, son los segmentos más bajos, los más necesitados y desprotegidos, es decir la gente que tiene un sueldo básico o que realmente no trabaja, o tiene una actividad informal. Entonces por el mismo hecho de atender a una gran cantidad de población se empieza a trabajar con microseguros por la misma pirámide económica poblacional. En estos segmentos, el riesgo siempre está presente y hay ocasiones en las que, al no tener ningún tipo de seguro, no vuelven a recuperar su situación anterior.

1.4.2. Elementos constitutivos de la prima y tarificación

En seguros, la prima es el precio que se tiene que pagar para poder acceder a la cobertura y puede ser considerada como única, temporal y/o parcial. Los elementos que constituyen la prima de un microseguro están dados en base al mercado, al manejo de un reaseguro con todos sus costos, y finalmente a los gastos administrativos de la empresa aseguradora y los impuestos del país.

Los elementos que se toman en cuenta para el cálculo de la prima en seguros son los siguientes:

- Prima pura

La prima pura es igual al monto asegurado (MA), multiplicado por la tasa de siniestralidad (TS).

$$PP = MA * TS$$

El monto asegurado es el valor que se da a la propiedad o el valor sobre el cual se quiere asegurar la vida y la tasa de siniestralidad es el porcentaje que resulta del costo de siniestros ocurridos y atendidos sobre el monto de primas cobradas.

(René Bueno, 2010)

- Gastos administrativos
- Utilidad
- Factor de desviación
- Gastos de emisión (Reaseguro)

Estos 4 elementos son considerados como los recargos de la prima.

Para calcular la prima total se toma en cuenta la prima pura, luego la prima comercial y finalmente la base imponible a la cual se le suman todos los impuestos de ley.

Prima pura $PP = MA * TS$

Prima comercial $PC = \frac{PP}{1-recargos}$

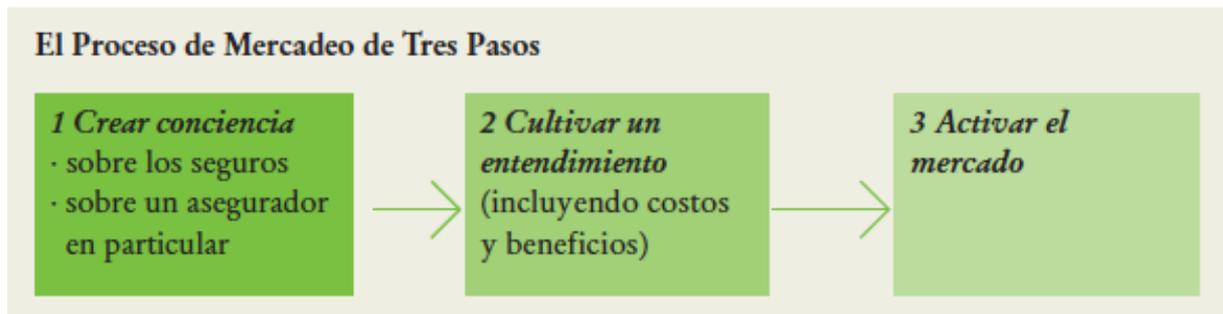
Prima total $PT = BI + impuestos$

Es importante que una vez que el segmento poblacional ha sido estudiado y calculado la prima respectiva, se debe revisar si existe un canal de distribución que normalmente para seguros de este tipo pueden ser locales comerciales donde se distribuyen productos de primera necesidad.

En microseguros, el proceso de tarificación es complicado ya que las primas deben ser exactas y relacionadas con la situación específica de los asegurados. Es así, que es necesario diseñar una base de datos como el sistema de gestión de información, o también llamado en inglés MIS donde es de vital importancia tener los datos de los proveedores y saber exactamente cómo se va a distribuir el producto y la información de los participantes que mostrará quién está bajo cobertura y el alcance de los beneficios para el representante legal y su familia. (John Wipf y Denis Garand, 2009). Al establecer las tasas de las primas se debe tener la seguridad de que estas pueden ser suficientes para cubrir el propósito del seguro y poder cumplir con cualquier indemnización a largo plazo.

1.4.3. Comercialización y retorno – Canales de distribución y cobro de primas

Como la cultura aseguradora no está posicionada fuertemente a todo nivel socio-económico, lo primero que hay que realizar comercializar los seguros es la concientización del proceso de mercadeo (Craig Churchill y Monique Cohen, 2009), explicado en el siguiente cuadro:



En el momento en el que el mercado tiene un idea clara y general de todo el entorno de los seguros y más específico de los microseguros que es el producto que van a recibir, adicionalmente están familiarizados con el proveedor del seguro, se puede comenzar a recoger la información acerca de los productos que se han creado. Una solución para una comercialización efectiva propuesta por Craig Churchill y Monique Cohen son las siguientes:

- ¿Con quien estás tratando de comunicarte?
- ¿Cuáles son las maneras efectivas de llegar a esa audiencia?
- ¿Cuál es el nivel de educación o analfabetismo de tu audiencia-meta?
- ¿Cómo se incorporará esto a su plan de mercado?
- ¿Cuáles son las necesidades del cliente de cobertura de riesgo?
- ¿Cuál es el beneficio del producto?
- ¿Cuáles son los argumentos anti-seguro del mercado meta?

Una característica importante del microseguro, es que se lo debe comercializar a grandes segmentos poblacionales, a su vez, para llegar a atender a estos clientes se necesita un canal de distribución que puede ser un banco, una casa comercial, o el sistema de transporte público. Tiene que ser un canal estructurado, para que tenga un volumen recurrente de clientes y que pueda hacer cobros de manera eficaz. El proceso de ventas se lo puede realizar gracias a un canal de distribución que aglutine gente y que ellos mismos realicen una cobranza efectiva a través de un servicio que prestan haciendo que se pueda controlar la capacidad de gestiones de ventas y cobranzas para tal cantidad de clientes (Guerrero, Microseguros ALAMO). Aunque muchas aseguradoras usan un proceso de comercialización a través de cooperativas o mutualistas, hoy en día han puesto su atención en “detallistas”, llamados así a los servicios de necesidades básicas, es decir no financieros. Por ejemplo, gasolineras, supermercados, proveedores de transporte, funerarias, entre otras (James Roth y Doubell Chamberlain, 2009). Entonces, como mencionamos anteriormente, se tendría que definir si vamos a tener en realidad un departamento comercial de ventas propio, o lo más rentable sería tener un canal de distribución como los que ya mencionamos. En los microseguros, el gran interés es que la gente sea recurrente, que regrese obligatoriamente a hacer transacciones comerciales con el banco o con la casa comercial, la cual comercializará el microseguro de manera frecuente. Una ventaja principal de utilizar los detallistas como canal de distribución para los microseguros es que se reduce el esfuerzo en ventas de gran volumen y se permite un cobro de primas en efectivo, considerado como más

viable para los microseguros, al igual que el pago de reclamaciones. (James Roth y Doubell Chamberlain, 2009)

El sistema informático es fundamental para administrar volúmenes de clientes tan elevados, por lo tanto, es necesario contar con una herramienta tecnológica poderosa, diseñada específicamente para la administración de microseguros. Esta herramienta tiene una estructura única, pero la misma se moldea a los requerimientos de cada auspiciante de manera individual. Esta herramienta de trabajo es básica para el control y la administración del modelo de negocio y debe ser diseñada directamente por el asesor de seguros con elevados controles y barreras de seguridad, haciendo que todos los usuarios puedan acudir con facilidad y que permita controlar todos los procesos del negocio que van, desde necesidades de los usuarios hasta puntos de vista específicos. Además tiene que tener un enlace importante con el servidor del canal de distribución que capture automáticamente todos los procesos de venta y que mantenga una base de datos completa y actualizada de los clientes (Guerrero, Microseguros ALAMO). Administrar cientos de miles de clientes titulares, más servicios requeridos por sus familias, sería muy difícil de lograrlo si no se cuenta con una herramienta tecnológica eficiente.

En cuanto a la frecuencia de pago de la prima, como se está tratando con personas de bajos ingresos o que su entrada de efectivo es irregular e impredecible, el mecanismo de pago de prima tiene que ser en un momento específico como por ejemplo cuando las familias tengan un excedente de ingresos. Una manera más fácil de recibir los pagos de prima es cargarla sobre otra transacción financiera (Churchill, 2009). Dentro del mecanismo de pago de prima también hay que tomar en cuenta que el mantenimiento de los costos

administrativos deben ser lo más bajos posibles. Por otro lado, para evitar imperfecciones en las cuentas de las aseguradoras, el microseguro se anula en caso de no pagar la prima a los 30 días de la fecha establecida dentro del contrato para su pago, por obvias razones.

Capítulo 2: Creación del producto y su comercialización

2.1. Microaseguradores: su rol en el desarrollo del producto

En octubre del 2005 se realizó un congreso de Microseguro auspiciado por la Fundación Munich Re en donde, Hans-Jurgen Schinzler, presidente de la junta Supervisora y de la Junta de Accionistas de la Fundación Munich Re, dio su punto de vista acerca del porqué las aseguradoras no frecuentaban el negocio del seguro para los pobres con la siguiente cita,

“Se derivan pocos ingresos de las primas y hay relativamente muchos gastos administrativos y falta infraestructura para los seguros; esas son las razones por las cuales los aseguradores comerciales no se han interesado más por este mercado.” (David M. Dror y Thomas Wiechers, 2009)

Los Microaseguradores deben ser empresas aseguradoras que estén interesadas en desarrollar productos innovadores a bajo costo que se pueden entregar a los diferentes segmentos poblacionales que no poseen seguros. Dentro de los microseguros, al tener más asegurados, las compañías tienen que aumentar su capacidad financiera ya que están expuestos al riesgo de que las pérdidas de los asegurados sean mucho más altas que el valor de las primas cobradas. En ese momento entra a formar parte de esta cadena el reasegurador quien debe brindar a las microaseguradoras protección contra la insolvencia y fondos “discrecionales”. (David M. Dror y Thomas Wiechers, 2009). Como las microaseguradoras están expuestas a estos altos riesgos de cobros de siniestro, las reaseguradoras las pueden eximir de mantener la reserva técnica que se acumula durante los buenos años del negocio con el fin de que puedan usar el excedente acumulado como fondos discrecionales.

El problema más frecuente que puede haber luego de hacer el diseño de un microseguro es no tener canales de distribuciones como lo mencionamos anteriormente. Los aseguradores deben tener un interés al desarrollar este producto, y una vez que la compañía está clara en el mercado y en la forma de cómo va a distribuirlo, debe buscar los productos adecuados para distribuir. Si estos seguros podrían aliarse a algunas asistencias, como por ejemplo una asistencia estudiantil o una asistencia exequial (Vaca, 2013), y así, ir diseñando estos productos con el interés que se tenga más mercado en el futuro. Las aseguradoras que se dediquen a este tipo de producto deben tener experiencia y tener el interés de cambiar su nicho de mercado o manejar otro tipo de segmento aparte de los que ya tienen. La experiencia de las compañías aseguradoras en este campo es vasta en algunos países de América Latina que posee una gran cantidad de personas de escasos recursos, sin embargo se debe tener paciencia ya que hay que empezar de a poco y hay que ir dando un servicio específico para que el producto tenga éxito.

Hay que tomar en cuenta algo muy importante, si las aseguradoras quieren crecer en los próximos años eficientemente en su negocio, van a tener que mirar a la gente más pobre para asegurar, ya que los segmentos altos ya están atendidos, y es por eso que si quieren crecer van a tener que ocuparse de los más pobres.

2.2. Las cooperativas, mutualistas y asociaciones: intermediación efectiva?

La utilización de mutualistas, cooperativas y otras asociaciones es una intermediación efectiva ya que como son entes que por su propia estructura de negocios y de administración, tienen un concepto de negocios concreto.

Dentro de este punto, dependiendo del producto diseñado y del mercado que ya hemos decidido atender, se debe establecer la intermediación efectiva. Por ejemplo, si se diseña un microseguro de accidentes que se pueda atar a un producto de entidad financiera que sea un producto de depósitos como una cuenta de ahorro donde por cada dólar de depósito se cobre un centavo. Esto funcionaría bien ya que es un canal apropiado para hacer una distribución masiva de un microseguro con coberturas interesantes ya que al ser masivo se va a obtener un costo más bajo y vamos a tener un mejor producto en cuanto a coberturas (Vaca, 2013).

Las cooperativas serían un canal de distribución excelente ya que ellos podrían trabajar de manera eficiente gracias a que cubren básicamente el mismo segmento objetivo de la población y tendrían entre otras las siguientes ventajas: afinidad del producto ofrecido para este tipo de cliente, pueden alcanzar un mayor número de clientes potenciales aprovechando la base de clientes de las cooperativas, especialmente de aquellos que se ubican en lugares remotos. Igualmente estos reducen su costos totales, haciendo que sus primas estén por debajo de las aseguradoras privadas, ya que no tiene que pagar comisiones y personal de venta especial, comercializando directamente con grandes grupos de poblaciones de bajos ingresos, creando procesos de reclamaciones simples y efectivas. Como el seguro cooperativo se dirige a las poblaciones pobres que

trabajan principalmente en comercio y en la industria local, se está ayudando de manera paralela al desarrollo de los estándares de vida de esas poblaciones (Klaus Fischer y Zahid Qureshi, 2009).

2.3. El Estado factor importante en la comercialización y en el marco legal

Según la Organización Internacional del Trabajo, el estado tiene la responsabilidad de crear mediante todos sus medios posibles, sistemas de protección social, ya que dentro de los derechos de un ciudadano está la protección contra los riesgos. Además, el Estado tiene la obligación de proporcionar seguridad social a todos sus habitantes y esto no se cumple en algunos países debido a la limitación de recaudaciones fiscales. (Sabine Trommershauser. Roland Lindenthal y Rudiger Krech, 2009). Por otro lado, otras de las obligaciones que tiene el Estado es de regular y supervisar la industria del seguro, de cierta forma si el Estado no puede proporcionar protección social a todos su habitantes, debe encontrar el medio de ayudar a las empresas y crear un ambiente adecuado para que las aseguradoras puedan brindar este servicio de protección a las personas desprotegidas del país.

El Estado debe tener en este negocio un papel controlador, regulador y hacer que las empresas privadas hagan bien las cosas y crear sanciones. Es importante determinar las políticas sociales que maneja el Estado y su participación en la dotación de la seguridad que puede brindar a sus ciudadanos. Existiendo un adecuado control del Estado en la comercialización y en las políticas de las empresas aseguradoras, se desarrollaría de manera efectiva el mercado en el país. En lo que respecta a los microseguros, la función más

importante del Estado es intervenir en la regulación, en el manejo y en la implementación, haciendo posible la creación de productos que protejan a las poblaciones más vulnerables.

Aunque el microseguro no sea de tanto alcance como para llegar a cubrir absolutamente a toda la población pobre y vulnerable de cada país debido a que estas no son capaces de pagar las contribuciones, si coadyuva al desarrollo económico de la población.

En cuanto al marco legal de los microseguros, este se rige bajo las mismas regulaciones que los seguros tradicionales. Para poder ofrecer un microseguro de manera eficaz y efectiva, a continuación están algunos de los elementos necesarios para su regulación:

- Un marco de regulación para microfinanzas
- Leyes para instituciones tales como cooperativas y mutualistas
- Ordenamiento jurídico del mercado asegurador
- Reglamentación gubernamental de la contabilidad
- Legislación fiscal

(Sabine Trommershauser. Roland Lindenthal y Rudiger Krech, 2009)

Una de las funciones más importantes que tienen los reguladores de microseguros es proteger a los consumidores, para eso primeramente se debe dar una protección general del asegurado en cuanto a las solvencia que debe tener la compañía, debido a que la compañía tiene que tener la solidez económica suficiente como para hacer frente a sus responsabilidades. Junto a eso, se debe dar protección particular a los asegurados, de manera que al momento de comprar un microseguro no se les engañe y en cuanto a la indemnización, que

ésta se realice de manera correcta. Finalmente, debe haber un correcto desarrollo del mercado asegurador, para que puede mejorar eficazmente y se atienda a la población más vulnerable (Martina Wiedmaier-Pfister y Arup Chatterjee, 2009). Existen varios impedimentos en las disposiciones de las leyes y de los reglamentos del sector asegurador para la obtención de licencias en microseguros. Por ejemplo, según el compendio de microseguros, un requisito indispensable para tal licencia es la calificación de los gerentes principales ya que no hay muchas personas capacitadas correctamente y que están a la cabeza de las organizaciones de microseguros. Adicionalmente, otro de los problemas es que existen requisitos complejos en cuanto a las informes y las revisiones actuariales que resultan sumamente costosas para las compañías microseguradoras. Toda esta carga de regulaciones hace que el costo de la prima aumente y no puede ser accesible para las personas de escasos recursos, las cuales son el principal objetivo de este tipo de seguros (Martina Wiedmaier-Pfister y Arup Chatterjee, 2009). Es decir si a se le pone tanta regulación al negocio, los costos van a aumentar haciendo que varias personas no puedan mantener su póliza de microseguro.

2.4. Principales problemas en la operatividad de los microseguros

Los principales problemas en la operatividad de los microseguros son: en primer lugar, el canal de distribución, y tener claro los procedimientos para dar seguimiento a las coberturas. Es fundamental tener la capacidad de atender en forma simultanea a cientos de clientes, lo cual se convierte en un problema de operatividad para los microseguros.

La obligación que se tiene al comercializar microseguros al comercializar, es proteger a la entidad o marca que auspicia su contratación. Un cliente del mercado de microseguros generalmente no conoce la compañía de seguros que responde por los siniestros. Esta persona se siente ligada con una institución financiera cuando además del crédito le otorga otros beneficios y se preocupa por la familia del asegurado.

Poder llegar al destinatario, del microseguro es necesario diseñar un manual sobre los pasos seguir en el momento que pase algún siniestro. Como el seguro es un producto intangible, se vuelve real el momento en que ocurre el siniestro, por lo que es fundamental conocer el proceso de reclamación. De lo contrario, se puede generar desconfianza en los asegurados. Por lo tanto es esencial comunicarle al asegurado el alcance del microseguro que se le esta ofreciendo y cómo debería actuar en caso de algún siniestro, cómo hacer el reclamo, cómo poder recuperar su pérdida, quien le va a ayudar en el proceso, cómo se va a hacer el reembolso y cómo proceder con los pagos. En un microseguro, la responsabilidad del intermediario se limita al manejo del canal de distribución, ya que el microseguro es una operación grande y muy diferente de los seguros comunes. Es muy importante el diseño del producto y como se lo va a distribuir, el mantenimiento de las coberturas y el desarrollo del producto. La parte operativa básica se enfoca a las coberturas, al manejo y cumplimiento del microseguro. Esto significa que si el canal de distribución está bien desarrollado será más fácil la venta de este microseguro. (Guerrero, Microseguros ALAMO)

Es difícil llegar a convencer a las personas de escasos recursos en la necesidad que tienen de adquirir un seguro.

La poca cultura que hay en el campo de los seguros es uno de los principales problemas a los que se enfrentan los países en desarrollo, seguido de una necesidad de una educación amplia acerca de la industria del seguro. Otro de los principales problemas de la implementación de un microseguro, es la escasa diferencia que hay entre los microseguros y los seguros normales. A medida que los aseguradores puedan diferenciar bien estos dos productos se debe trabajar simultáneamente en la capacitación a la población más necesitada y menos atendida.

Un problema frecuente es la errónea tarificación, si la prima es insuficiente se afecta a la aseguradora, debido a la siniestralidad, en cambio si la prima es excesiva muchos asegurados no podrán contratar el seguro. Por lo que es muy importante establecer una tarificación correcta y adecuada para que tanto la aseguradora como los asegurados no se vean afectados. Otro inconveniente de los microseguros está relacionado con el proceso de comercialización debido a que se requiere de una entidad privada que decida comercializar estos productos.

Capítulo 3: MICROSEGURO un impulso de desarrollo en el Ecuador

3.1. Estudio de casos de implementación de microseguros en poblaciones similares. PERÚ-COLOMBIA

Colombia cuenta con una población de 45 millones de habitantes de acuerdo al censo 2008, y representa el cuarto país más poblado de América Latina. Se espera que en el 2015 supere los 50 millones de habitantes (Noticias impacto, 2010). En Colombia, el microseguro hace parte de la responsabilidad social del país ya que de esta forma se da protección a los estratos más pobres y más vulnerables y se evita que su calidad de vida sea afectada por la ocurrencia de un siniestro. FASECOLDA es la Federación de Aseguradores Colombianos que agrupa todas las compañías aseguradoras, reaseguradoras y de capitalización que funcione en ese país. Actualmente, Colombia se está convirtiendo en uno de los mercados con mayor crecimiento de América Latina. Según algunos datos de octubre del 2012, se estima que seis millones de colombianos poseen un microseguro con un crecimiento de 12,7%. De acuerdo con el Director de Comercio Correcol Héctor Quintero que afirma que :

“este tipo de producto se convierte en un mecanismo para la población colombiana con menos ingresos que desea acceder a planes de protección. Los estratos 1 y 2 del país son los más expuestos a riesgos como pérdida de empleo, enfermedades o desastres naturales, lo cual se ve reflejado en los estragos causados por la pasada ola invernal afectó a 3.661.574 personas de condiciones económicas y sociales vulnerables”. (Dinero, 2012)

Según un análisis del mercado asegurador colombiano, los microseguros que tienen una mayor aceptación en el mercado son (Dinero, 2012):

- Vida grupo: 53,6%
- Accidentes personales: 23,9%
- Hogar: 5,2%
- Desempleo: 1,5%
- Incendio: 1,8%

En cuanto a la regulación de los microseguros, no existe en Colombia una regulación especial en esta materia. Pero posee ciertas particularidades de la regulación en la cual según la Ley 79 de 1988, se establece que a las compañías de seguros no se les debe aplicar una regulación establecida para los intermediarios de seguros.

En el caso de la implementación de microseguros en Perú, existen cerca de 110 productos de microseguros y seguros masivos que están en funcionamiento en ese país, dentro de los cuales se atiende a 2,7 millones de habitantes (Perú Economico, 2012). En el Perú existen 24 productos comercializados dentro de los microseguros de un total de 67 registrados. Según un análisis del mercado asegurador peruano, los microseguros que tienen una mayor aceptación en el mercado son:

- Accidentes personales: 51%
- Vida individual: 18%
- Vida grupo: 17%
- Robo y Asalto: 5%
- Asistencia medica: 5%

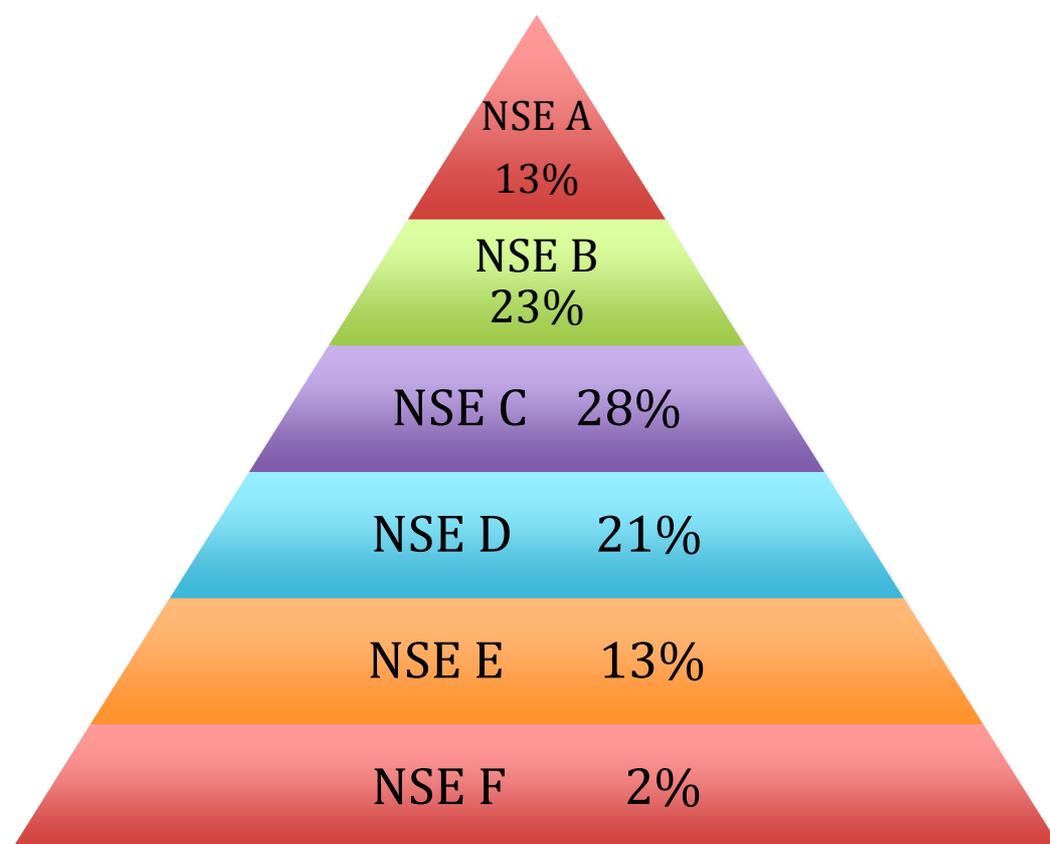
- Multiriesgos: 10%

En Perú, la oferta y la demanda de microseguros están restringidas fundamentalmente por la falta de cultura de seguros, y esto no pasa solamente en el Perú, sino que es una realidad presente en casi toda América Latina y sobretodo en el Ecuador que aun no se involucra a fondo en el tema de los microseguros. Debido a esto, el Instituto de Seguros del Perú, recomienda brindar una educación financiera en seguros que se incluya dentro del programa de la Superintendencia de Bancos y Seguros. En cuanto a la demanda peruana hay un gran interés en los microseguros familiares y están dispuestos a pagar una prima más alta con el objetivo de tener una cobertura más amplia y con mejores beneficios. Por otro lado, por parte de la oferta se requiere especialización más adecuada en este campo, al igual que mayor inversión y mejor apoyo tecnológico y de agentes donantes.

3.2. El Ecuador: nicho importante de comercialización del microseguro

El mercado de microseguros en el Ecuador tiene mucho por desarrollar. Si bien es cierto el esfuerzo en un microseguro masivo es mayor, la compensación es mucho más grande. En el Ecuador existe una población económicamente activa de 4'000 000 y la suma de todas las aseguradoras en seguros masivos no cubre a más de 700 000 personas (Guerrero, Microseguros ALAMO). Lo que significa que en el país hay una amplia cantidad de productos que se pueden comercializar sin embargo hace falta que las aseguradoras se interesen por ese producto y tengan una visión más amplia de crecimiento para el negocio que por lo demás. Todo se basa en la pirámide socioeconómica, donde se estratifica a la

población ecuatoriana según su nivel económico de acuerdo a los ingresos y gasto. En esta pirámide se observa qué porcentaje de la población no tiene los recursos suficientes para poder adquirir cualquier tipo de seguro, es decir la población más desatendida y por ende la más vulnerable del país. Hay que tener en cuenta que el nivel socioeconómico F tiene ingresos mensuales promedio menores de USD \$30.



Fuente: INEC

Los microseguros, al estar dirigidos a poblaciones de nivel socioeconómico bajo que no tienen la educación suficiente y al ser de fácil comprensión servirían con éxito en el país, ya que son productos diseñados especialmente para estas personas. A continuación, esta gráfica representa el porcentaje de hogares por nivel de instrucción del jefe, según rangos de ingreso corriente monetario mensual

del hogar en la zona rural, utilizando como referencia los ingresos según el salario básico unificado (SBU).

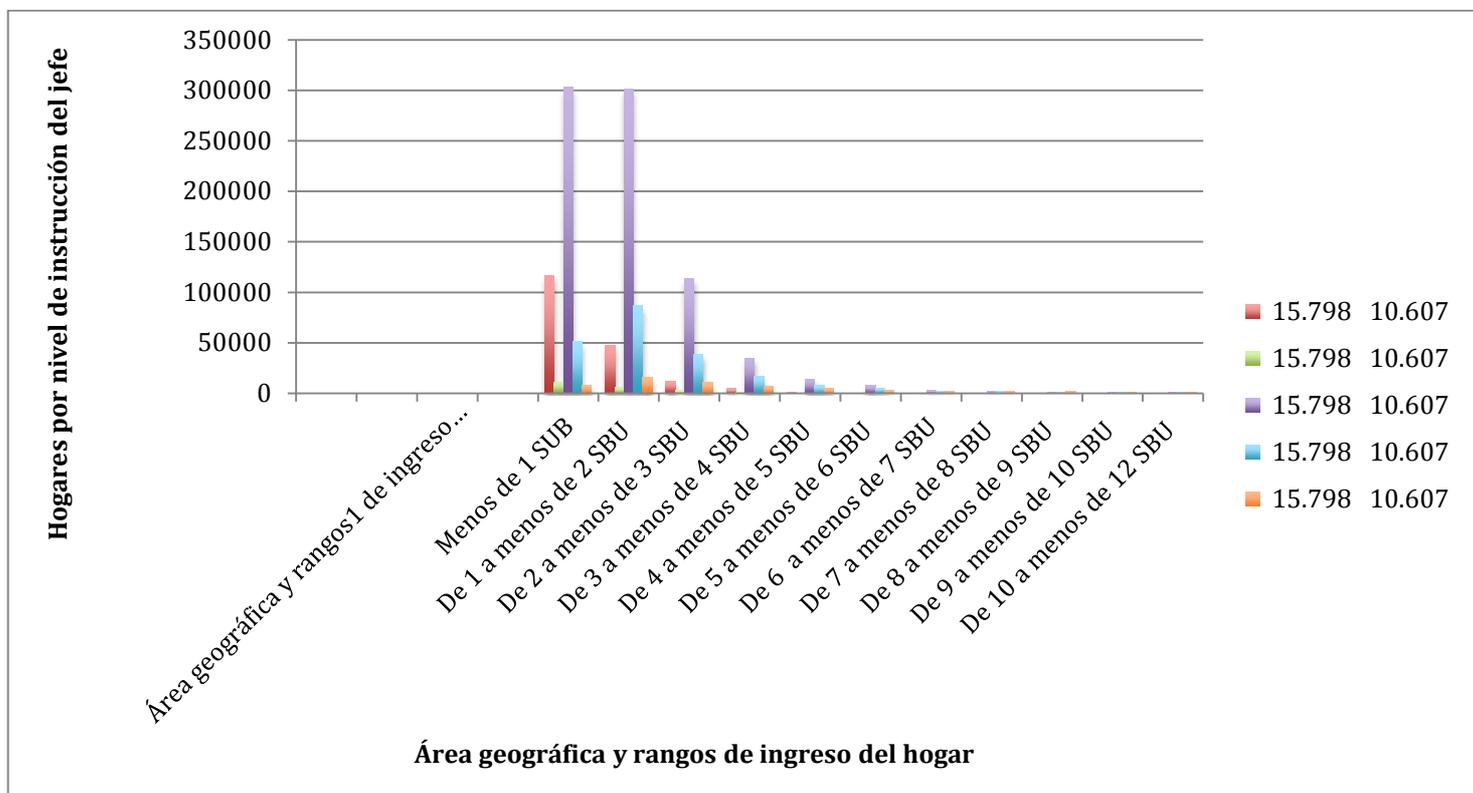


Gráfico 5 Hogares por nivel de instrucción del jefe de familia, según rangos de ingreso monetario mensual en la zona rural

Fuente: INEC - Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales - ENIGHUR 2011-2012

Se puede observar en el gráfico como en la mayoría de hogares el jefe de familia tiene solo un nivel de instrucción primaria o casi ningún nivel de instrucción. En el Ecuador, la mayoría de la población no tiene conocimiento alguno acerca del mercado asegurador y los productos que ofrece, esto suele

ocurrir ya que la educación impartida en ciertas poblaciones es básica y no les permite desarrollarse en cultura general.

De igual manera hay que analizar si el microseguro puede lograr a ser tan inclusivo como sea posible en el segmento de mercado que se desea llegar. Por eso se analiza los ingresos y gastos de la población rural ecuatoriana para ver si las primas están al alcance del bolsillo del cliente.

En el siguiente gráfico, se puede observar la evolución de la pobreza en ciertas ciudades del Ecuador, donde, a lo largo del último año los altibajos se mantienen, pero en general se observa como ha disminuido el nivel de pobreza.

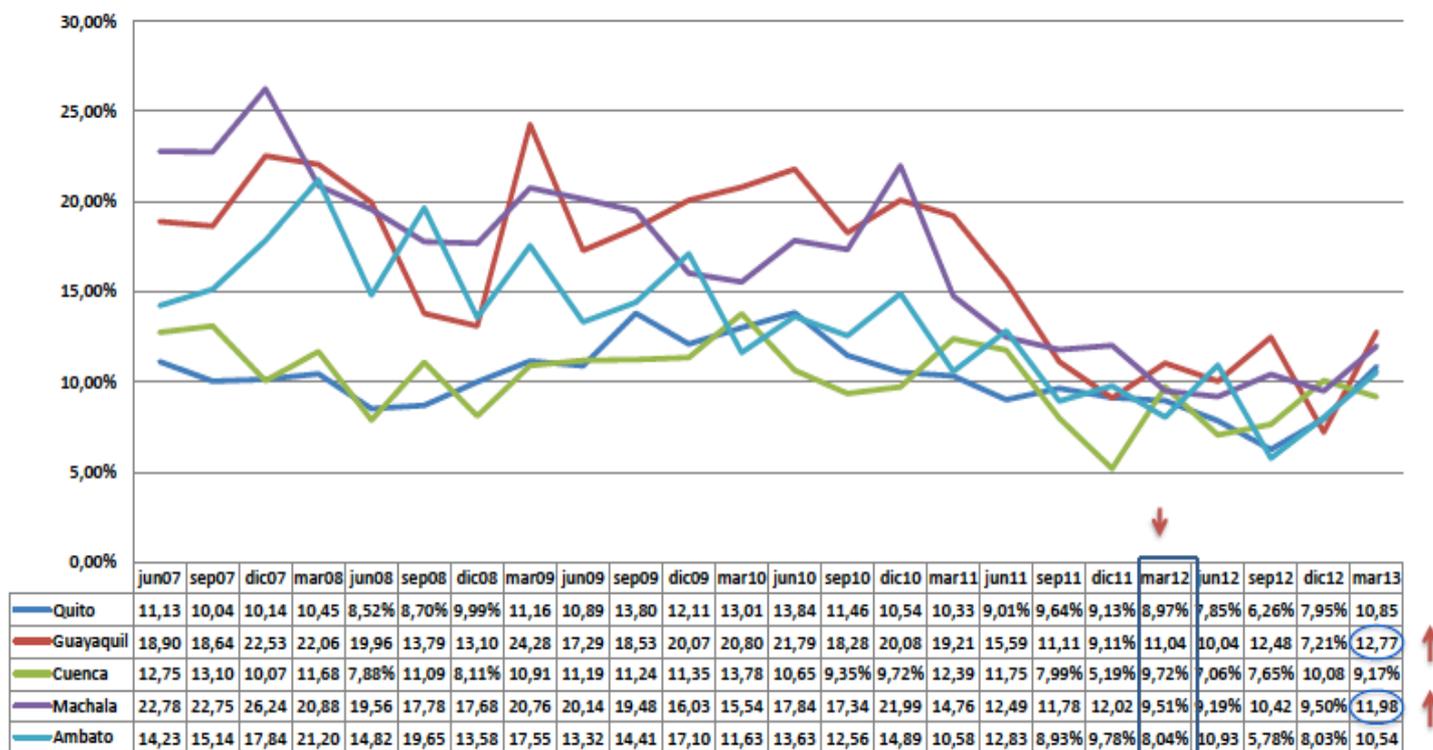
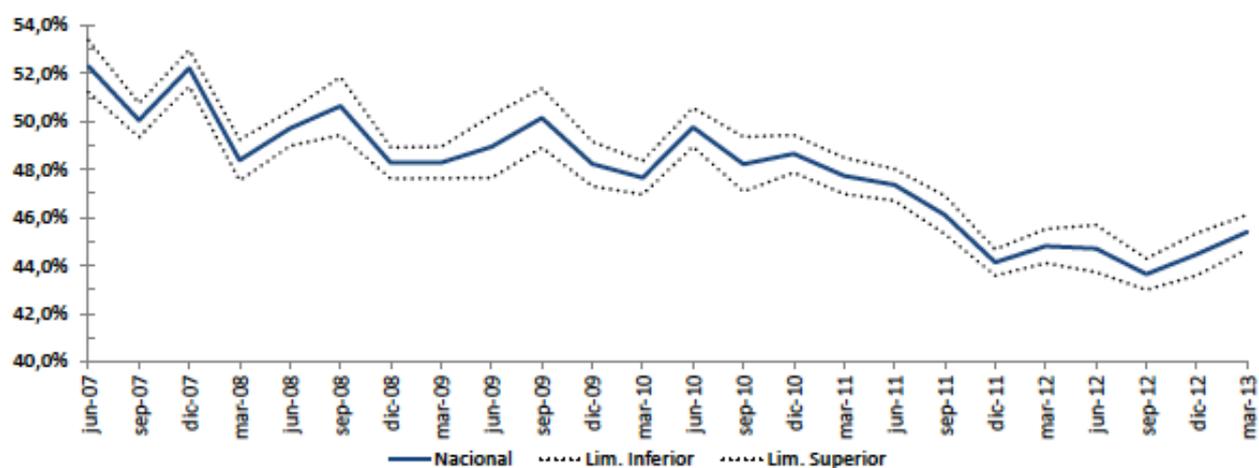


Gráfico 6 Evolución de la pobreza por ciudad

Fuente: INEC.

El coeficiente de Gini muestra el porcentaje acumulado del ingreso total que pertenece al porcentaje de la población más pobre del país. Este índice de desigualdad económica se asocia a la medición del ingreso o gasto de las familias. En el siguiente gráfico se puede observar que aunque el coeficiente ha bajado su porcentaje a lo largo de los últimos años, pero sigue habiendo un rango de personas que se encuentra cerca del límite inferior.

Evolución del Coeficiente de Gini



	Coeficiente de Gini	Límite inferior	Límite superior
mar-12	0,4481	0,4395	0,4545
mar-13	0,4537	0,4477	0,4616

Gráfico 7 Evolución del Coeficiente de Gini

Fuente: INEC.

Un microseguro ayuda a los pequeños trabajadores a que de cierta forma puedan seguir operando en su trabajo con mejores condiciones. Fuera de la póliza de accidentes personales, hay una póliza que en el Ecuador se vende muy

poco, que es el seguro de cesantía que se refiere a cuando la persona se queda sin trabajo. Con un microseguro de este tipo se puede dar una cobertura al asegurado hasta máximo tres meses de estar sin trabajo. Otra cobertura que se puede ofrecer en el país, es la parte correspondiente a salud. En el Ecuador el costo de la salud es alto, lo que hace difícil el acceso para ciertas personas especialmente los de escasos recursos, es por esto que si se logra establecer un seguro masivo de salud, se reducirían notablemente los costos para los asegurados. (Borja, 2013)

Finalmente, podemos decir que el Ecuador es un país que tiene mucho por delante para el desarrollo de un microseguro, es decir un mercado potencial amplio y ansioso por descubrir un producto nuevo que los va a proteger. Aunque, en el país no se establece una cultura de seguros sólida, el mercado de los microseguros tiene un gran futuro si se lo desarrolla de manera correcta y justa bajo los parámetros del segmento de mercado y las regulaciones establecidas por el gobierno ecuatoriano, impulsando así el desarrollo del país.

3.3. Productos comercializados en el Ecuador

3.3.1. Ejemplo de modelo de negocio ALAMO

Como ejemplo de modelo de negocio de microseguro que funciona actualmente en el Ecuador y que ha tenido gran éxito, está el que comercializa la compañía ALAMO. Esta compañía es un Asesor de Seguros que comenzó a desarrollarse el 17 de enero del 2002, con el propósito de generar la cultura de seguros en los países latinoamericanos. Esta compañía aparte de ofrecer seguros normales, también se enfoca en los seguros masivos que se comercializan a través de Unibanco, Almacenes Japón y Orve Hogar. (Bróker Alamo)

Álamo fue creado por QBE Colonial, con el propósito de brindar eficientemente servicios a clientes corporativos y personas que forman parte de una cartera construida durante años de trabajo por esta compañía. (Guerrero, Microseguros ALAMO). El negocio de los seguros masivos no tenía mucha acogida dentro del sector asegurador del país, pero según Carlos Guerrero, gerente general de Seguros Álamo, se arrancó con un producto “tan bueno y tan bien pensado” que la gran acogida se vio de inmediato. El éxito de la implementación de un seguro de tipo masivo para las personas de escasos recursos, fue con canales y auspiciantes comprometidos con el modelo de negocios y compañías de seguros que estuviesen dispuestas a incursionar en un modelo de negocio distinto y altamente rentable, con un sistema de cobranza efectivo realizado por el auspiciante (Guerrero, Microseguros ALAMO).

Para administrar volúmenes de clientes tan elevados, es necesario contar con una herramienta tecnológica poderosa, diseñada específicamente para la administración de microseguros. Esta herramienta tiene una estructura única, pero la misma se moldea a los requerimientos de cada auspiciante de manera individual (Guerrero, Microseguros ALAMO), siendo básica para el control y la administración del modelo de negocio escogido.

Resultados de la compañía:



Gráfico 8 Siniestros totales compañía QBE Seguros

Fuente: QBE Seguros.

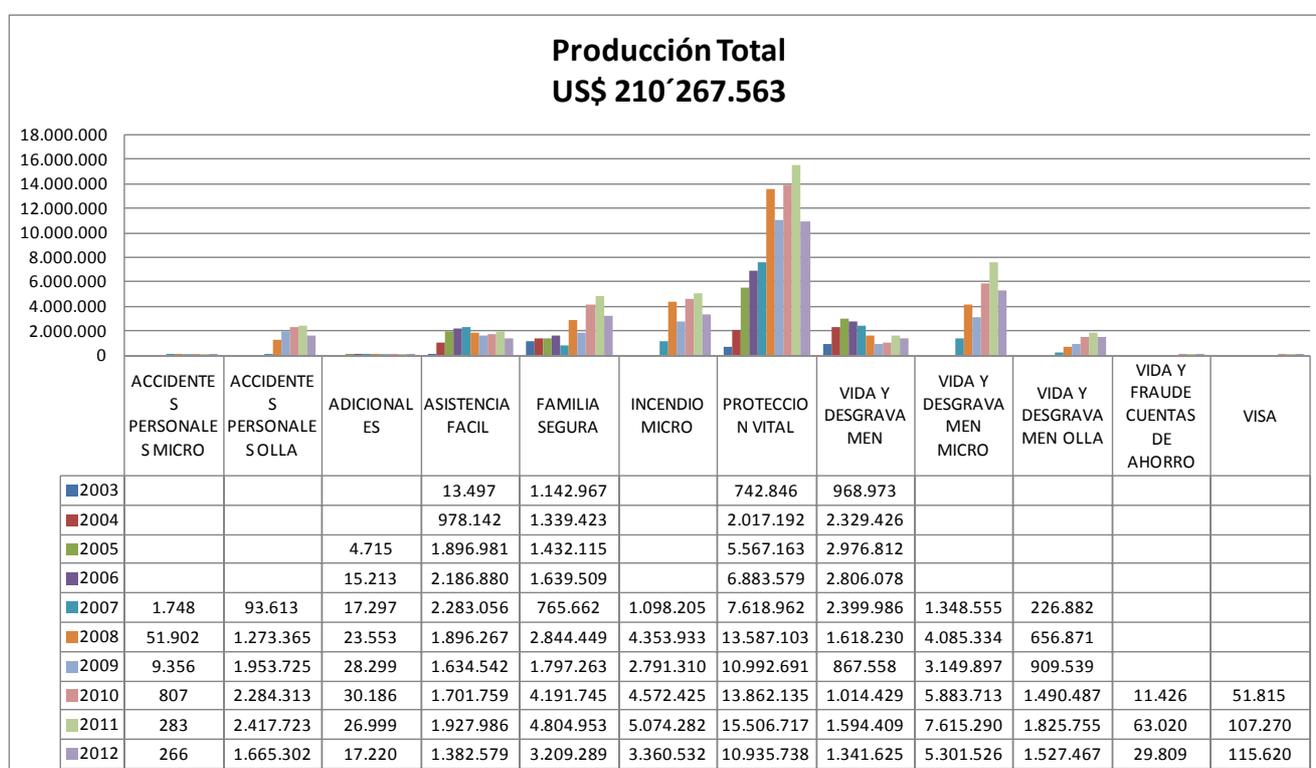


Gráfico 9 Producción total microseguros compañía QBE Seguros

Fuente: QBE Seguros.

Estos resultados muestran que el negocio ha crecido considerablemente estos últimos años y el ramo más acogido por los microseguros es el de protección vital. Igualmente se ve como la población a la que se dirige este producto está sujeta a varios riesgos y esto se lo ve gracias a la cantidad de

siniestros pagados en cada año, mostrando el cumplimiento de la compañía y la ayuda aportada a este segmento poblacional.

Algunos de los productos que ofrece esta compañía están adjuntados en los anexos de este trabajo.

3.3.2. Seguro de cosechas, Seguro de pesca

En el Ecuador se comercializa el seguro agrícola que es un microseguro porque está destinado a atender a la gran mayoría de agricultores de todo el país, y que siembran y cosechan productos calificados. Son microseguros porque son seguros de precio bajo, con coberturas pequeñas pero que permiten a la población recibir una indemnización al momento de un siniestro y no tener que migrar a la ciudad y continuar con su trabajo en el campo.

Este producto se comercializa a través de la compañía de seguros QBE Colonial que lo está ofreciendo este seguro, eso si a nombre del Estado. Lo que hace el Estado Ecuatoriano es financiar una parte de la prima (Guerrero, Microseguros ALAMO). Igualmente, el microseguro de cosechas se comercializa hace aproximadamente un mes a través de la compañía aseguradora SUCRE que es una empresa aseguradora estatal, que desde hace uno años se hizo cargo de todos los contratos del Estado, convirtiéndose en una de las más poderosas del país.

Por otro lado, en el Ecuador existe un seguro para los pescadores artesanales que brinda seguro de vida y cobertura para sus embarcaciones. Aunque este seguro no se lo conoce en el país como microseguro, al ayudar a pescadores artesanales de bajos ingresos económicos se convierte en un producto de iguales características. Este seguro, otorgó 147 pólizas a pescadores que cumplieron con los trámites para asegurar sus embarcaciones (El Comercio,

2012). Estas pólizas fueron entregadas por el Programa de Seguro Pesquero, del Ministerio de Agricultura Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP), donde, el Gobierno cubre el 60% del seguro y el 40% restante lo paga el beneficiario. Eugenio Cabezas, pescador artesanal, que pago USD \$ 670 por el aseguramiento de dos embarcaciones, sostuvo lo siguiente:

“Me subsidiaron el 40% por cada lancha y ahora puedo estar más tranquilo para continuar mis faenas de pesca”, “De contar con este servicio no habría tenido que volver a invertir USD 25 000 en una lancha nueva”. (El Comercio, 2012)

Dentro de las coberturas que ofrece esta póliza para pescadores está: varada, naufragio, abordaje fortuito, cambio forzoso de ruta, robo total o parcial de la embarcación, daños de motor, entre otros (El Diario, 2011). Igualmente se indemnizara por muerte accidental del pescador y de la tripulación, como también los costos médicos por accidentes de trabajo en actividades pesqueras.

Según Diego Velasteguí, gerente del programa del Seguro Pesquero, actualmente se cuenta con USD \$ 2 millones en pólizas, de las cuales se ha entregado USD \$ 75 000 en indemnizaciones a los asegurados. (El Comercio, 2012)

3.4. Productos potenciales que podrían impulsarse en el país

Todos los productos que estén relacionados con las personas y con la propiedad son potenciales a ser asegurados. Revisamos en un punto anterior que sería muy importante cubrir la vida de la persona que es cabeza de familia ya que sin ella se pierde el sustento familiar. Además se podrían desarrollar productos de vida que tengan el “plus de accidentes”, junto con incapacidad total y permanente, también con seguro de gastos médicos por accidentes personales. También podría ser factible un seguro de asistencia médica o medicina prepagada para

cubrir en caso de enfermedades o accidentes graves. Por otro lado, sería viable un seguro de incendio y líneas aliadas que otorgue cobertura contra cualquier tipo de evento catastrófico el cual podría asegurar las viviendas que sufren muchos en invierno o en fuertes cambios de clima.

Por ejemplo, si en la ecovía uno de los sistemas transporte masivo de Quito al costo del pasaje se le aumenta un centavo más, ofreciendo a cambio un seguro con cobertura de accidentes personales, muerte accidental o emergencia médica durante el trayecto que recorre el pasajero, la venta del producto multiplicado por 200 mil clientes al día representaría 2000 dólares diarios solo para esta ruta, y si esto replicamos para los otros sistemas de transporte masivo como el trolebús, corredor avenida América, Metrovía (Guayaquil), de esta forma sería un negocio de bajísimo costo, gran volumen y altísima rentabilidad, ya que normalmente no existen accidentes relacionados con estos sistemas de transporte diariamente, pero que las personas se sientan aseguradas en caso de un siniestro durante su trayecto es un elemento primordial.

En el desarrollo del proceso y comercialización de los microseguros se debe tener en cuenta que se requiere de una entidad privada que esté decidida a desarrollar y comercializar estos productos. En el Ecuador se cuenta con 42 compañías aseguradoras dentro de las cuales únicamente 3 de ellas han lanzado al mercado este producto, MAPFRE/ ATLAS, Seguros COLONIAL / QBE y Latina Seguros.

Capítulo 4: Conclusiones y Recomendaciones

Una vez concluida la investigación acerca de cómo el microseguro impulsaría el desarrollo del Ecuador, es necesario promover una cultura aseguradora más amplia de su población, llegando más ágilmente con la información necesaria a los segmentos más pobres del país. Es por esto que a través de la educación y de las mismas compañías aseguradoras se debe incentivar el conocimiento de estos temas que están en auge. El mercado asegurador debe definir bien los productos que va a comercializar a las personas de bajos ingresos e identificar adecuadamente los canales de distribución que se utilizarán. De igual manera, al momento de definir los costos de las primas, hay que tomar en cuenta que se está dirigiendo a una población de escasos recursos y que el seguro es algo nuevo para ellos, por lo cual no van a tener tanta confianza en el producto como para invertir la poca plata que tienen.

Algo muy importante es poder comercializar los microseguros como adicional a un servicio, así estas personas van a estar protegidas y van a poder mantener sus pequeños negocios de una manera más simple. Los microseguros pueden llegar a ser un impulso importante para el desarrollo del país ya que como la gran mayoría de la población ecuatoriana tiene negocios informales y un alto porcentaje posee bajos ingresos mensuales, gracias al microseguro sus propiedades y sus negocios van a poder mantenerse y resurgir en caso de la ocurrencia de un siniestro, manteniendo su trabajo. Muchos conocen la publicación de Análisis Semanal que se realiza cada fin de año sobre varios temas económicos y sociales, entre ellos los seguros. Sería interesante que se realice un análisis del desarrollo de los microseguros al igual que se hace con los seguros tradicionales, para ver los avances y desarrollo del tema en el país, así

las aseguradoras se interesarían más en desarrollar este producto. En el Ecuador no está debidamente enfocado y explotado este interesante producto y sería de suma importancia realizar los estudios correspondientes para que las aseguradoras sepan correctamente qué riesgos son importantes asegurar para la población y como implementarlos correctamente para ayudar al desarrollo del país.

Otra problemática sería la falta de cultura que tiene la población ecuatoriana, ya que para poder vender un seguro la persona debe entender de qué se trata y debe sentir la necesidad, porque si no se entiende eso no se puede comercializar, es decir cómo se podría vender algo a alguien que no sabe que necesita y no comprende cómo funciona. Sería importante hacer que de alguna manera se masifique la información y hacer que se entienda el concepto de un microseguro.

Tomando en consideración el Ecuador como un caso particular podemos darnos cuenta que las actividades a las que se dedican los potenciales clientes son actividades agrícolas. En muchas ocasiones estas personas han perdido la totalidad de sus cosechas por inviernos muy fuertes o por la caída de ceniza proveniente de un volcán. Al ofrecer micro seguros a esta población, se protegerá sus cosechas, su fuente de ingreso principal y por ende su economía familiar. Si se logra proteger una cosecha, se logra proteger todo el círculo que rodea al pequeño agricultor.

En resumen podríamos decir que una oferta amplia de microseguros sería bueno para los clientes potenciales porque les resuelve las incertidumbres cotidianas que se les podrían presentar, y por otro lado para la empresa y los canales de distribución porque generan valor movilizandolos recursos a sectores desprotegidos.

Es así, como este producto da trabajo a mucha más gente pues la parte operativa de este tipo de seguros necesita un mayor volumen de empleados, dinamizando el mercado asegurador, al mismo tiempo de crear una cultura de seguros en la población, siendo todos estos factores y elementos que contribuyen al desarrollo del país.

Como recomendaciones, basados en todos estos antecedentes, se podría pensar que el Estado cree el marco legal propicio para que despegue de forma masiva el negocio de microseguros en el país, y al mismo tiempo las entidades aseguradoras estudien y diseñen mecanismos y productos propicios. Para establecer de manera correcta el negocios de microseguros en el país, primeramente, hay que conocer los riesgos de hogares de bajos ingresos para saber que producto convendría ofrecer, y a su vez ofrecerlo de manera tan inclusiva como sea posible para que pueda estar al alcance de sus bolsillos. Por otro lado, hay que agrupar este producto para alcanzar mayor eficiencia y poner restricciones bien definidas y simples para que los tramites se realicen fácilmente. Una respuesta a cómo los microseguros ayudan al desarrollo del país, sería por un lado dentro del campo de salud, al adquirir un microseguro tendrían la posibilidad de cuidar mejor su salud y la de sus familias con chequeos preventivos por ejemplo. por el lado educacional, se podría instaurar un microseguro que ayude con los créditos estudiantiles para que la población más pobre pueda acceder a la obtención de una buena educación superior. De igual manera, con el apoyo de un microseguro, al asegurar sus propiedades, en caso de ocurrencia de algún siniestro podrán volver a resurgir su actividad y no estancarse en su desarrollo profesional, ya que muchas veces estas personas cuando pierden su

pequeño trabajo informal, dejan de trabajar, lo cual significa una pérdida de ingresos para su familia y de cierta manera para el país.

Dentro de este país que tiene gran potencial de desarrollo para los microseguros, al realizar su comercialización se impulsará de manera positiva el desarrollo del país tanto social como económicamente, brindando a las personas de escasos recursos un apoyo o un sustento económico que antes no solía existir para ellos.

BIBLIOGRAFÍA

- Banco Mundial DATOS*, . (2013).
Mundial, B. (n.d.). *Datos*. From Banco Mundial:
<http://datos.bancomundial.org/indicador/SI.POV.NAHC/countries/EC?display=graph>
- Borja, G. (2013). Microseguros.
- Bróker Alamo. (n.d.). *Alamo Asesores de Seguros*. Retrieved 14 de 4 de 2013 from <https://www.segurosalamo.com/>
- Compromiso empresarial*. (n.d.). From www.compromisoempresarial.com
- Churchill, C. (Ed.). (2009). *Protegiendo a los pobres, Un compendio del microseguro*.
- Craig Churchill y Monique Cohen. (2009). Comercialización del microseguro. In C. Churchill, *Protegiendo a los pobres, un compendio de microseguros*.
- David M. Dror y Thomas Wiechers. (2009). El papel de los aseguradores y reaseguradores e la prestación de servicios de seguro a los pobres. In C. Churchill, *Protegiendo a los pobres, un compendio de microseguros*.
- Dinero. (2012). Microseguros crecieron 12,7% en Colombia. *Dinero, revista de economía y negocios* .
- El Comercio. (2012). Pescadores reciben pólizas para seguro pesquero. *El Comercio* .
- El Diario. (2011). Pescadores Artesanales contarán con Seguro de vida. *El Diario* .
- Guerrero, C. (n.d.). Microseguros ALAMO.
- James Roth y Doubell Chamberlain. (2009). Los detallistas como canales de distribución del microseguro. In C. Churchill, *Protegiendo a los pobres, un compendio de microseguros*.
- John Wipf y Denis Garand. (2009). Tarificación del producto de microseguro. In C. Churchill, *Protegiendo a los pobres, un compendio de microseguros*.
- John Wipf Dominic Liber y Craig Churchill. (2009). Diseño de productos y seguro de manejo de riesgos. In C. Churchill, *Protegiendo a los pobres, un compendio de microseguros*.
- Klaus Fischer y Zahid Qureshi. (2009). Las cooperativas y el seguro: la ventaja mutualista. In C. Churchill, *Protegiendo a los pobres, un compendio de microseguros*.

Los microseguros en America Latina. (n.d.). From www.portafolio.com

Martina Wiedmaier-Pfister y Arup Chatterjee. (2009). Un entorno de regulacion para el microseguro. In C. Churchill, *Protegiendo a los pobres, un compendio de microseguros.*

Michael J. McCord and Jim Roth. (2006). *microinsurancecenter.com*. Retrieved 24 de 2 de 2013 from <http://www.microinsurancecentre.org/resources/documents.html?start=20>

MicroInsurance Centre. (n.d.). El Panorama de los microseguros en America Latina y el Caribe,.

Microseguros. (2008). Retrieved 14 de 2 de 2013 from WWW.MICROSEGUROS.INFO

Microseguros la segunda revolución del desarrollo. (2009). *Compromiso Empresarial.* From <http://www.compromisoempresarial.com/rsc/2009/12/microseguros-la-segunda-revolucion-del-desarrollo/>

Monique Cohen y Jennefer Sebstad. (2009). La demanda del microseguro. In C. Churchill, *Protegiendo a los pobres, un compendio de microseguros.*

Noticias impacto. (2010). Retrieved 23 de 3 de 2013 from www.noticiasimpacto.bligoo.com.co

Perú Economico. (2012). From www.perueconomico.com

René Bueno. (2010). *Compilación de Seguros.*

Sabine Trommershauser. Roland Lindenthal y Rudiger Krech. (2009). El papel promotor del Estado. In C. Churchill, *Protegiendo a los pobres, un compendio de microseguros.*

Vaca, M. (2013). Microseguros. (C. Abedrabbo, Interviewer)

ANEXOS



**SEGURO
PROTECCIÓN
DORADA**

COBERTURAS	MONTO ASEGURADO	VALOR MENSUAL
PLAN 1 • Muerte y/o desmembración accidental • Gastos médicos por accidente • Incapacidad total y permanente por accidente • Valor mensual	\$ 3.000,00 \$ 200,00 \$ 3.000,00	\$ 3,13
PLAN 2 • Muerte y/o desmembración accidental • Gastos médicos por accidente • Incapacidad total y permanente por accidente • Valor mensual	\$ 5.000,00 \$ 250,00 \$ 5.000,00	\$ 4,80
PLAN 3 • Muerte y/o desmembración accidental • Gastos médicos por accidente • Incapacidad total y permanente por accidente • Valor mensual	\$ 10.000,00 \$ 300,00 \$ 10.000,00	\$ 8,64





**SEGURO
SOLIDARIO**

COBERTURAS	MONTO ASEGURADO	VALOR MENSUAL
PLAN 1 • Muerte y/o desmembración accidental. • Gastos médicos por accidente. • Incapacidad total y permanente por accidente. • Valor mensual.	\$ 5.000,00 \$ 300,00 \$ 5.000,00	\$ 6,24
PLAN 2 • Muerte y/o desmembración accidental. • Gastos médicos por accidente. • Incapacidad total y permanente por accidente. • Valor mensual.	\$ 8.000,00 \$ 300,00 \$ 8.000,00	\$ 8,39
PLAN 3 • Muerte y/o desmembración accidental. • Gastos médicos por accidente. • Incapacidad total y permanente por accidente. • Valor mensual.	\$ 12.000,00 \$ 300,00 \$ 12.000,00	\$ 11,26



BENEFICIOS ADICIONALES:

Seguro Dental

- Examen clínico y diagnóstico.
- Rayos-x (periapicales).
- Profilaxis (limpieza bucal) 2 veces al año.

- Aplicación de flúor (menores de 15 años).
- Consultas con especialista.
- Urgencias.
- Amalgamas en caries emergenciales.

- Resina en caries emergenciales.
- 1 extracción simple emergencial.
- Endodoncia emergencial.
- Extracciones pediátricas emergenciales.

• Beneficios para titular, cónyuge e hijos menores de 23 años.



Protéjase! Contrate hoy mismo su Seguro Solidario.

**SEGURO**

vida exequial con desgravamen

**Un plan de seguros ideal
porque pensamos
en usted**

BENEFICIOS DEL SEGURO

Es un beneficio exclusivo que forma parte de su tarjeta Cuotafácil.

- No requiere exámenes médicos previos.
- En caso de fallecimiento, sus herederos recibirán una indemnización.
- Trámites muy fáciles de realizar.
- Su familia estará protegida cuando usted falte, no tendrá que asumir los gastos de su sepelio.
- Los consumos de su tarjeta quedarán cancelados hasta por el monto contratado por su póliza de desgravamen.
- Seguro con costo preferencial para los clientes Cuotafácil.

Cuadro de Coberturas

Muerte Accidental	\$ 6.800,00
Vida	\$ 600,00
Valor cuota mensual	\$ 3,03

Además la Compañía provee una cobertura de Vida y Desgravamen hasta \$1.150,00

DEFINICIÓN DE COBERTURAS DEL PLAN

VIDA

Cubre fallecimiento del asegurado por cualquier causa los 365 días del año.

Si antes de contratar el seguro le han diagnosticado las siguientes enfermedades y fallece a consecuencia de algunas de éstas, no tendrá esta cobertura: trastornos cardiovasculares, renales, hipertensión arterial, derrame cerebral, cáncer, tumores, diabetes, epilepsia, asma, trastornos inmunológicos o padecimientos relacionados con el SIDA.

MUERTE ACCIDENTAL

Cubre al asegurado en caso de fallecimiento por accidente, es decir, a consecuencia de una causa violenta, externa y ajena a la voluntad.

VIDA Y DESGRAVAMEN

Cubre el saldo de la tarjeta Cuotafácil en caso de fallecimiento del asegurado por cualquier causa, sin ninguna exclusión. Si el valor adeudado es menor a \$ 1.150,00 la diferencia se entregará a los herederos legales.

Asistencia Funeraria

**LLAME INMEDIATAMENTE DESPUÉS
DE PRODUCIDO EL FALLECIMIENTO**

Detalle del servicio:

- Cofre mortuario
- Servicio religioso
- Libro recordatorio
- 3 arreglos florales
- Preparación del cuerpo
- Asistencia en trámites legales
- Servicio de cafetería por 8 horas
- Sala de velación por 24 horas o servicio domiciliario
- Servicio de traslado a la sala de velación y camposanto
- Espacio en el camposanto por cuatro años o servicio de cremación
- Asesoría legal telefónica en: herencias, muerte trágica y montepío

**SEGURO**

vida exequial con desgravamen

POR SÓLO \$ 0,95 MENSUAL POR PERSONA
usted puede incluir a sus padres, suegros,
hermanos e hijos.
Adicional se otorgará la cobertura por \$ 300,00
en caso de fallecimiento por cualquier causa
y entrega del servicio funerario.

**SUS
FAMILIARES
TAMBIÉN PUEDEN
ACCEDER
A ESTE PLAN**