



Ecuador – Enero 2017 - ISSN: 1696-8352

LOS MICROSEGUROS: ORIGEN, CONCEPTUALIZACIÓN Y SU APLICABILIDAD EN EL ECUADOR

Ing. Carla Parales, Mg.¹
Docente en ULVR, Guayaquil
e-mail: cparalesg@ulvr.edu.ec

Ing. María José Pérez-Espinoza, Mg.²
Docente en UMET, Sede Machala
e-mail: mjperez@umet.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Carla Parales y María José Pérez-Espinoza (2017): “Los microseguros: origen, conceptualización y su aplicabilidad en el Ecuador”, Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, Ecuador, (enero 2017). En línea: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/microseguros.html>

Resumen

El presente trabajo de investigación tiene como principal finalidad realizar un análisis de los microseguros, cuyo objetivo es el de cubrir siniestros específicos que tienen las personas que pertenecen a la base de la pirámide de un país. Para explicar a profundidad este término primeramente se hizo una recopilación cronológica de la historia y evolución del microseguro en Latinoamérica. Consiguientemente se realizó una conceptualización del término con las diferentes definiciones que se han acuñado del término por varios autores e instituciones de relevancia internacional. Finalmente se analizó la aplicabilidad que han tenido los microseguros en el país y se citó un ejemplo específico para su mayor entendimiento (considerado como el primer canal de distribución del microseguro en el Ecuador)

Palabras claves: Base de la pirámide, prima de seguro, microseguro, microcrédito, corresponsal no bancario.

THE MICROINSURANCE: ORIGIN, CONCEPTUALIZATION AND ITS APPLICABILITY IN ECUADOR

Abstract

The present investigation has as principal purpose to realize an analysis about microinsurances, which has as objective to protect specifics events that people that belong to the base of the pyramid of a country can suffer. To explain in a detailed way the concept, first of all was made a chronologic compilation of the history and evolution of the microinsurance in Latin America. Additionally was realized a conceptualization of the term with the different definitions that were coined from different authors and institutions with international relevance. Finally was analyzed the applicability that had had the microinsurances in Ecuador and was cite as a specific example to have a better understand of the concept (the example is considered as the first microinsurance distribution channel in Ecuador).

¹ Magister en Administración de Empresas, Docente Titular en Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Guayaquil.

² Magister en Administración de Empresas, Docente Titular Auxiliar I en Universidad Metropolitana del Ecuador, Sede Machala.

Key words: Base of the pyramid, insurance fee, microinsurance, microcredit, non-bank correspondent

1. INTRODUCCIÓN

Actualmente se tiene una mala concepción del término “seguro” y todo lo que el encierra, ya que es concebido como un producto de lujo utilizado únicamente por personas que tienen bienes muebles o inmuebles de alto valor o como un servicio adquirido por personas que quieren tener una protección de salud adicional a la brindada por la seguridad social que ofrece el estado, por lo cual se podría concluir que ¿Aquellas personas que pertenecen a la base de la pirámide jamás podrán contratar este tipo de servicio?.

Pues bien, sería una conclusión apresurada, ya que la respuesta a dicha interrogante se encuentra en lo que hoy en día se conoce bajo el concepto de “los microseguros”, que no son otra cosa que el ofrecimiento de una solución de protección (póliza) para las personas de bajos recursos económicos a precios accesibles, los mismos que al encontrarse expuestos a riesgos específicos (ejemplo: muerte por accidente, entre otros), tienen la opción de contratar este servicio y así poder satisfacer su necesidad de seguridad personal o familiar frente a siniestros.

Si se hace referencia a lo que se ha venido desarrollando en la región, los países Latinoamericanos han realizado grandes esfuerzos para concientizar esta importante cultura de contratación del seguro entre sus habitantes, ya que hoy en día este producto pasó de ser una protección de lujo para convertirse en el común denominador de seguridad para los consumidores, porque se encuentra presente en servicios como los brindados por cooperativas de transporte urbano o rural, hasta cualquier tipo de préstamo bancario a corto, mediano o largo plazo.

Este tipo de producto, se puede considerar como un servicio nuevo y en desarrollo en un país como el Ecuador, con un alto índice de población de estrato social bajo, en donde las compañías de seguro para su desarrollo no solo se enfocaron en la parte del rédito económico que traía la comercialización de un nuevo producto a su cartera, sino que también tomaron en consideración la inclusión de muchos microempresarios ecuatorianos como un canal de distribución (negocios inclusivos), así como el grado de exposición al que están expuestas muchas personas, por ende los microseguros le permite a las clientes precautelar sus intereses personales, de salud, económicos y minimizar el riesgo al que están expuestos sobre todo al pertenecer a uno de los segmentos más vulnerables de la sociedad.

Cada país e incluso ciudad dependiendo de su cultura emplea los medios adecuados para poder realizar una comercialización efectiva de los microseguros, es decir que conforme ha venido pasando el tiempo, las diferentes eventualidades a nivel mundial y a nivel social (crisis, guerras, epidemias, etc) la necesidad de los microseguros ha salido a flote y se ha destacado su rol de importancia tanto en la economía como en la sociedad, por tal motivo se desarrollará una recopilación bibliográfica acerca de su origen, conceptualización y finalmente la realización de un análisis de lo que ha sido su estrategia de comercialización en el país.

2. DESARROLLO

2.1. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DEL MICROSEGURO

La palabra “microseguro” tiene su aparición a comienzo de los años noventa con el crecimiento del conocido “microcrédito” y la necesidad de cubrir este tipo de préstamos. Es por esto que de la mano de los microcréditos, todo este nuevo concepto ha evolucionado a través de los años, lo cual le ha permitido adquirir un mayor número de aspectos determinantes que caracterizan su naturaleza (Caro & Rivera, 2009).

Para un mejor entendimiento se puede clarificar que los microcréditos son pequeños préstamos productivos que ayudan a las personas que se encuentran en situación de pobreza a auto emplearse a través del emprendimiento o expandir su negocio (Osorio & Zambrano, 2012). Al convertirse en un importante impulso para las personas de escasos recursos, ellos valoran sobremanera la “confianza” depositada por la entidad bancaria de la cual reciben el dinero, por lo que a cambio demuestran estar dispuestos y ser capaces de pagar a tiempo los servicios financieros a ellos concedidos (Martínez, 2010).

Es importante mencionar el proceso evolutivo de los microseguros en Latinoamérica, por lo que si se toma como referencia el microseguro de países vecinos, por ejemplo Colombia a raíz de la conocida “Ley 100” impuesta en 1993, crea el Sistema de Seguridad Social Integral, que es un conjunto de instituciones, normas y procedimientos que fijó el Estado colombiano con el fin de garantizar protección integral a las personas frente a las contingencias que afectan la salud y capacidad económica de los habitantes del territorio nacional (Varela, Lara, Mosquera, & Nájera, 2013). De acuerdo a un estudio realizado por FASECOLDA³ en el año 1995 este sistema está conformado por las pensiones de riesgo profesional y de salud, en donde este último tiene el objeto de regular el servicio público esencial de la salud y crear condiciones de acceso a la misma para toda la población mediante un esquema en el que las personas con capacidad de pago participan como afiliados al régimen contributivo, mientras que quienes viven en condición de pobreza, gracias al aporte del estado, participan como afiliados al régimen subsidiado (Congreso de Colombia, 1993). Según datos del Ministerio de la Protección Social, a Junio de 2008 cerca de 21,6 millones de colombianos estaban afiliados al régimen subsidiado, garantizando así la prestación de los servicios del Plan Obligatorio de Salud a más de la mitad de los colombianos, todos ellos sin capacidad de pago (Guerrero, Gallego, Becerril-Montekio, & Vásquez, 2011).

Esta ley fue un pequeño impulso para varias aseguradoras, ya que les permitió identificar un nuevo nicho de mercado en la base de la pirámide, lo cual hoy en día tiene resultados muy buenos, con tasas de crecimiento que oscilan alrededor del 20 y 30% anual (Varela, Lara, Mosquera, & Nájera, 2013), estas tasas parecieran ser un importante indicador de estabilidad y despunte en el mercado, ya que el nacimiento y posterior fortalecimiento del producto es una muestra del nivel de penetración del mercado asegurador en el segmento de microseguros (Pinzón, 2010).

Por otro lado a pesar del gran despunte de la economía peruana a partir del año 2008 de acuerdo a un informe presentado por el INEI⁴ (2008) el mercado asegurador no ha presentado el mismo ritmo de crecimiento con respecto a otros países de la región como Colombia, Chile o Bolivia, por ende se ha identificado una gran falencia de oferta y de promoción por parte del mercado asegurador. Actualmente esta situación ha cambiado ya que existe una oferta de 30 diferentes tipos de microseguros comercializados y 67 aprobados por la SBS⁵ de Perú listos para promocionar muy pronto (Superintendencia de Banca y Seguros, 2015).

Para cuantificar lo anteriormente descrito se puede hacer referencia a las estadísticas expuestas por la SBS de Perú en los últimos años, en donde especifica que el número de personas cubiertas por productos de microseguros se ha incrementado en un 40% entre marzo de 2010 y junio de 2015. El plan más popular ofrecido a junio de 2015 era el seguro de muerte accidental de CHUBB Seguros⁶, que contaba con más de 70,000 asegurados, seguido del plan de InVita llamado “Mujer Segura” con más de 50,000 asegurados (Superintendencia de Banca y Seguros, 2015).

Como es de conocimiento público, los microseguros se han venido desarrollando en diferentes países de economías emergentes (Kantis, Ishida, & Komori, 2002) no solo como la explotación de un nuevo nicho de mercado, sino también como un producto financiero que busca proteger y evitar que ante la ocurrencia de una pérdida o daño, las personas que han logrado superar la pobreza caigan nuevamente en ella (Varela, Lara, Mosquera, & Nájera, 2013), al ser el Ecuador un país con economía emergente (Namihas, 2000) ha empezado a aumentar la oferta por parte de las aseguradoras para “atacar” este mercado con fuerza, la aseguradora pionera de este producto en la ciudad de Guayaquil fue la extinta aseguradora

³Siglas que hacen referencia a la Federación de Aseguradores Colombianos.

⁴Siglas que hacen referencia al Instituto Nacional de Estadísticas e Informática de Perú, organismo central y rector del sistema estadístico nacional de Perú, responsable de normar, planear, dirigir, coordinar y supervisar las actividades estadísticas oficiales del país (INEI Perú, 2008).

⁵Siglas que hacen referencia a la Superintendencia de Bancos y Seguros de Perú el cual es el organismo encargado de la regulación y supervisión del Sistema Financiero de Seguros y del Sistema Privado de Pensiones en el Perú, (Superintendencia de Banca y Seguros, 2015).

⁶Grupo CHUBB es uno de los mayores proveedores mundiales de seguros y reaseguros con casa matriz regional en Chile y fuerte operaciones comerciales en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, Miami, México, Panamá, Perú y Puerto Rico (CHUBB Group, 2000).

“Río Guayas” la misma que incursionó con el microseguro a través del canal de distribución “Banco del Barrio” tema que se explicará posteriormente en este documento.

Al igual que Colombia, el Ecuador durante el gobierno del economista Rafael Correa Delgado sufrió varios ajustes y cambios a la ley de seguridad social (Silva, y otros, 2009), en donde a través del IESS⁷ se procedió a abrir los beneficios de la seguridad social a toda la población, trabaje o no en relación de dependencia. Hoy en día existe un gran reto para el mercado asegurador ya que de acuerdo al INEC⁸, de 16'646.060 ecuatorianos, solo 1'556.407 disponen de un seguro privado de salud (9,35% de la población). En tanto que el número de afiliados directos al IESS suman 8'463.254 (incluye seguro campesino y voluntario), aunque la familia del usuario también recibe la cobertura (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2016).

Existe un potencial muy amplio en la ciudad de Guayaquil para ofrecer microseguros de forma masiva, y este mercado se lo disputan las 20 de las 37 aseguradoras existentes en la actualidad en el mercado (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2015), la compañía de seguros Ecuatoriano Suiza se encuentra dentro las 3 empresas aseguradoras que ya están explotando el nicho.

Durante la última década, las aseguradoras, las ONG⁹, y organizaciones comunitarias han puesto en marcha programas de microseguros a través de las diversas líneas de productos que comercializan y sus mercados principales, por lo que hoy en día existen productos de microseguros para incendio, hogar, terremoto, desempleo, sustracción, accidentes personales, asistencia exequial, salud y vida (Caro & Rivera, 2009).

Los factores claves que han apoyado el crecimiento de esta actividad ha sido la penetración de las microfinanzas¹⁰, en particular la colocación del microcrédito como se mencionó anteriormente, en donde el gobierno tiene una participación activa de influencia en ciertos mercados que impulsan a la colocación de préstamos (SwissRe, 2010), a raíz de esta importante iniciativa mundial en el 2005 fue decretado como el año internacional de los microcréditos (Muñoz & De la Cuesta, 2010).

El tamaño actual del mercado cubierto por microseguros de vida en América Latina alcanza aproximadamente los 7.6 millones de personas, con un alto grado de concentración en Perú (4 millones) y Colombia (2.5 millones) (Varela, Lara, Mosquera, & Nájera, 2013), según Caro y Rivera (2009) a nivel mundial el mercado de los microseguros podría generar primas de hasta \$ 40 mil millones, considerando que la región Asia-Pacífico es la de más rápido crecimiento y el mayor mercado de microseguros, se puede mencionar también el crecimiento relevante de los países africanos, a pesar de ser estos, los mercados de microseguros relativamente pequeños en la actualidad (SwissRe, 2010).

Para las aseguradoras, los microseguros crea una oportunidad para acceder a nuevos mercados y construir un fuerte valor de marca que puede ser utilizado para la venta de productos de seguros convencionales en el futuro, es una situación de ganar-ganar: las aseguradoras ayudan a los que necesitan con urgencia el acceso a los seguros, esto a su vez es compatible con los objetivos económicos a largo plazo de las aseguradoras (SwissRe, 2010).

2.2. CONCEPTUALIZACIÓN Y CARACTERÍSTICAS DEL MICROSEGURO

Churchill (2009) como uno de los pioneros en el estudio y definición de los microseguros lo define claramente como un seguro básico que se orienta a las necesidades de manejo de riesgos de las

⁷Siglas que hacen referencia al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, entidad pública que maneja, controla y regula la prestación de servicios de salud, cuya organización funcionamiento se y funcionamiento se fundamenta en los principios de solidaridad, obligatoriedad, universalidad, equidad, eficiencia, subsidiariedad y suficiencia. Se encarga de aplicar el Sistema del Seguro General Obligatorio que forma parte del sistema nacional de Seguridad Social

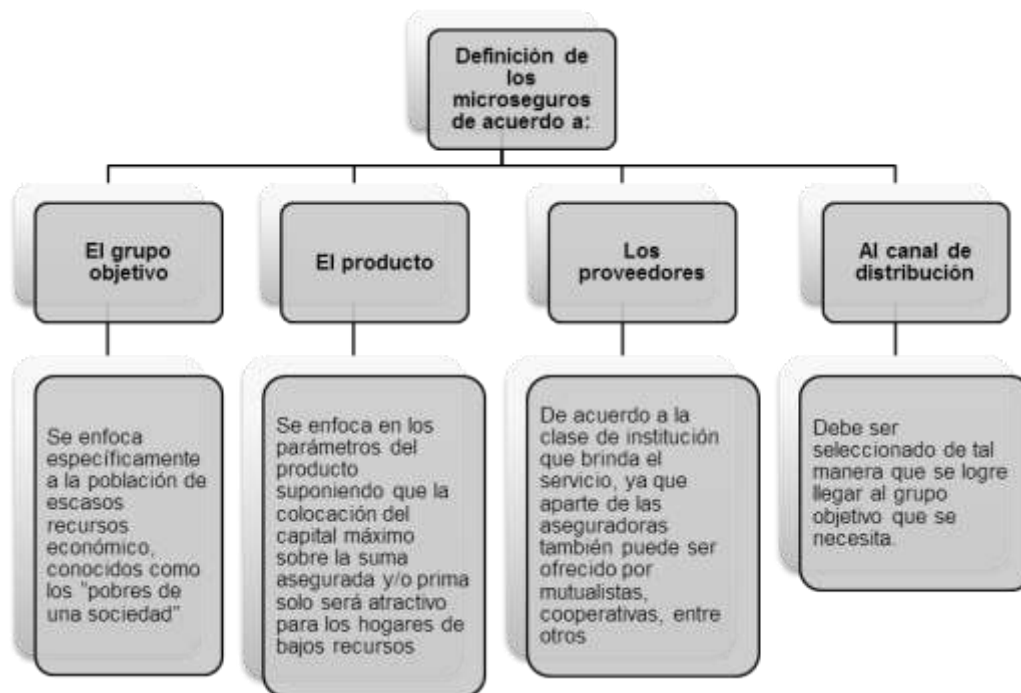
⁸Siglas que hacen referencia al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, el cual es una institución en el Ecuador que genera y difunde información estadística útil y de calidad del país con el propósito de facilitar la evaluación del desarrollo de la sociedad y de la economía, así como promover las actividades del Sistema Estadístico Nacional (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2010)

⁹Siglas que hacen referencia a Organización No Gubernamental definida como Organización de iniciativa social, independiente de la administración pública, que se dedica a actividades humanitarias, sin fines lucrativos (Real Academia Española, 2014).

¹⁰Son todos aquellos servicios financieros en reducida escala, sobre todo los enfocados a créditos y ahorros (Virreira, 2010).

personas vulnerables y les ayuda a manejar dichos riesgos a través de una distribución de riesgos solidaria, es decir, es la protección de las personas de bajos ingresos contra riesgos específicos a cambio de pagos regulares de prima proporcionales a la posibilidad y coste del riesgo envuelto, posteriormente Churchill y McCord (2012) afirman que el microseguro está sufriendo ciertos cambios en su definición ya que existe una tendencia operativa en la que se analizan cuatro variables importantes: grupo objetivo, definición del producto, definición de proveedores y canales de distribución.

Cuadro 1.1: Definiciones de los microseguros



Fuente: Elaboración propia

Así también la IAIS (2015) establece que el microseguro es un seguro al que accede la población de bajos ingresos, proporcionada por una variedad de diferentes entidades, pero que se maneja según las prácticas de seguros generalmente aceptados, así también de acuerdo a Radermacher y Brinkmann (2012) consideran que un concepto clave dentro del área del microseguro es la vulnerabilidad sea esta grande o no, pero a la que se encuentran expuestas las personas de muy bajos recursos económicos.

En cambio para Estivill (2003) y los autores Yepes, Ramírez, Sánchez, Ramírez & Jaramillo (2010) afirman que los microseguros son iniciativas que han de responder a las dificultades financieras para pagar los servicios de salud a través de un sistema de compartir o mutualizar los riesgos, de tal manera que los microseguros aporten a la tranquilidad de las personas, resolviendo inconveniente de salud, accidente o de fallecimiento. Brau, Merrill y Staking (2011) mencionan en su artículo que los microseguros motivan a las personas de más recursos económicos a preocuparse con mayor atención de su bienestar y a la vez les causa grados sumamente altos de satisfacción en su vida, ya que tienen la seguridad de que su familia cuenta con el apoyo del seguro en caso de cualquier evento fortuito.

Una de las formas más comunes para explicar el microseguro, es como instrumento de acumulación de riesgo para la protección de hogares de bajos ingresos, mismos que en la mayoría de casos no tienen ningún tipo de seguro o tampoco poseen seguridad social, que comúnmente son personas que trabajan en la economía informal y como consecuencia no tienen acceso a la protección social proporcionada a través de sus empleadores o por el gobierno (IAIS International Association Insurance Supervisors, 2015)

De acuerdo con lo señalado por (Muñoz & De la Cuesta, 2010) la actividad micro-aseguradora se fundamenta en principios de tipo social, dado que focaliza su mercado potencial en los segmentos más desatendidos y con menor capacidad de rentas, normalmente en situación de exclusión financiera, y con base en los países en desarrollo. No se pretende que el microseguro sea la solución de este problema, la idea es integrar todos los tipos de soluciones dentro de un concepto que se centra en la acción a nivel de la base de la pirámide (Abredrabbo, 2013). Es por esto que el microseguro es aplicable para la situación de muchos países, en particular de los países en desarrollo, donde a pesar de que existe mecanismos de protección social, hay grupos que quedan excluidos de los servicios básicos (Oficina Internacional del Trabajo Ginebra, 2001).

La clave de las compañías está en combinar armónicamente el tema de responsabilidad social con el del negocio sustentable y fortalecer las relaciones efectivas entre los aliados comerciales (Osorio & Zambrano, 2012).

Las colocaciones de microcrédito y microseguro se vuelven un círculo virtuoso, funcionando como un beneficio de doble vía, por un lado los programas de microseguros le imprimen mayor fuerza a los productos de microcréditos, para que estos a su vez aporten con mayores beneficios al cliente que obtiene el crédito, facilitando la comercialización de los programas de microseguros.

De acuerdo a un estudio realizado por la Oficina Internacional del Trabajo- Ginebra (2001) algunas de las características de los microseguros son:

- Flexibilidad
- Primas mínimas o de bajo costo, que sean fraccionadas según el nivel socioeconómico bajo.
- Fácil acceso, proximidad
- Distribución por canales no tradicionales, que pueden ser redes bancarias, redes de micro-financieras, redes comerciales, mediante cobro de servicios públicos, redes alternativas.
- Diseño sencillo del producto, coberturas pequeñas y simples,
- Exclusiones o restricciones mínimas y claramente explicadas.
- Mecanismo simplificados para el cobro de primas
- Tan inclusivo como sea posible
- Comercialización masiva (individual o colectiva)
- Distribución de canales alternativos a los tradicionales
- Prima y beneficio de ingreso
- Póliza simple, clara y con mínimas exclusiones
- Procedimientos de reclamo y solución de controversia expeditos.
- Vinculados a productos microfinancieros, lo están a través de microcrédito, luego a micro ahorro y la minoría está relacionada a remesas o giros.

Las primas y la cobertura deben mantenerse en un nivel bajo con el fin de hacer que los productos sean asequibles y atractivos para los tomadores de seguros, sin embargo, siguen siendo comercialmente sostenible (Develtere, Doyen, & Fonteneau, 2004). En la actualidad, los riesgos cubiertos por los microseguros están fuertemente inclinados hacia el seguro de vida, pero el mercado podría ampliarse para cubrir áreas como la salud, el seguro agrícola, el seguro de vida a término, los productos de pensiones asequibles y otros productos de ahorro (SwissRe, 2010).

Los productos deben ser adaptados a las necesidades del cliente, así como los antecedentes culturales de los compradores potenciales de microseguros (SwissRe, 2010).

Una particularidad que distingue a este segmento es la falta de confianza en las compañías aseguradoras, así como la fuerte resistencia a valorar positivamente los productos formales de seguros y el arraigo de los modelos informales, que se manifiestan en forma de grupos mutuales, cooperativas, grupo de autoayuda y comunidades de base, participadas por los propios beneficiarios (Muñoz & De la Cuesta, 2010).

2.3. ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN EN EL ECUADOR

2.3.1. ANTECEDENTES

En el año 2008 un importante banco privado del país realizó un innovador proceso de bancarización, el término se refiere al grado de uso que el público da al sistema bancario (Montes del Castillo, 2009), es así que para evaluar este “grado de uso” generalmente se utilizan medidas como la profundidad y la cobertura (Felaban, 2007).

La profundidad señala la importancia relativa del sistema financiero en la economía nacional. Para Ecuador, a diciembre del 2007, la profundidad, incluyendo los depósitos, fue del 23.9%; un porcentaje bajo, si se lo compara con otros países latinoamericanos como Colombia, Perú y Chile, los cuales sobrepasan el 35%. Algunos países alcanzan incluso un notable 70% (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2015).

La cobertura se refiere a la distribución de los servicios financieros entre los distintos grupos de usuarios (Zahler, 2008). La región con mayor cobertura bancaria, en septiembre del 2007, era la Insular (Islas Galápagos) con 0.80 oficinas bancarias¹¹ por cada 1000 habitantes¹² y 0.29 cajeros automáticos por 1000 habitantes. En segundo lugar la región Sierra (provincias de la región andina) con una presencia de 0.46 puntos de atención al cliente por cada 1000 habitantes y 0.28 cajeros automáticos por 1000 habitantes. A continuación el Litoral (la zona costera del pacífico) con 0.29 oficinas bancarias por 1000 habitantes y 0.22 cajeros automáticos por 1000 habitantes. Finalmente, se encontraba la región amazónica (cuenca del río Amazonas) con una cobertura de 0.32 oficinas bancarias por 1000 habitantes y 0.12 cajeros automáticos por 100 habitantes (Banco Guayaquil, 2009).

La dificultad de acceso a los servicios bancarios tradicionales por parte de la mayoría de la población había ocasionado la aparición de negocios financieros informales, con altas tasas de interés, y que en algunos casos habían incluso desaparecido causando grandes perjuicios a sus ingenuos clientes. Un sector que se empezaba a desarrollar rápidamente era el de las cooperativas, pequeñas instituciones financieras que ofrecían servicios básicos como cuentas de ahorro y créditos por montos relativamente pequeños.

A diferencia de los bancos, sociedades anónimas de capital abierto con importantes accionistas, la mayoría de cooperativas pertenecían a asociaciones profesionales, gremios, pequeños empresarios o comerciantes y se venían desarrollando especialmente en sectores marginales de las grandes ciudades, poblaciones pequeñas o incluso rurales (Gadea & Atxabal, 2014).

Una vez aclarado todos los elementos y definiciones que encierra a la bancarización se puede mencionar otro término de relevante importancia para comprender completamente el proceso y estrategia de comercialización y este es CNB o corresponsales no bancarios.

El concepto de Corresponsales No Bancarios (CNB) en Latinoamérica nació en Brasil en el año 2000, cuando las principales instituciones financieras de ese país buscaban la manera adecuada de llegar a lugares a los cuales debido a razones geográficas, características de sus habitantes o simplemente por baja rentabilidad, era poco conveniente o imposible contar con una oficina bancaria tradicional (Prior & Santomá, 2009).

De acuerdo a una definición formal dado por el Banco Mundial (2010), los CNB son establecimientos comerciales enfocados a otros negocios, como supermercados, tiendas, farmacias, oficinas de correos, gasolineras, etc., pero que ofrecen servicios en nombre de una institución financiera. Esta institución contratante, instala en cada CNB dispositivos electrónicos en punto de venta (POS¹³) los que, mediante una conexión telefónica fija, móvil o internet, le permite ofrecer una serie de servicios financieros y

¹¹Entiéndase oficinas bancarias a agencias, matriz, sucursales y ventanillas de extensión.

¹²Entiéndase el término habitantes únicamente para quienes conforman la población económicamente activa.

¹³Acrónimo inglés (Point Of Sale). Son sistemas informáticos que ayudan en las tareas de gestión de un negocio de ventas al público mediante una interfaz accesible para los vendedores, los POS permiten la creación e impresión del ticket de venta mediante las referencias de productos, realizan diversas operaciones durante todo el proceso de venta como cambios en el stock. también generan diversos reportes que ayudan en la gestión del negocio (Smith & Schultz, 2004).

administrar transacciones realizadas en efectivo. La mayoría de transacciones se realizan en tiempo real, por lo cual se requiere una buena conexión y ancho de banda, aunque en algunos casos se pueden realizar por medio de una conexión dial-up¹⁴.

De esta manera, los CNB permiten el acceso a diferentes productos tanto de servicios bancarios (apertura, depósitos y retiros en cuentas de ahorro y corrientes, cobros de cheques, transferencias de dinero) y servicios financieros (pagos de facturas y servicios, cobro de beneficios estatales, como pensiones y bonos). Los servicios de crédito son más limitados, pudiendo sin embargo algunos CNB recibir solicitudes y aplicaciones de préstamos y tarjetas de crédito (Banco Mundial, 2010).

El CNB era remunerado mediante un fee por servicio, o una comisión, a su vez calculada sobre la comisión que cobraba la institución financiera al cliente final, por cada transacción. Normalmente la institución financiera no era responsable de la seguridad del CNB, por lo cual la misma era preocupación del agente, y dependía de su ubicación, exposición, etc. El personal de servicio corría a cargo igualmente del CNB (El Financiero, 2011).

El canal permitía entonces el acceso al sistema bancario a un segmento tradicionalmente desatendido, como son poblaciones de menor poder adquisitivo o ubicadas en regiones remotas (El Financiero, 2011). En el 2002, el Banco Azteca de México imita el modelo brasileño con la apertura de 800 CNB en ese país. En 2005, el banco PRODEM de Bolivia establece 30 CNB en gasolineras y supermercados. En el mismo año, el Banco WeiseSudameris de Perú lanza el concepto en su país, con 90 módulos de atención, seguido rápidamente por el Banco de Crédito del Perú. En este último país, se estimaba que el costo de instalación de una sucursal bancaria es de US\$200.000, un cajero automático US\$35.000 y un CNB, US\$5.000 (Superintendencia de Banca y Seguros, 2015).

2.3.2. EL BANCO DEL BARRIO COMO CANAL PIONERO DE MICROSEGUROS EN EL ECUADOR

Pese a que el concepto del CNB apareció como una oportunidad muy interesante, no fue sino hasta el 2008, luego de conocer en Lima un CNB del Banco de Crédito de Perú, que se decidieron por implantar este esquema en Ecuador. (Garayoa, De La Cuesta, Ruza, & Curbera, 2012). Los corresponsales no bancarios fueron por primera vez regulados mediante la Resolución No. 1150 de la Junta Bancaria, la cual fue publicada en el Registro Oficial No. 387 del 23 de julio de 2008 (Superintendencia de Bancos y Seguros, 2015).

Para implantar exitosa y coordinadamente el esquema del CNB el primer banco en realizarlo fue el Banco Guayaquil y uno de sus principales retos era el encaje entre el nuevo servicio y la estrategia actual del Banco, de tal manera que el CNB no desvirtúe el posicionamiento actual de la Institución, ni tampoco se entendiera como una entidad ajena o extraña.

El nombre del canal de comercialización fue el de “Banco de Barrio” perteneciente al Banco Guayaquil, el mismo que respondía al innovador concepto de bancarización que funciona como un canal transaccional/de distribución¹⁵ que se instala en negocios populares (como tiendas, farmacias o locutorios), a través del cual se pueden realizar transacciones bancarias como retiros, depósitos, pagos de servicios, transferencias, pagos de remesas, contratación de seguros, etc. (Banco Guayaquil, 2009).

La institución desarrolló un modelo de negocio inclusivo, es decir, independiente de las iniciativas que tomen otros sectores; logró penetrar en un segmento que generalmente no había sido atendido (Ancos, 2011), convirtiéndose en un verdadero motivador y dinamizador de las economías generalmente excluidas de los proceso de desarrollo del país (Banco de Guayaquil, 2009).

El servicio es ejecutado a través de una máquina que está conectada a la red de la entidad. Bajo este servicio, las personas pueden realizar operaciones con sus cuentas de ahorros y corrientes, tales como:

¹⁴También conocida como conexión por línea conmutada en el cual se establece un enlace módem a módem para el acceso a internet. Es una conexión lenta (Clark & Sevilla, 2004).

¹⁵Son los conductos que cada empresa escoge para la distribución más completa, eficiente y económica de sus productos y servicios, de manera que el consumidor pueda adquirirlos con el menor esfuerzo posible y en el lugar que los solicite (Mercado, 2000)

depósitos en efectivo de hasta \$200, retiros de hasta \$100 y consultas de saldos, asimismo realizar los pagos de servicios básicos como agua, luz y teléfono, sin necesidad de ser cliente del banco (El Financiero, 2011).

El Banco Guayaquil consideró como criterios que para que un negocio pueda convertirse en su CNB, debía al menos ser líder en su barrio, no existir otras oficinas bancarias en una radio de 2 Km, y el dueño del negocio debía ser sujeto de apertura de una cuenta corriente, con las condiciones legales que ello implicaba (fácil de ubicar, buen historial de pagos, ingresos mínimos establecidos) (Banco Guayaquil, 2009).

La relación entre el banquero del barrio y el Banco Guayaquil se regularía y formalizaría mediante un contrato legal, en el cual se señalaban aspectos claves como exclusividad de trabajo con el Banco Guayaquil, costos y porcentajes de intermediación, sigilo bancario, entre otros (Banco Guayaquil, 2009).

Una vez aprobaba una solicitud de un punto de venta para convertirse en banquero, el Banco Guayaquil demoraba alrededor de 7 días en instalar un punto de atención, si el CNB estaba en la ciudad; y de 10 a 12 días, en áreas rurales.

2.3.2.1. AGENTES INTERVINIENTES

Al inicio del lanzamiento del Banco del Barrio, eran 3 los agentes que intervenían en este nuevo canal transaccional: el tendero (banquero del barrio), el Banco Guayaquil y la población (los clientes). El banquero es quien tiene un acercamiento directo con el cliente, los conoce, y en muchos casos conoce a su familia y su situación económica; el cliente/habitante del sector que antes tenía que viajar e incurrir en gastos de transportes para realizar sus pagos de servicios básicos o algún depósito o retiro ahora tiene al banco a la vuelta de su casa. A través de este canal, el Banco de Guayaquil, tiene una mayor cobertura y mayor acercamiento a la población ecuatoriana que antes no era tomada en cuenta.

A raíz de alianzas estratégicas se establecieron convenios con empresas privadas como TVCable, Yanbal, Porta, Difare, Comandato, Agripac, Avon, entre otras que se están negociando, para que a través del Banco del Barrio se puedan efectuar los pagos de sus clientes; también se incorporó al Estado, el cual puede realizar el pago del bono del desarrollo, evitando así las largas filas que se formaban en las afueras del IEES, Banco de Fomento y en bancos privados.

El Banco de Guayaquil consideraba que la fidelización del banquero sería clave para la sostenibilidad del servicio. Por tanto, consideraba estratégico trabajar en dos aspectos claves: ofrecer en el CNB un portafolio de servicios capaz de incrementar el tráfico de clientes, de tal manera que además de las transacciones bancarias, generen ventas complementarias de otros productos. Ello sería un incentivo nada despreciable para el banquero, ya que según mediciones realizadas por el Banco, el incremento en las ventas de los negocios, luego de la instalación del Banco del Barrio, fue entre 15-20%.

Por otra parte, el Banco Guayaquil debía convencer a los CNB que el convertirse en un banquero del barrio, dicho "título" le daría un mayor status que cualquier otro cargo o función dentro de su línea habitual de negocio.

Se estimó que para cubrir los costos fijos y llegar a su punto de equilibrio, el CNB debía alcanzar al menos unas 340 transacciones mensuales. En la experiencia de los dos primeros Bancos de Barrio en operación, la cifra se alcanzaría sin mayor esfuerzo, ya que ambas registraban entre 20 y 50 transacciones diarias.

En Septiembre del 2011, se lanza la cuenta amiga, producto que se puede obtener sin la necesidad de depósitos y con sólo presentar la cédula de identidad. Esta cuenta también le permitirá al cliente tener una referencia bancaria, para en un futuro solicitar un crédito; lo que a su vez ayudará a mejorar su calidad de vida (El Financiero, 2011).

Otro de los beneficios que generará la cuenta amiga para los banqueros del barrio, es el dinero adicional que ganarán por cada cuenta de ahorro, es decir cuenta amiga que vendan, recibirán un dólar de beneficio por cada cuenta amiga que coloquen, es decir, si venden 2.000 cuentas al mes van a recibir US\$2,000 adicionales (El Financiero, 2011).

Adicionalmente a la cuenta amiga, los banqueros del barrio venden también un seguro para sus clientes, van a recibir US\$0.50 por cada póliza, es decir recibirán US\$1,000 más a sus ingresos si colocan 2.000 seguros (El Financiero, 2011).

Por ende el banco del barrio no solo fue utilizado como un canal para el sector bancario, sino también como un medio para promover la venta de microseguros.

A terminar el año 2008, el Banco Guayaquil había alcanzado ya rápidamente 420 puntos de atención. Ello le permitió empezar a comunicar agresivamente a nivel nacional que el Banco Guayaquil se había convertido en la institución financiera de mayor cobertura en el país.

3. CONCLUSIÓN

Existe un camino largo por recorrer en relación a los microseguros en el Ecuador para llegar a toda la base de la pirámide y brindar una promesa de servicio que sea asequible, con beneficios acorde a las necesidades y de muy variadas coberturas para que el cliente pueda optar por un seguro complementario al que mantiene (seguro social o entidad privada).

Es clave en el desarrollo de los microseguros las alianzas estratégicas que se logren hacer con las cadenas de almacenes, supermercados, instituciones bancarias, tiendas de departamento o cualquier otro socio cuya marca genere reconocimiento o afinidad con el consumidor final, permitiendo llegar a tener una oferta de seguros de un precio conveniente a cambio de una cobertura interesante.

Finalmente dependerá mucho del estado proveer de cultura, educación y formación acerca de este tipo de servicio, instruyendo a las personas que los microseguros pueden ser una opción interesante frente a eventualidades que pueden resultar económicamente complicadas de afrontar.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abredrabbo, C. (2013). *Estudio de los Microseguros como impulso para el desarrollo del mundo y del Ecuador*. Quito: USFQ.
- Ancos, H. (2011). *Negocios inclusivos y empleo en la base de la pirámide*. Madrid: Complutenses.
- Banco de Guayaquil. (2009). Este donde este, vaya donde vaya. *Asulado*, 11. Obtenido de www.bancoguayaquil.com/bg/templates/downloads/.../asulado8.pdf
- Banco Guayaquil. (2009). Bancos del Barrio. *A su lado*, 4-13 .
- Banco Mundial. (2010). *Corresponsales no bancarios*. Washington: Banco Mundial.
- Brau, J., Merrill, C., & Staking, K. (2011). Insurance theory and challenges facing the development of microinsurance markets. *Journal of Developmental entrepreneurship*, 1.
- Caro, J., & Rivera, J. (2009). Las microfinanzas y los microseguros en América Latina y el Caribe: situación y perspectivas. *Comunica*, 33-49.^o
- CHUBB Group. (2000). *CHUBB Group*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2016, de CHUBB Group: <https://www2.chubb.com/ec-es/>
- Churchill, C. (2009). *Protecting the poor. A microinsurance compendium*. Genova: International Labour Office.
- Churchill, C., & McCord, M. (2012). Tendencias actuales en el microseguro. *Protegiendo a los pobres*, 8.
- Clark, E., & Sevilla, A. (2004). *Diccionario Inglés a Español de Computación e Internet: English-to-Spanish Computer and Internet Dictionary*. Florida: Universal Publishers.
- Congreso de Colombia. (1993). *Ley 100 de 1993, diciembre 23, por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones*. Bogotá: El congreso.
- Develtere, P., Doyen, G., & Fonteneau, B. (2004). *Microseguros y asistencia sanitaria en países del tercer mundo Más allá de las fronteras*. Bélgica: Hilde Talloen.
- El Financiero. (23 de septiembre de 2011). www.elfinanciero.com. Recuperado el 8 de Septiembre de 2014, de www.elfinanciero.com/banca_especiales/tema_11.../banca_07_2011.pdf

- Estivill, J. (2003). *Panorama de la lucha contra la exclusión social: conceptos y estrategias* (Primera ed.). Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- Felaban. (2007). *¿Qué sabemos sobre bancarización en América Latina?* Caracas: Federación Latinoamericana de Bancos.
- Gadea, E., & Atxabal, A. (2014). *Las cooperativas como alternativa económica. Una visión de México y España*. Madrid: Editorial Dykinson.
- Garayoa, F., De La Cuesta, M., Ruza, C., & Curbera, P. (2012). *Experiencias de Microseguros en Perú, Colombia y Brasil. Modelo Socio Agente*. Madrid: MAPFRE.
- Guerrero, R., Gallego, A., Becerril-Montekio, V., & Vásquez, J. (2011). Sistema de salud de Colombia. *salud pública de México*, 144-155.
- IAIS International Association Insurance Supervisors. (21 de Diciembre de 2015). www.iaisweb.org. Recuperado el 2014, de www.iaisweb.org: www.iaisweb.org
- INEI Perú. (Enero de 2008). *Instituto Nacional de Estadísticas e Informática*. Recuperado el 4 de Septiembre de 2014, de Instituto Nacional de Estadísticas e Informática: www.inei.gob.pe
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (21 de Diciembre de 2016). *Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social*. Obtenido de Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social: www.iesg.gob.ec
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2016, de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>
- Kantis, H., Ishida, M., & Komori, M. (2002). *Empresarialidad en economías emergentes: Creación y desarrollo de nuevas empresas en América Latina y el Este de Asia*. Japón: Inter-American Development Bank.
- Martínez, L. (2010). *Negocios en la base de la pirámide: Algunas ideas y reflexiones*. Lima: IE Business School.
- Mercado, S. (2000). *Comercio Internacional* (Cuarta ed.). México: Noriega.
- Montes del Castillo, A. (2009). *Ecuador contemporáneo: análisis y alternativas actuales*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Muñoz, M. J., & De la Cuesta, M. (2010). *Finanzas Sostenibles* (Primera ed.). España: Netbiblo.
- Namihas, S. (2000). *El proceso de conversaciones para la solución del diferendo peruano-ecuatoriano*. Lima: PUCP.
- Oficina Internacional del Trabajo Ginebra. (2001). *Seguros Social Salud* (Primera ed.). Turin: C. Solorio.
- Osorio, A., & Zambrano, C. (2012). *Diagnóstico del sector de microseguros en Ecuador*. Guayaquil: Universidad Politécnica Salesiana de Ecuador.
- Pinzón, M. (2010). Microseguros: Un mercado en expansión. *FASECOLDA*, 36-39.
- Prior, F., & Santomá, J. (2009). *Los nuevos océanos azules para productos financieros: oportunidades de negocio en la base de la pirámide*. Barcelona: Deusto.
- Radermacher, R., & Brinkmann, J. (2012). Insurance for the poor? First thoughts about microinsurance business ethics. *Springer Science and Business media*, 63-64.
- Real Academia Española. (2014). *Diccionario de la Real Academia Española*. Madrid.
- Silva, H., Soors, W., De Paepe, P., Santacruz, E., Closon, M., & Unger, J. P. (2009). *Reformas de gobiernos socialistas a las políticas de salud en Bolivia y Ecuador: el potencial subestimado de la Atención Primaria Integral de Salud para impacta*. Montevideo: Medicina Social.
- Smith, S., & Schultz, D. (2004). *How to Sell More Stuff!: Promotional Marketing That Really Works*. Chicago: Kaplan Publishing.
- Superintendencia de Banca y Seguros. (2015). *Superintendencia de Banca y Seguros*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2016, de Superintendencia de Banca y Seguros: <http://www.sbs.gob.pe/>
- Superintendencia de Bancos y Seguros. (2015). *Superintendencia de Bancos y Seguros*. Recuperado el 21 de Diciembre de 2016, de Superintendencia de Bancos y Seguros: www.sbs.gob.ec
- SwissRe. (15 de Diciembre de 2010). *Sigma@swissre.com*. Recuperado el 4 de Septiembre de 2014, de Importancia y el potencial de los microseguros en el apoyo al desarrollo socio-económico en los mercados emergentes: http://www.swissre.com/media/news_releases/New_Swiss_Re_sigma_study_highlights_the_significance_and_potential_of_microinsurance.html
- Varela, C., Lara, O., Mosquera, W., & Nájera, A. (2013). Análisis de los microseguros en Colombia. *FASECOLDA*, 2-48.

Virreira, R. (2010). *Introducción a las microfinanzas*. Buenos Aires: Centro Internacional de apoyo a las innovaciones financieras.

Yepes, F., Ramírez, M., Sánchez, L. H., Ramírez, M., & Jaramillo, I. (2010). *Luces y sombras de la reforma de la salud en Colombia: Ley 100 de 1993*. Bogotá: IDRC.

Zahler, R. (2008). *Bancarización privada en Chile*. Santiago de Chile: Naciones Unidas- CEPAL.