**  
  
Viaje de aprendizaje**

**Aseguradora Rural**

**Microseguros para inquilinos de mercados**

Contenidos

**Información básica del proyecto** **1**

Sobre el proyecto 1

**Actualización del proyecto** **2**

¿Qué está pasando? 2

**Lecciones aprendidas del proyecto** **4**  
Sobre la demanda y el diseño de los productos . 4

Sobre el modelo de negocios 5

Sobre la educación financiera 7Información básica del proyecto

*Este documento fue desarrollado por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) como parte de la* [*alianza*](http://www.microinsurancefacility.org/es/oit-fomin) *entre el FOMIN y el Fondo para la Innovación en Microseguros.*

**Sobre el proyecto**

Aseguradora Rural, aseguradora guatemalteca del Grupo Financiero Banrural S.A., busca desarrollar y poner en el mercado un microseguro de daños para personas de bajos ingresos, en especial para comerciantes locatarios de mercados quienes representan el 60% de los microempresarios del país[[1]](#footnote-2).

Este esquema se basa en la oportunidad de tomar ventaja de la relación que ya existe entre los ~~posibles~~ clientes y el Grupo Financiero Banrural S.A. a través de su banco Banrural. En efecto, Banrural es la principal fuente de financiamiento de un gran porcentaje de inquilinos en los mercados. Por ello, Banrural será el canal de distribución del producto.

Se espera que este microseguro se convierta en parte de los productos que ofrece Banrural a sus más de cinco millones de clientes a nivel nacional, brindando acceso a seguros de bajo costo a personas que hoy no cuentan con el acceso para mitigar los riesgos a los están expuestos. Aseguradora Rural ya colabora con Banrural para brindar de forma gratuita una cobertura con consultas médicas a los clientes del banco, y un seguro de saldo deudor para todos que tienen un préstamo con el banco.

**Resumen del Proyecto**

*Nombre del proyecto:*  Microseguros para inquilinos de mercados

*Fecha de inicio del proyecto:* 2012

*Duración:*  2 años

*País:* Guatemala

*Producto:* Daños

# Actualización del Proyecto

## ¿Qué está pasando?

**A junio, 2014**

Como punto de partida del proyecto, Aseguradora Rural adelantó un estudio de mercado en una muestra representativa de los mercados públicos de Guatemala. Identificó que el 95% de los comerciantes locatarios no poseían un seguro de daños que cubriera sus contenidos ante eventos catastróficos, como por ejemplo, robo, incendio, inundación y terremoto. De igual manera, se encontró que en los principales mercados se presentaban deficiencias locativas y de gestión de riesgo importantes. Por ello, y a fin de diversificar el riesgo, la Aseguradora Rural decidió expandir sus servicios a microempresarios localizados fuera de la locación del mercado pero dentro de su área de influencia. A través de una primera muestra, se logró desarrollar una categorización de los mercados, definir las áreas a incluir para conseguir una masa crítica y recopilar la información necesaria para el trabajo actuarial y el diseño de las políticas de suscripción. Este estudio se complementó con entrevistas e investigación de escritorio.

El estudio mencionado permitió contar con la información necesaria para que las áreas de Suscripción Técnica, Comercial y Actuarial de la Aseguradora Rural, el área de MiPYME de Banrural y un consultor especializado en microseguros, contaran con la información necesaria para definir cobertura, sumas aseguradas y primas. Esta información está siendo revisada actualmente por el actuario a fin de trabajar la Nota Técnica requerida por la regulación de seguros de Guatemala. Este estudio también permitió darse cuenta del valor que representaría contar con un levantamiento de datos de los 255 mercados públicos que hay en Guatemala. Con base en este levantamiento de información, la Aseguradora podrá verificar cuáles son los mercados que se encuentran en condiciones locativas aptas para ser objeto de seguros. De esta forma cuando se esté cerrando un negocio con clientes de estos mercados el vendedor de la aseguradora sepa que el cliente tiene su negocio en un mercado apto para la suscripción y que su propio negocio también lo es. Para este fin se desarrolló una ficha técnica de evaluación de riesgos de mercados.

Al mismo tiempo, Aseguradora Rural ha estado conversando con una reaseguradora para ver la factibilidad de alianzas que faciliten el reaseguro y la estructuración e identificación de actividades de gestión de riesgos que podrían disminuir el costo del producto. Finalmente, el Comité de Productos Nuevos de Aseguradora Rural está definiendo procesos y sistemas para la emisión de pólizas, sistemas de reclamos, cobros, etc.

PRÓXIMAS ACCIONES

* Continuar con el proceso de inventario de las condiciones de asegurabilidad de los mercados
* Iniciar un programa de educación financiera en microseguros y construir alianzas público-privadas para llevar a cabo programas integrales para prevención de siniestros
* Finalizar las fases de modulación del producto
* Llevar a cabo la inscripción del producto en la Superintendencia de Bancos
* Finalizar el mapeo de los procesos (emisión, cobro, reclamos, sistemas)
* Capacitar a los Agentes de Negocio de Banruralpara que sean el canal de ventas y puedan hacer el mercadeo del producto
* Lanzar el producto~~.~~

# Lecciones Aprendidas del Proyecto

## Sobre la demanda y el diseño de los productos

**El diseño de productos tiene que partir de los riesgos que enfrentan los clientes, considerando diseños alternativos para conseguir la viabilidad financiera del producto.** Cuando empezó el proyecto, la intención de Aseguradora Rural era ofrecer altas coberturas e incluir a todos los locatarios de mercados en las zonas seleccionadas. Sin embargo, en el estudio de mercado que llevó a cabo Aseguradora Rural[[2]](#footnote-3), se encontró que casi un 50% de los locatarios de los mercados no están formalizados, situación que incide en el logro de escala del esquema de microseguros planteado, puesto que uno de los primeros requisitos de suscripción estaría relacionada con la formalización del negocio ante la administración del mercado. Se espera que el requisito de formalización minimice la posibilidad de fraude ante un siniestro. Por tanto, se decidió ofrecer el producto a vendedores ubicados en locales aptos para la suscripción fuera o dentro de los mercados.

Se espera que la inclusión de comercios ubicados en áreas aptas para la suscripción, aunque estén fuera de los mercados, alimente la construcción de la masa crítica requerida para la sostenibilidad financiera del producto.

**Entender bien las características de la población meta permite segmentarla y crear diferentes opciones de productos que mejor respondan a cada segmento.** Los resultados del estudio de mercado mostraron que los mercados albergan negocios simples, unos con ampliaciones (rejas, etc.) informales y diversos niveles de activos. Se identificó que los riesgos prioritarios para esos clientes son incendio y robo, seguido por inundación y terremoto. Sin embargo, al conocer que 89% de los negocios ocupan un espacio simple (por ejemplo cuando el vendedor acomoda sus abarrotes o verduras en el suelo o en una mesa), aumentando su vulnerabilidad a los riesgos mencionados, Aseguradora Rural entendió que la factibilidad de dar cobertura a la totalidad de estos era muy improbable. Para comenzar, se está estudiando la posibilidad de ofrecer una cobertura básica por pérdida total de incendio y líneas aliadas[[3]](#footnote-4).Igualmente se está estudiando la inclusión de un beneficio adicional como por ejemplo una cobertura de accidentes personales, servicio funerario u otro producto similar que pueda estar empaquetado dentro del mismo producto de daños con el fin de garantizar su atractivo comercial y valor para los clientes.

**Incluso cuando se segmentan los locatarios por nivel de formalidad, puede ser necesario hacer una segmentación adicional al nivel de entorno para balancear el riesgo sistémico (del mercado) con el del cliente.** En el proceso de hacer el estudio de mercado, Aseguradora Rural vio que unos mercados presentaban mejores condiciones y controles que otros, ya sea debido a cultura, administración, ubicación, municipio o debido al número de locatarios presentes. Debido a que no todos los mercados estudiados presentaban condiciones óptimas de asegurabilidad, se decidió elaborar fichas técnicas y aplicarlas a cada mercado a fin de lograr una segmentación técnica del mismo. Esta ficha técnica mide el nivel de riesgo de los locales y de los locatarios. Aseguradora Rural decidió considerar para suscripción solamente a los locatarios ubicados en mercados que presentaban condiciones aptas para la suscripción.

Una herramienta que permite evaluar el nivel de riesgo y las condiciones que posee el segmento al que va dirigido el producto, es la guía técnica [GTC-45 de ICONTEC](http://www.slideshare.net/nacho25/actualizacion-guia-gtc-45-icontec-nueva-3729549)  (la cual a su vez integra principios de las normas: OHSAS 18001 seguridad y salud laboral, BS 800 proceso de la gestión del riesgo así como la norma, NTP330 del Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo de España). De esa manera se calcula el nivel de riesgo con base en el nivel de deficiencia y el nivel de exposición. Sin embargo, debido a las particularidades de los mercados, se debió ajustar la guía técnica GTC-45 a las necesidades propias de estos.

**Para productos de daños, una inspección preliminar del grupo meta puede identificar acciones preventivas, de mitigación de riesgo o mecanismos de apoyo social necesarios para mejorar las condiciones de seguridad y hacer que el grupo meta cumpla condiciones de asegurabilidad.** Al efectuar la inspección de los mercados se observó que la baja gestión de riesgos ocasionaba que el grupo meta fuera poco “asegurable” a menos que se implementaran mecanismos de apoyo social como: cambio de hábitos, ordenamiento de locatarios, mejoras en infraestructura, simulacros de emergencia, entre otros. Haber podido identificar esta realidad de antemano hubiera permitido a Aseguradora Rural enfocar su análisis desde el principio e identificar anticipadamente la necesidad de ampliar la población a asegurar para hacer más viable el producto. La ficha técnica ha resultado ser una herramienta idónea para identificar las condiciones de gestión de riesgo de los mercados..

Aseguradora Rural está diseñando una estrategia para acompañar al producto con esfuerzos de educación, prevención y mitigación de riesgo para ofrecer cierta cobertura sin que se exponga la compañía.

## Sobre el modelo de negocios

**La falta de datos históricos de siniestralidad de los mercados en Guatemala y el limitado número de actuarios pueden hacer necesario pasos preliminares para diseñar un producto, los cuales pueden volverse, a mediano y largo plazo, ventaja para las aseguradoras que le apuestan a entrar al mercado.** En Guatemala no existe ~~había~~ ninguna entidad que hubiera recopilado información sobre incendios, robos e inundaciones que hubieran afectado a los mercados del país. Fue necesario crear la información requerida por el actuario por otros medios como la siniestralidad de los mercados en medios de prensa, a través de internet y de datos históricos de la siniestralidad de pólizas del mismo ramo de daños (como la de Incendio). Para crear estos datos, Aseguradora Rural invirtió muchas horas hombre para implementar métodos diferentes en la aplicación de ficha técnica en todo el territorio, entrevistar locatarios, administradores de mercados y hacer investigación de escritorio para informarse sobre eventos que hubieran afectado los mercados. Para asegurar que la ficha recopilara toda la información necesaria, fue importante responder a las necesidades de las áreas de Suscripción-Técnica, Educación y Comercial de la aseguradora. Estas actividades extendieron el tiempo requerido para diseñar el producto~~.~~

Aseguradora Rural también encontró manera de conformarse con tener limitado acceso al actuario por el hecho de que solo hay un actuario autorizado en Guatemala. Se apoyó en consultores externos y casos exitosos de productos en otros países para evaluar el trabajo actuarial, además de tomar las acciones anteriormente mencionadas para acercarse a las fuentes. De esta manera se construyó la información necesaria para que el área de Suscripción-Técnica de Aseguradora Rural pudiera trasladar esa información completa y consolidada a la de actuaria y no demorar más los tiempos.

**La creación de una alianza público-privada puede resultar necesaria para desarrollar las condiciones de asegurabilidad necesarias para ofrecer un caso de negocio a la industria aseguradora.** Debido a las pobres condiciones en las cuales muchos mercados se encontraban, Aseguradora Rural se dio cuenta que sin mejoras, esos mercados no serían “asegurables”. En vez de eliminar los mercados del alcance del microseguro, se está investigando la posibilidad de hacer partícipe del proyecto a las autoridades municipales involucradas con la administración de los mercados. Se ve a las autoridades como las más indicadas para trabajar de la mano en proyectos de gestión de riesgos de los locatarios ya que en Guatemala la administración de los mercados recae en las municipalidades de cada departamento. Mientras eso puede alargar el proceso para ofrecer microseguros a locatarios en esos mercados, se espera que a mediano y largo plazo aumente sustancialmente tanto el número de clientes posibles como la inclusión financiera de ellos que temporalmente están excluidos por deficiencias de estructura de infraestructura locataria.

**La utilización de los agentes de negocio u oficiales de crédito para colaborar en la recolección de información para estudios de mercado requiere consideraciones como capacitación suplementaria sobre las herramientas de recolección o la adaptación de la carga de trabajo para actividades adicionales.** En el caso de Banrural, los Agentes de Negocio son los que colocan, cobran y dan seguimiento al crédito. Debido a su alto nivel de conocimiento del cliente, Aseguradora Rural les brindó una capacitación adicional sobre el manejo de los formatos que utilizarían para el estudio de mercado. Debido a que en las encuestas se encontraron algunas lagunas de información, se considera que tal vez los agentes no sean las personas indicadas para aplicar las herramientas del estudio, sin una previa capacitación y reflexión de la importancia de los datos a recolectar y una selección priorizando aquellos agentes que hayan mostrado mayor interés o mejor manejo de la herramienta de entrevista. Adicionalmente, se considera que tal vez los agentes pueden servir mejor como una fuente de información para el estudio de mercado.

## Sobre las educación financiera

## La educación financiera puede responder a necesidades específicas de los locatarios (emprendedores) pues puede integrar otros contenidos de valor como la gestión de riegos, la prevención, la mitigación y elementos básicos de prácticas de negocio. El estudio de mercado encontró que existen bajos niveles de escolaridad y débil capacidad técnica en la gestión de pequeños negocios. Por ejemplo, el estudio de mercado encontró que un 52% de los locatarios no posee un inventario actualizado de su mercancía. Por otro lado, en los mercados hay alta presencia de trabajo infantil. Al mismo tiempo, 84% de los encuestados está interesado en participar en talleres y capacitaciones relacionados con el fortalecimiento de su negocio y gestión de riesgos, para lo que dispondrían de 2 horas semanales.

## Con base en estos hallazgos, Aseguradora Rural está diseñando un programa de educación financiera multidimensional que responderá tanto al bajo conocimiento de seguros como a la gestión de riesgos. Con ello se busca aumentar las ventas del producto y hacer acciones de responsabilidad social empresarial. A pesar de existir muchos modelos sobre educación financiera y muchas lecciones, Aseguradora Rural optó por un programa que se basa primero en un *encuadre positivo*, que permite a las personas encontrar sus fortalezas, reconocer logros, hallar sentido a la vida y así encontrar fuerza y motivación. A partir de allí los módulos corresponden a los riesgos específicos de locatarios así como de algunos aspectos como trabajo infantil y algo de concientización ambiental y de riesgos. Se espera que este programa complemente el programa de educación financiera actual de Banrural (enfocado en ahorro, crédito y pagos). Finalmente, los encargados de implementar este programa serán los Agentes de Negocio; actuarán como facilitadores del programa de educación financiera y serán capacitados en los diferentes módulos, incorporando técnicas de aprendizaje para personas adultas y con débil escolaridad.

1. Instituto Nacional de Estadística [↑](#footnote-ref-2)
2. Estudio de Mercado "Orientado a la introducción de un producto de micro-seguros de los mercados municipales de Guatemala clientes de Banrural". Elaborado por: Luisa Fernanda Montoya Ganz. Octubre, 2013. [↑](#footnote-ref-3)
3. Como por ejemplo: terremotos, inundaciones, deslave y granizo [↑](#footnote-ref-4)