



microserfin

soluciones crediticias para empresarios

GRUPO MUNDIAL

UN MUNDO DE SOLUCIONES

FORO CENTROAMERICANO

MICROSEGUROS

Nueva Meta para las Microfinanzas

Agenda

1. Que entendemos por Microseguros
2. Los clientes ...
3. Importancia ...
4. Barreras ...
5. Las Microfinanzas
6. Nueva Meta para las Microfinanzas

Agenda

1. **Que entendemos por Microseguros**
2. Los clientes ...
3. Importancia ...
4. Barreras ...
5. Las Microfinanzas y los Microseguros
6. Nueva Meta para las Microfinanzas

Microseguros

- **Riesgo** es :
 - La exposición a una eventualidad que puede resultar desfavorable
 - La incertidumbre de que un evento o suceso pueda ocurrir o de cuando ocurrirá.
- **Seguro** es la protección contra riesgos específicos a cambio de pagos regulares de prima , proporcionales a la posibilidad y costo del riesgo involucrado.

Microseguros

- **Microseguro** es la protección de las personas de bajos ingresos contra riesgos específicos a cambio de pagos regulares de prima, proporcionales a la posibilidad y costo del riesgo involucrado. (CGAP -OIT)

Tipos de Seguros

**Seguros
tradicionales**

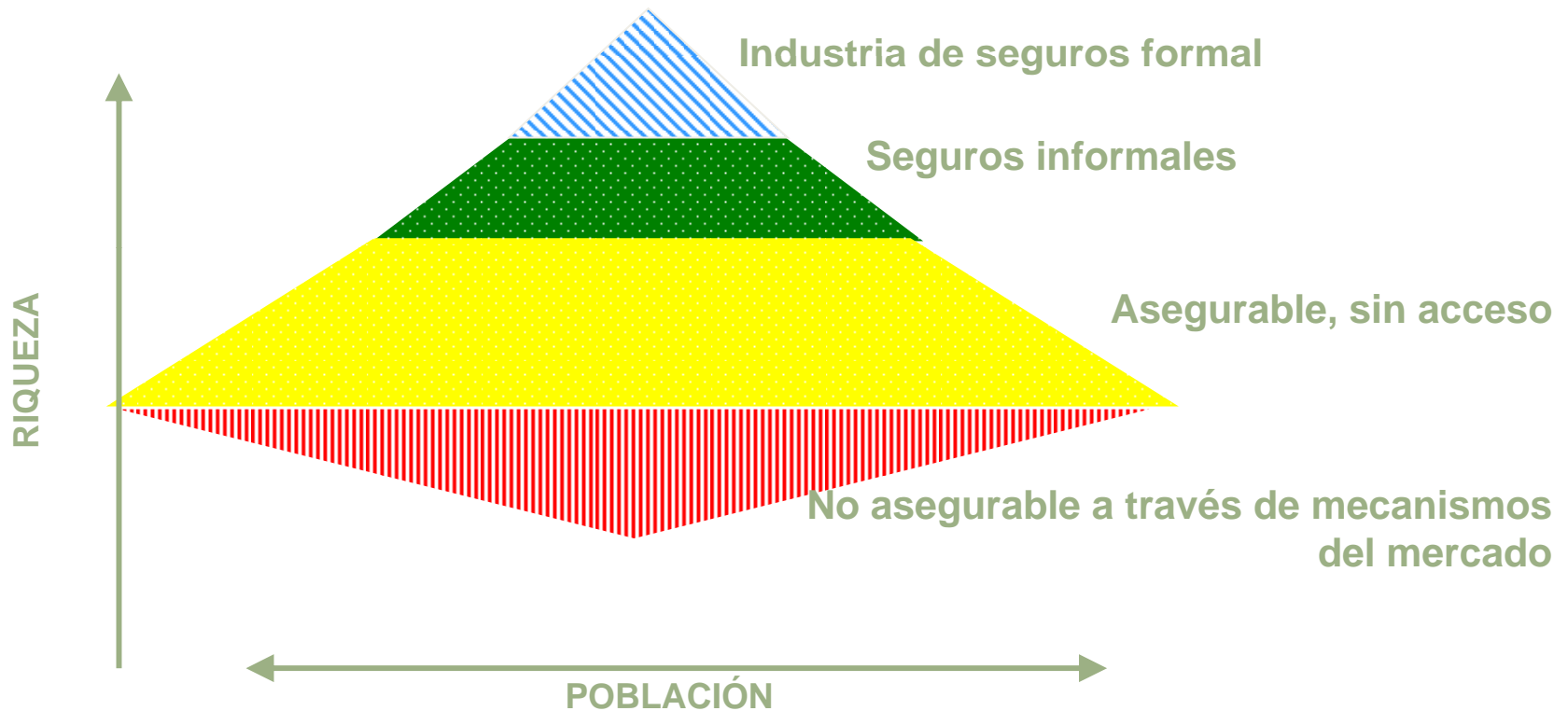
**Personalizado
+ relacional**

**Seguros
Masivos +
banca seguros**

**Punto de venta
+transaccional**

Microseguros

Alcance de los Seguros



Fuente: Craig Churchill – OIT –2007.

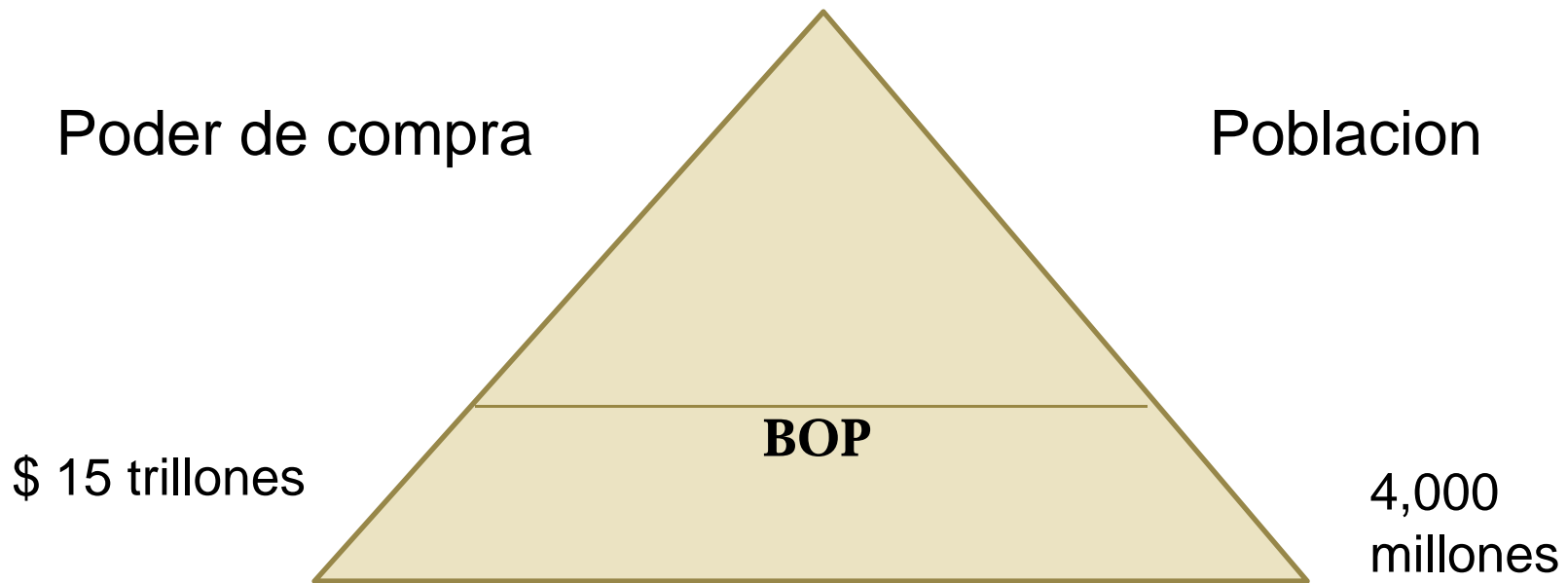
Los Microseguros

- Tan inclusivo como sea posible,
- Comercialización masiva,
- Distribución por canales alternativos,
- Prima y beneficio uniforme,
- Prima asequible para las personas de bajos ingresos y forma de pago adecuada a su flujo de ingreso,
- Póliza simple, clara y con mínimas exclusiones,
- Procedimiento de reclamo y solución de controversia expeditos.

Agenda

1. Que entendemos por Microseguros
2. **Los clientes ...**
3. Importancia ...
4. Barreras ...
5. Las Microfinanzas ...
6. Nueva Meta para las Microfinanzas

Los Clientes



En AL & caribe 360 millones (70 % de la poblacion) y \$ 500,000 millones (el 28 %)del poder de compra (menos de \$ 300 por mes –oportunidades para la mayoría BID)

Agenda

1. Que entendemos por Microseguros
2. Los clientes ...
3. **Importancia ...**
4. Barreras ...
5. Las Microfinanzas ...
6. Nueva meta para las Microfinanzas

Es socialmente responsable

- **“ ...No existe desarrollo en el país , sostenible y responsable , sino no va acompañado de un proceso de inclusión de las mayorías que les permita acceso a Credito , ahorro y seguros ...“ . (Carlos Sanchez Fabrega)**

Es negocio

- **“ ...si dejamos de pensar en los pobres como victimas o como carga y empezamos a reconocerlos como empresarios creativos y persistentes , y consumidores conscientes del valor , un nuevo mundo de oportunidades se abrirá ...“ . (C.K. Prahalad)**

Es negocio

- **“ ...el tamaño del mercado potencial de microseguros a nivel mundial se estima entre 1.5 y 3 billones de pólizas ...**
- **“en todo el mundo 135 millones de personas tienen un microseguro , es decir solo 5% del mercado ... “.**
- **Fuente : “ El Economista “ .26/11/2009 , citando cifras de un estudio de la firma LLOYDS de Londres**

Agenda

1. Que entendemos por Microseguros
2. Los clientes ...
3. Importancia ...
4. **Barreras ...en la Oferta**
5. Las Microfinanzas
6. Nueva meta para las Microfinanzas

La barrera: superar la lógica dominante en la empresa privada

Supuesto:

- Los pobres no son nuestro target;no pueden pagar no tienen uso nuestros productos
- Solo los mercados desarrollados tienen los retos intelectuales , valorizan y pagan por innovaciones
- BOP como mercado no es critico para la vitalidad y crecimiento a LP de los negocios.

Implicacion:

- Nuestra estructura de costo es rigida;estamos amarrados a la forma mas que a la funcionalidad
- Estos mercados no necesitan soluciones tecnologicas , entonces no es fuente de innovacion y no podemos poner a nuestra mejor gente.
- Estos mercados son una distraccion a lo sumo

La barrera: características del mercado BOP

Supuesto:

- Los pobres no tienen poder de compra y por lo tanto no es mercado viable
- La distribución a estos mercados es muy difícil y un impedimento mayor para las empresas
- BOP como mercado no es consciente de las marcas

Realidad:

- Hay poder de compra en la BOP.
- El acceso a estos mercados es factible
- De hecho son extremadamente conscientes del valor en los productos y servicios
- El mercado está conectado
- Los clientes de la BOP aceptan las nuevas tecnologías

La barrera del mercado BOP

La tarea de convertir a los pobres en clientes es :

- Desarrollo de mercado, y ello es
- Crear la capacidad de consumir , o sea trabajar en :
 - Accesibilidad fisica ,
 - Disponibilidad,
 - Precio adecuado

Variables para mercado BOP

- ▣ Unidades/montos pequenos
- ▣ Alto volumen
- ▣ Bajo margen por unidad
- ▣ Alto retorno en capital invertido.

Agenda

1. Que entendemos por Microseguros
2. Los clientes ...
3. Importancia ...
4. **Barreras ...en el entorno**
5. Las Microfinanzas
6. Nueva meta para las Microfinanzas

Barreras En el Entorno

1. Restricciones regulatorias en el mercado
2. Protección y transparencia
3. Infraestructura que apoye la inclusión

Agenda

1. Que entendemos por Microseguros
2. Los clientes ...
3. Importancia ...
4. **Barreras ...en la demanda**
5. Las Microfinanzas
6. Nueva meta para las Microfinanzas

Barreras ... en la demanda

1. desconfianza
2. Costo
3. “Cultura “de seguros
4. Accesibilidad

Agenda

1. Que entendemos por Microseguros
2. Los clientes ...
3. Importancia ...
4. Barreras ...
5. **Las Microfinanzas ...**
6. Nueva Meta para las Microfinanzas

Las Microfinanzas

- Las Microfinanzas se refieren al sistema que ha logrado hacer intermediación e inclusión financiera en BOP , a través una red de entidades especializadas microfinancieras (MFI) ,que ha aprendido a manejar los 4 retos importantes :
 - Entender a los clientes
 - Reducir costos
 - Administrar la informalidad y sus riesgos
 - Atraer otros actores para crear un ecosistema

Las Microfinanzas

- En América Latina al cierre del 2008 había 229 MFI, con un cartera de \$ 14.7 mil millones ; y desembolsaron 8.2 millones de créditos por \$ 7.9 mil millones
- En América central y Panama hay unas 120 MFI con cerca de 1.1 millones de clientes ,unas 850 oficinas ., con una cartera al cierre del 2008 de \$ 1,200. millones . 85 % de esta actividad esta cobijada bajo REDCAMIF

Las Microfinanzas

	GLOBAL	LA
# MFI	487	179
EDAD	11	14
ACTIVOS (MM)	\$ 13.7	\$15.3
CARTERA (MM)	\$ 10.6	\$ 12.3
OFICINAS	15	12
PERSONAL	146	135
CLIENTES	19,420	16,500

Microbanking Bulletin #18 spring 2009 -cifras 2007 –medianas por grupo

Las Microfinanzas

	GLOBAL	LA
Saldo prestamo x capita	\$653	\$ 879
Saldo deposito X capita	\$ 431	\$ 963
ROA	1.5 %	2.1 %
ROE	7.3 %	9.3 %
YIELD	29.6 %	31.0 %
Debt/Equity	3.4	3.3
COSTO X PRESTAMO	\$ 122	\$ 143
CLIENTES X OFICIAL	221	225

Agenda

1. Que entendemos por Microseguros
2. Los clientes ...
3. Importancia ...
4. Barreras ...
5. Las Microfinanzas ...
6. **Nueva Meta para las Microfinanzas**

Material de Referencia

1. “Protegiendo a los pobres –Un compendio sobre microseguros”. Craig Churchill Editor. OIT y Plaza y valdes Editores. 2009
2. “Microfinance for Bankers and Investors “. Elisabeth Rhyne .McGraw Hill . 2009
3. The Microbanking Bulletin # 18 ,Microfinance Information Exchange , MIX , Spring 2009
4. Fondo de Innovación en Microseguros .
www.ilo.org/microinsurance
5. Microinsure centre . www.microinsurance.org
6. Microinsurance network .
www.microinsurancefocus.org



microserfin

soluciones crediticias para empresarios

GRUPO MUNDIAL

UN MUNDO DE SOLUCIONES

Carlos Sánchez Fábrega

Vicepresidente Ejecutivo y Gerente General

Soluciones de Microfinanzas, s. a.

MI CROSERFIN

Tel. +5072615022, Cel. +50766765878

csanchez@microserfin.com

Ciudad de Panamá , República de Panamá

www.microserfin.com