



# El mercado de microseguros en México

*Lorenza Martínez Trigueros*

**5ª Convención de L@ Red de la Gente**

**30 de mayo de 2008**

# Índice

---

---

## **I. Vulnerabilidad y pobreza**

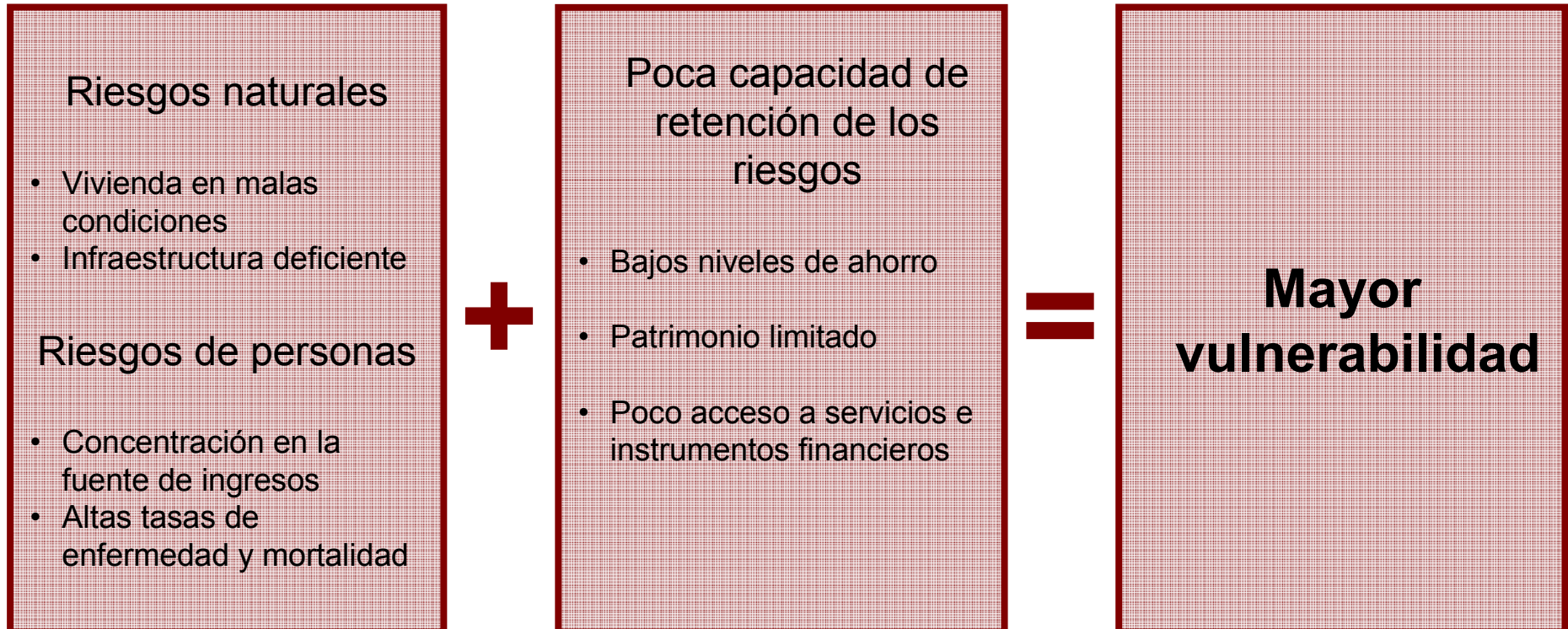
## **II. Los microseguros**

- ✓ Necesidad y beneficios
- ✓ Características del mercado

## **III. Políticas para la introducción de microseguros**

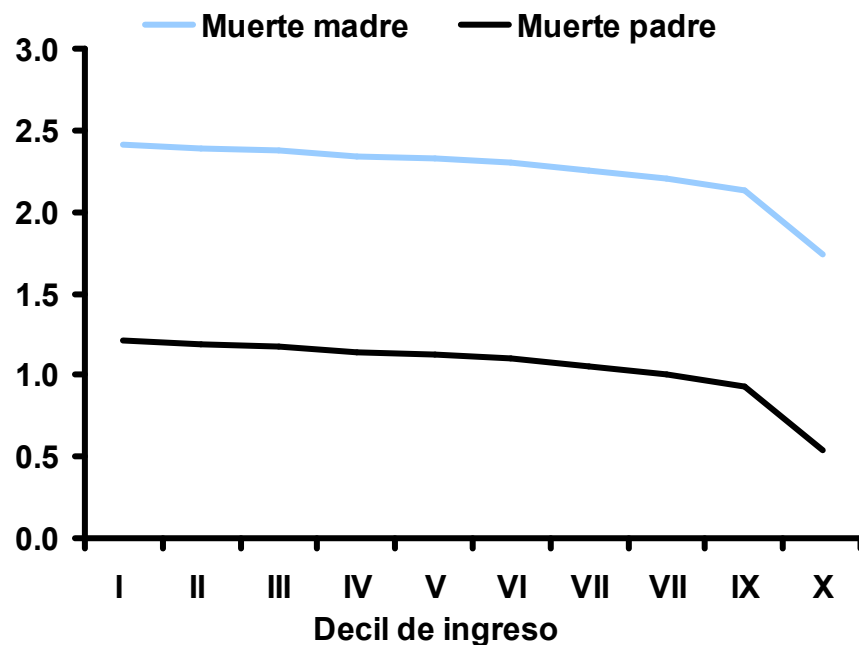
- ✓ Aprovechar canales de distribución masivos
- ✓ Potenciar el papel de las corresponsalías
- ✓ Incrementar la cultura financiera de la población

**Las familias de bajos recursos enfrentan una mayor exposición a situaciones de riesgo y a la vez tienen una menor capacidad de retención de los mismos, lo que las hace altamente vulnerables.**



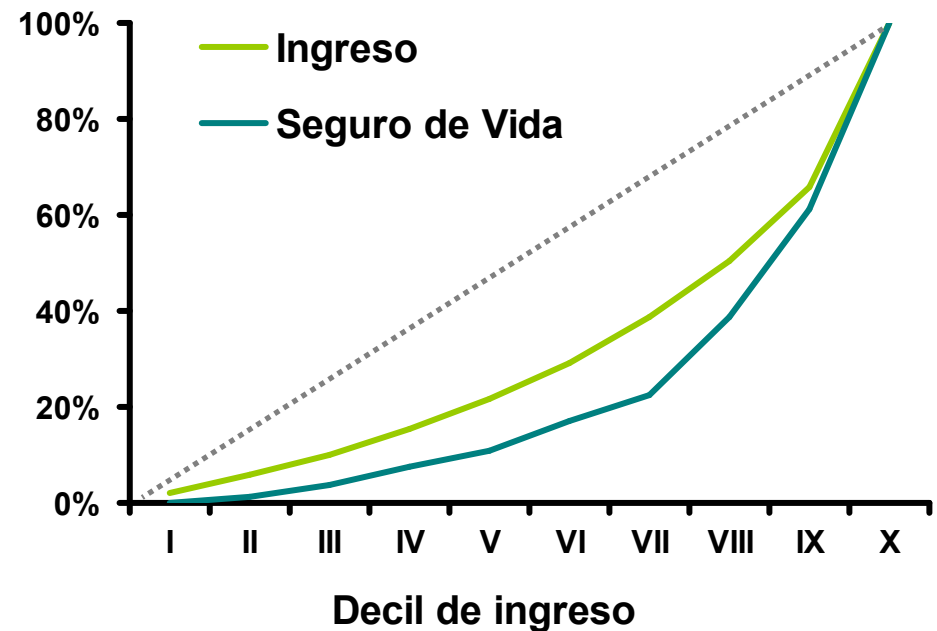
Un claro ejemplo es la alta correlación entre la muerte del jefe de familia con la deserción escolar y el trabajo infantil. A pesar de esto, muy pocos hogares cuenta con protección para enfrentar un choque al ingreso de tan alta magnitud.

Aumento en la deserción escolar promedio ante la muerte de algún padre (puntos porcentuales)



Fuente: SHCP con datos de INEGI.

Distribución de la población con seguro de vida y distribución del ingreso (por decil)

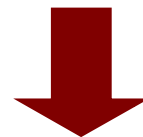


Fuente: SHCP con datos de INEGI.

Las familias recurren a diversos mecanismos formales e informales para mitigar y enfrentar los riesgos. Los mecanismos informales son propensos a destruirse y no logran proteger ante choques grandes, persistentes o que afecten a toda una región.

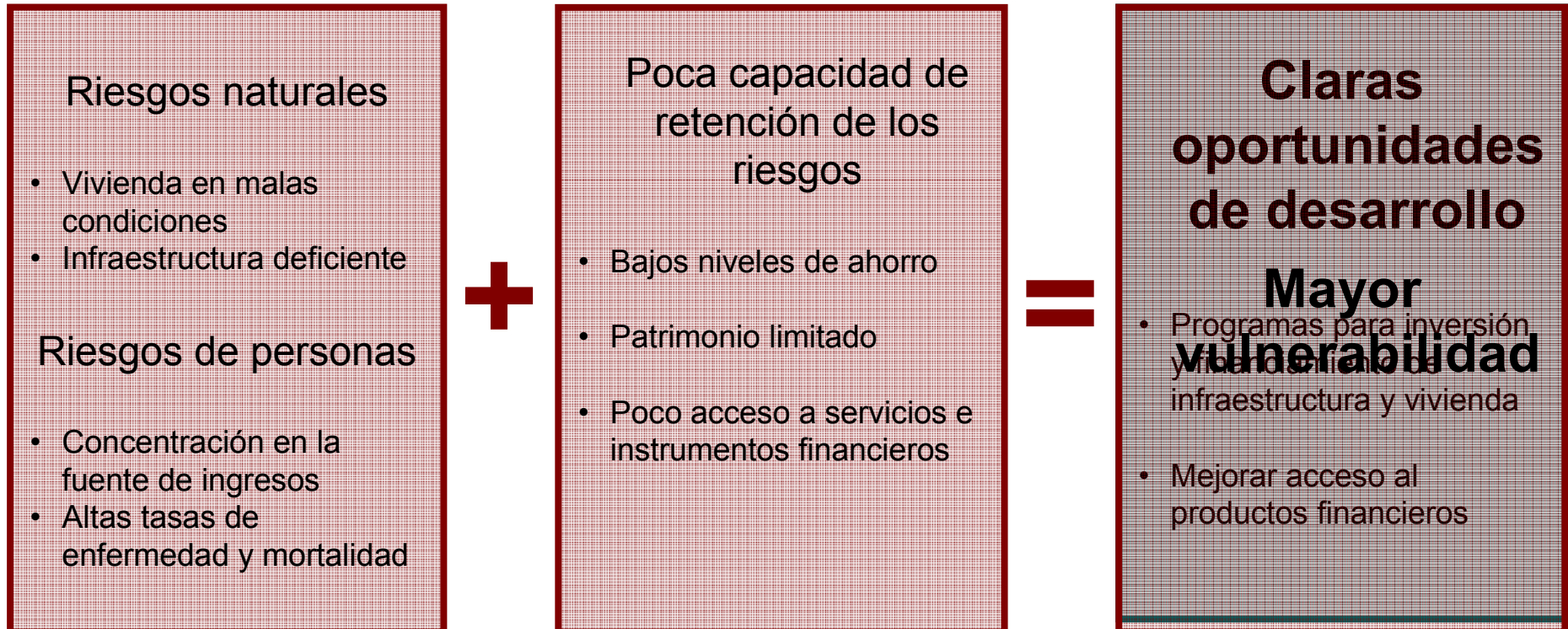
Mecanismos informales para mitigar y enfrentar riesgos

	Individuos / Hogares	Grupales
Mitigar	Diversificación: –Cosechas –Ingresos Inventarios Matrimonio	Asociaciones de ahorro y préstamo Inversión en capital social (redes, asociaciones, regalos)
Enfrentar	Disminución del consumo Venta de activos Prestamistas locales Deserción escolar / Trabajo infantil Migración temporal o permanente	Transferencia o donaciones de redes comunitarias



Cobertura imperfecta

Existen claras oportunidades para desarrollar mecanismos que disminuyan la exposición al riesgo de las familias y les permitan enfrentar las contingencias de formas más eficiente, como son la inversión en infraestructura y vivienda y la penetración financiera.



# Índice

---

## **I. Vulnerabilidad y pobreza**

## **II. Los microseguros**

- ✓ Necesidad y beneficios
- ✓ Características del mercado

## **III. Políticas para la introducción de microseguros**

- ✓ Canales de distribución masivos
- ✓ Potenciar el papel de las corresponsalías
- ✓ Incrementar la cultura financiera de la población

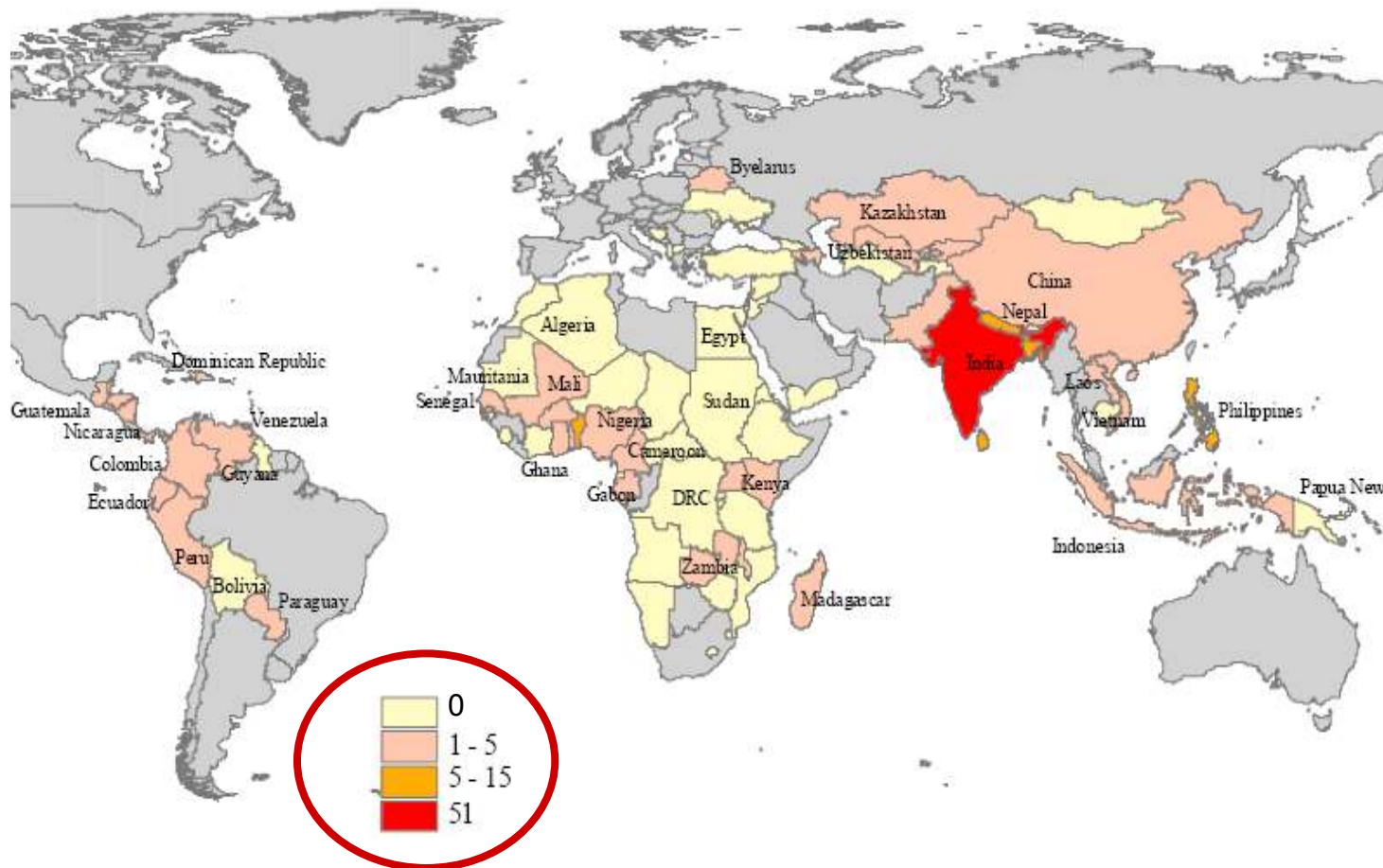
**Los microseguros son más que seguros con sumas aseguradas y primas pequeñas. Son instrumentos que permiten a las personas de bajos ingresos manejar los riesgos que enfrentan, con esquemas de contratación y pago que facilitan su compra.**

---

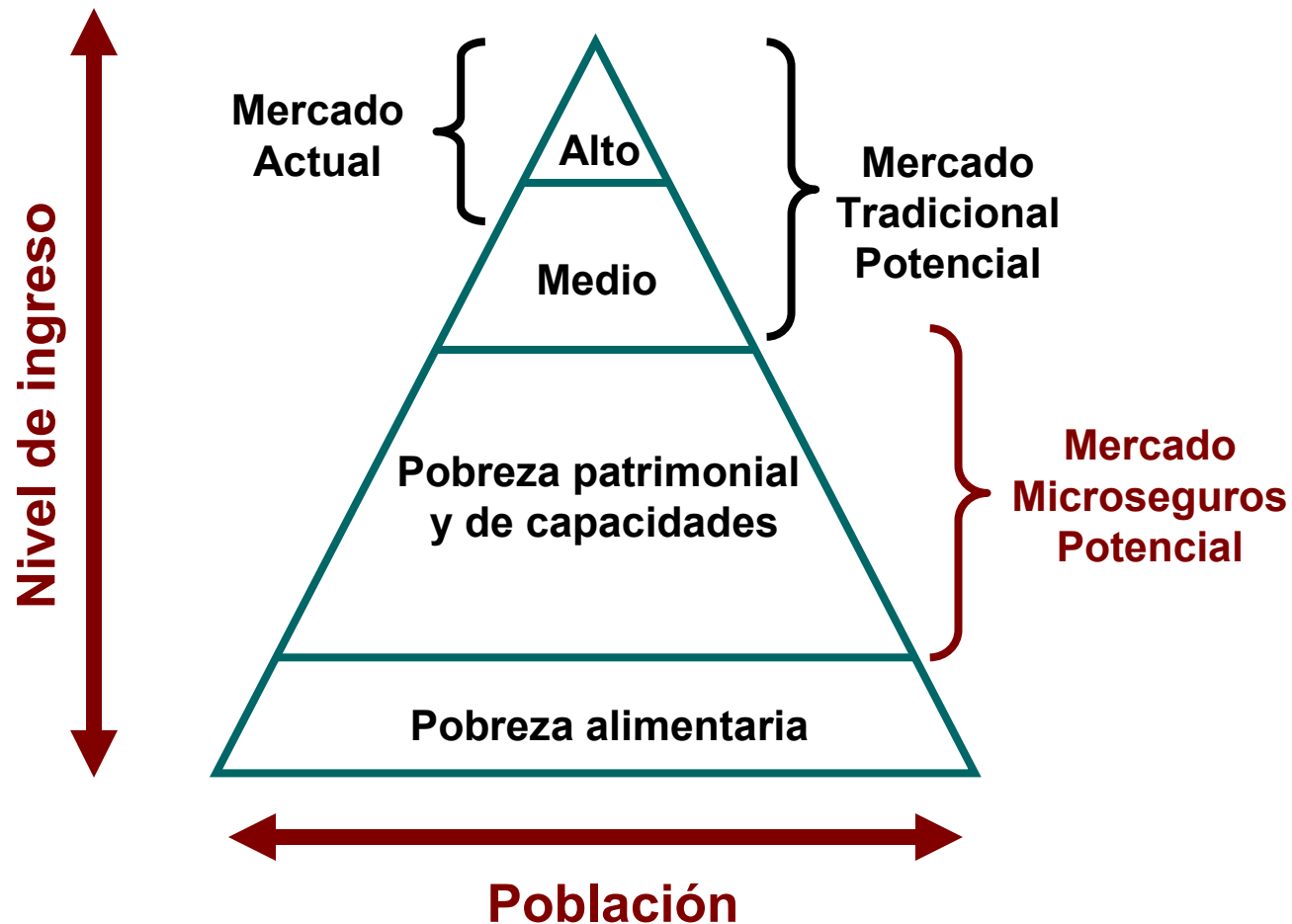
- **Los seguros se han considerado, equivocadamente, como bienes de lujo.**
  - Las familias que no cuentan con un nivel de patrimonio suficiente para enfrentar los distintos choques a su ingreso, pueden encontrar en los microseguros una estrategia eficiente y simple para enfrentar dichas consecuencias.
  
- **Beneficios adicionales:**
  - Brindan un primer acercamiento al mercado financiero, generando sinergias con otros productos y servicios financieros.
  - Aíslan de los siniestros a las inversiones que el Gobierno realiza a través de los programas de combate a la pobreza (capital humano, vivienda) y permiten que los recursos se asignen de manera eficiente.

**En comparación con otros países con un nivel de desarrollo similar o inferior al de México, el mercado de microseguros se encuentra todavía en una etapa incipiente.**

**Número de proveedores de microseguros de vida en los 100 países más pobres del mundo**



**El mercado potencial de los microseguros es aquél dirigido a las familias que viven en pobreza patrimonial y de capacidades, las cuales representan aproximadamente el 43% de la población.**



## ➤ OFERTA

Las compañías aseguradoras se enfrenten a tres grandes obstáculos:

1. **Costos fijos altos:** Los costos de administración y operación no son compensados por primas bajas.
  2. **Dificultad en el cobro:** Se acentúa en zonas rurales, aisladas o marginadas.
  3. **Falta de información:** No existen tablas de mortalidad por grupos de ingreso ni demás información relevante, lo que genera primas más altas e inaccesibles.
- 

## ➤ DEMANDA

Existen dos factores principales que limitan la demanda:

1. **Desconocimiento** sobre los productos de seguros produce escepticismo
2. **Costos adicionales** a las primas para las familias y empresas:
  - » Costos de transporte
  - » Costos de aprendizaje

# Índice

---

## **I. Vulnerabilidad y pobreza**

## **II. Los microseguros**

- ✓ Necesidad y beneficios
- ✓ Características del mercado

## **III. Políticas para la introducción de microseguros**

- ✓ Aprovechar canales de distribución masivos
- ✓ Potenciar el papel de las corresponsalías
- ✓ Incrementar la cultura financiera de la población



**Vivir Mejor**

**El Gobierno Federal ha incluido explícitamente la necesidad de mecanismos de manejo de riesgos como parte de la estrategia nacional de política social.**

**Se buscará incrementar la penetración de mecanismos de manejo de riesgos para reducir la vulnerabilidad de los hogares más pobres del país.**

---

➤ **Objetivo:**

Otorgar **protección y certeza** a las personas y las comunidades para enfrentar contingencias a lo largo del curso de vida y ante condiciones adversas del entorno:

- Condiciones de vulnerabilidad, derivadas del curso de vida o como producto de la exclusión y discriminación social
- Gastos catastróficos
- Desastres naturales y ambientales

# Índice

---

## **I. Vulnerabilidad y pobreza**

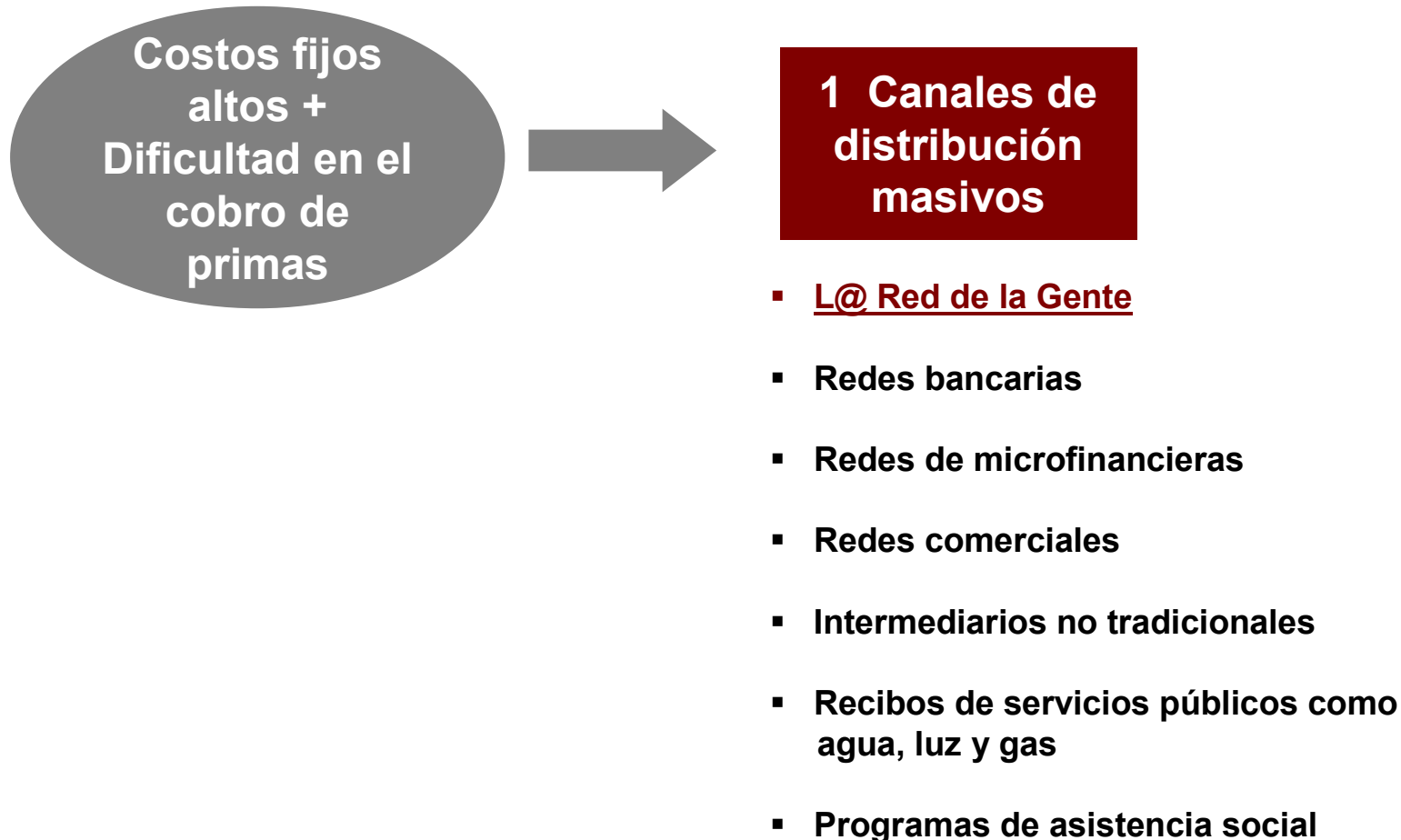
## **II. Los microseguros**

- ✓ Necesidad y beneficios
- ✓ Características del mercado

## **III. Políticas para la introducción de microseguros**

- ✓ Aprovechar canales de distribución masivos
- ✓ Potenciar el papel de las corresponsalías
- ✓ Incrementar la cultura financiera de la población

**Deberán generarse canales de distribución masivos y aprovecharse los existentes, de forma que los costos fijos sean compensados y resulte rentable la operación.**



**L@ Red de la Gente** representa un canal muy importante de distribución de microseguros y otros productos financieros. Al generarse alianzas comerciales con las aseguradoras, se logrará distribuir estos productos de forma masiva entre la población.

**Cobertura de las instituciones financieras con mayor presencia**

Instituciones Financieras	PEA atendida % del total	Municipios atendidos % del total	Sucursales #
<b>Bansefi / Red de la Gente</b>	<b>84%</b>	<b>31%</b>	<b>1623</b>
Banca Comercial	83%	29%	N.A.
Bancos de Nicho <sup>1/</sup>	76%	17%	2,600
Sector Ahorro y Crédito Popular <sup>2/</sup>	55%	21%	1,300

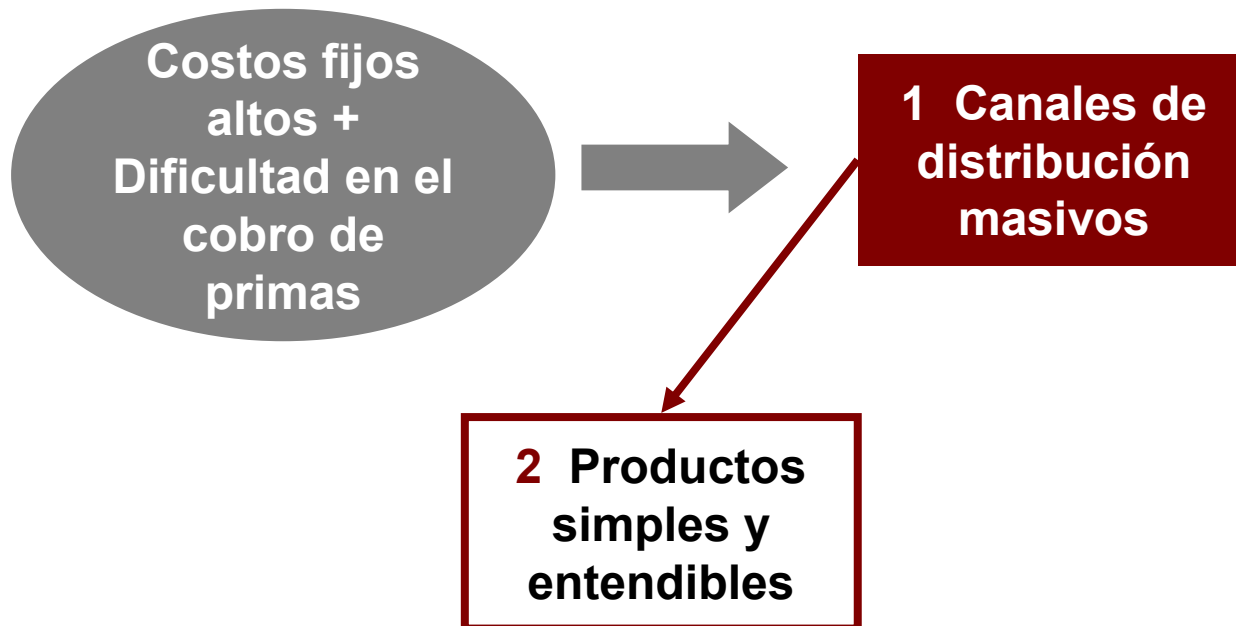
**La última reforma a la LACP autoriza la distribución de seguros a través de todos los niveles operativos de las organizaciones de ahorro y crédito popular.**

1/ Incluye Banco Azteca y Compartamos

2/ Caias de ahorro no reguladas

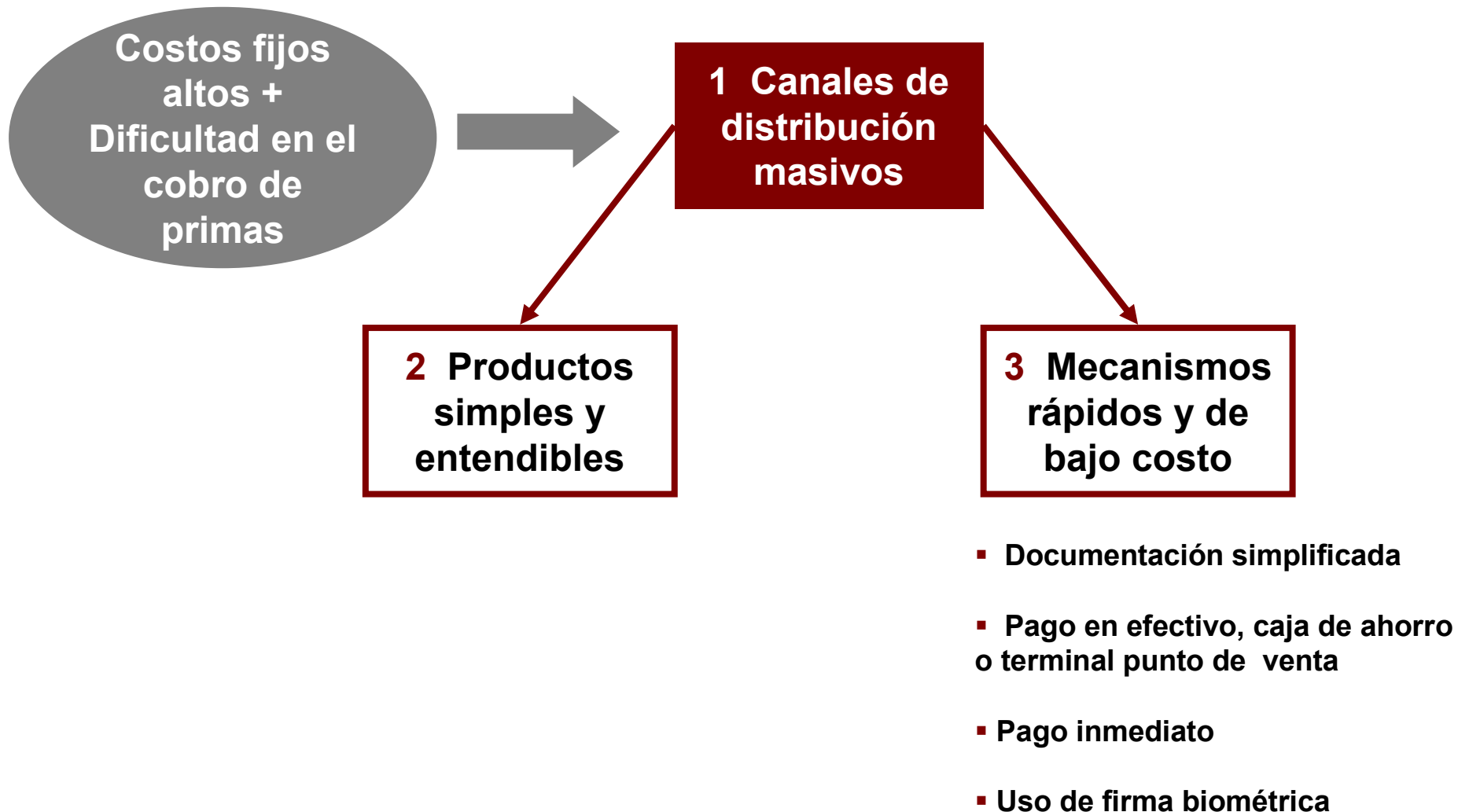
Fuente: SHCP, 2008

## **Coadyuvar en el desarrollo de productos simples y homogéneos que puedan introducirse a gran escala**



- Beneficios perfectamente definidos
- Sumas aseguradas pequeñas
- Pólizas con características mínimas
- Vigencia de acuerdo a las necesidades
- Sin cláusulas ni condiciones
- Esquema de pagos fraccionados

**Promover el uso de mecanismos de pago y de cobro eficientes y a bajo costo.**



## **Potenciar el papel de las corresponsalías para las operaciones comunes y recurrentes como es el pago de las primas**

---

- En fechas recientes se aprobaron cambios a la Ley de Instituciones de Crédito que permiten a los bancos contratar a terceros para captar recursos y realizar operaciones a nombre de la institución, con el objetivo de:
  - Reducir los costos de apertura de puntos de atención a los usuarios y por ende de entrada al mercado.
  - Aumentar la cobertura geográfica de puntos de servicios financieros
- A través de la figura de corresponsales, BANSEFI podría ampliar su base de clientes, permitiendo a su vez que L@ Red de la Gente utilice los servicios de estos terceros para el pago de las primas de los seguros.
- Existen diversas redes de distribución del Gobierno y de particulares que podrían aprovecharse para la introducción de productos y servicios financieros:
  - Terminales punto de venta (TPVs)
  - DICONSA
  - Otros

**Se instrumentará una Estrategia Nacional de Cultura Financiera que buscará habilitar a las personas en el desarrollo de conocimientos y actitudes que les permitan escoger y utilizar eficientemente servicios financieros en condiciones de certeza y certidumbre.**

**Beneficios:**

- Comprensión de los conceptos financieros básicos, así como de los costos y beneficios de utilizar el sistema financiero
- Capacidad para realizar planeación financiera
- Que los individuos se conciban como sujetos capaces de ahorrar, cumplir obligaciones crediticias
- Generar conciencia sobre los riesgos que enfrentan y eliminar el escepticismo hacia la utilización de seguros.

**Acciones:**

- Instaurar una red nacional de distribución de información
- Crear mecanismos de cooperación entre entidades gubernamentales y sector privado
- Implementar programas de educación financiera en todos los sectores y segmentos de la población
- Promover una mayor protección al consumidor y fortalecer a la CONDUSEF

## Comentarios Finales

- **El desarrollo del mercado de microseguros en México generará beneficios para todas las partes:**
  - las familias gozarán de mayor acceso a mecanismos eficientes de manejo de riesgos que con el tiempo derivarán en mejores condiciones de vida
  - el sistema financiero en su conjunto tendrá nuevas oportunidades de negocio
- **Será necesaria una colaboración activa entre los actores involucrados, de forma que se identifiquen oportunamente los retos y necesidades y se resuelvan de la forma más conveniente.**
- **En este sentido, la regulación buscará un equilibrio entre flexibilidad, seguridad y rentabilidad que permita:**
  1. Agilizar el desarrollo de este mercado
  2. Mantener la solvencia de las instituciones
  3. Proteger a los consumidores



# El mercado de microseguros en México

*Lorenza Martínez Trigueros*

**5ª Convención de L@ Red de la Gente**

**30 de mayo de 2008**