



UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y SOCIALES
ESCUELA DE ECONOMÍA

**“ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA INSTRUMENTACIÓN DE
MICROSEGUROS FUNERARIOS EN VENEZUELA”**

Tutor: Alesia Rodríguez Pardo

Daniela Gómez

Verónica Sánchez

Caracas, 1 de Octubre de 2009

AGRADECIMIENTOS

Por su invaluable apoyo, agradecemos a todos aquellos que han contribuido con nosotras mediante su esfuerzo y enseñanzas para que lleguemos a este punto.

A la Lic. Alesia Rodríguez, nuestra tutora de Trabajo de Grado, por su presencia incondicional, sus apreciados y relevantes aportes, críticas, comentarios y sugerencias, por su constante y paciente seguimiento durante el desarrollo del presente trabajo.

A la Cámara de Aseguradores de Venezuela, la Profesora María del Pilar Alonso, la Presidencia de Memorial, Presidente de Sigma Dental y Álvaro Andrés, por su desinteresada colaboración y asistencia profesional al poner a disposición toda su información estadística, actuarial y contable, lo que facilitó el planteamiento y análisis de la tesis.

A Juan Diego Gómez por su participación y empuje en el inicio de nuestro trabajo de grado, que sin su apoyo hubiese resultado difícil llevar a cabo este proyecto.

Y especialmente a nuestros familiares, parejas y amigos por su apoyo incondicional, colaboración e inspiración durante todo el periodo universitario.

Gracias todos ellos.

A nuestros padres y hermanos, por su gran ejemplo de superación y valioso apoyo en todo momento desde el inicio de nuestros estudios universitarios....

INTRODUCCIÓN

INDICE

Introducción	1
CAPITULO I Introducción general a Microseguros	7
1.1. Microfinanzas	8
1.2. Microseguro: un mecanismo de las Microfinanzas.	12
1.2.1 Riesgo Moral y Selección Adversa.	14
1.2.2. Dimensiones de los microseguros.	17
1.2.3. Impacto social de los microseguros.	19
1.2.4. Diferencias entre microseguros y seguros convencionales.	21
CAPITULO II Seguros y Base de la Pirámide	23
2.1. Mercado de consumidores y negocios para las empresas de seguros: Caso Base de la Pirámide.	24

2.1.1. Exposición de la población de bajos ingresos a los riesgos y necesidades en seguros.	27
CAPITULO III Funerario	33
3.1. Microseguro Funerario	34
3.2. Sector Funerario Tradicional	37
CAPITULO IV El modelo de Negocio Propuesto	41
4.1. Modelo de previsión del microseguro funerario	42
4.2. Modelo Socio Agente para microseguro funerario en Venezuela	45
CAPITULO V Producto de Microseguro Funerario	48
5.1. Investigación del Mercado	50
5.1.1. Población Objetivo	51
5.1.2. Riesgos que enfrenta población objetivo	52
5.1.3. Características relevantes del producto para el mercado objetivo	54
5.1.4. Potenciales clientes y su disposición a pagar	57
5.2. Investigación continua del mercado	59
5.3. La educación del consumidor	60
5.4. Elegibilidad	61

5.5. Términos de Cobertura	62
5.6. Mecanismos de Pago	65
5.7. Beneficios del Microseguro	67
5.8. Beneficios Familiares	68
CAPITULO VI Canales de distribución, redes y alianzas	69
6.1. Canales de Distribución.	70
6.1.1. Banca Seguro	72
6.1.2. Consejos Comunales y Banca Comunal	74
6.2. Redes y Alianzas	81
6.2.1. Funerarias y Cementerios	83
6.2.2. Sector Alimentación	84
6.2.2.1. Grandes Cadenas de Supermercados	86
6.2.2.2. Bodegas y Compras de Conveniencia	86
6.2.3. Farmacias	87
6.2.3.1. Grandes Cadenas de Farmacias	90
6.2.3.2. Farmacias locales o de conveniencia	90

CAPITULO VII Escenarios de la implementación del microseguro funerario en la zona metropolitana de Caracas para una Empresa mediana de Seguros	93
7.1 Marco Metodológico.	94
7.2 Análisis empírico	101
7.2.1 Data.	101
7.2.2 Presentación e interpretación de los resultados.	103
7.2.2.1 Cálculo de la prima.	103
7.2.2.2 Densidad Poblacional estudiada.	105
7.2.2.3 Estimaciones, Proyecciones de Consejos Comunales y Mercado Objetivo del Área Metropolitana de Caracas.	107
7.2.2.4 Proyección de Asegurados.	111
7.2.2.5 Proyección de Ingresos por Primas.	114
7.2.2.6 Estimación de Costos y Gastos.	116
7.2.2.7 Margen de Utilidad.	122
7.2.3 Presentación e Interpretación de los Resultados del estudio de las familias de bajos ingresos.	127
7.2.3.1 Escenarios de familias de bajos ingresos con seguro y sin seguro según el NSE.	127
Conclusiones y Recomendaciones	140

Anexos	144
Bibliografía	148

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Base de la Pirámide Venezolana	26
Gráfico 2: ¿Qué impacto de riesgo les preocupa más?	29
Gráfico 3: Probabilidad que le asignan a los riesgos principales	30
Gráfico 4: ¿Cómo cubre los Gastos Funerarios?	31
Gráfico 5: ¿Qué tipos de seguros privados tienen?	32
Gráfico 6: Cobertura de Gastos Funerarios	53
Gráfico 7: Penetración y uso del Seguro Funerario por NSE C, D y E	55
Gráfico 8: Preferencias de acceso a los seguros por los NSE C, D y E	57
Gráfico 9: Frecuencia de diálogo en Consejo Comunal y la comunidad	77
Gráfico 10: Iniciativa de conformación del Consejo Comunal	77
Gráfico 11: Qué tanto se involucra la comunidad en las acciones del Consejo comunal	78
Gráfico 12: Financiamiento de los proyectos aprobados por los Consejos Comunales	79

Gráfico 13: Dónde compran los medicamentos	88
Gráfico 14: Proyección de Ingresos para ambas empresas	115
Medianas	
Gráfico 15: Utilidad Bruta de la Empresa Mediana 1	124
Gráfico 16: Utilidad Bruta de la Empresa Mediana 2	124
Gráfico 17: Crecimiento anual	125
Gráfico 18: Gastos Administrativos	125
Gráfico 19: Variación de Gastos Sin Siniestro en NSE C ⁻	130
Gráfico 20: Distribución de los Gastos con Shock de muerte	131
en NSE C ⁻	
Gráfico 21: Distribución de los Gastos posterior al Shock de muerte	131
en NSE C ⁻	
Gráfico 22: Variación de Gastos sin siniestro en NSE D	134
Gráfico 23: Distribución de los Gastos con Shock de muerte	1 35
en NSE D	

Gráfico 24: Distribución de los Gastos posterior al Shock de muerte en NSE D	135
Gráfico 25: Variación de Gastos Sin Siniestro en NSE E	138
Gráfico 26: Distribución de los Gastos con Shock de muerte en NSE E	138
Gráfico 27: Distribución de los Gastos posterior al Shock de muerte en NSE E	139
Gráfico 28: Comparación de la Distribución de la Deuda con Shock de muerte en NSE C, D y E	139

ÍNDICE DE CUADROS Y TABLAS

Cuadro 1: Modelo Socio – Agente	44
Cuadro 2: Modelo Socio – Agente Microseguro Funerario	45
Cuadro 3: Caracterización de la vivienda y de la familia	51
Cuadro 4: Períodos de Gracia	66
Cuadro 5: Penetración de Banca – Seguros en la economía y en el mercado asegurador	73
Tabla 6: Tasa Bruta, valor de las primas anuales y mensuales para la empresa 1.	104
Tabla 7: Tasa Bruta, valor de las primas anuales y mensuales para la empresa 2.	105
Tabla 8: Universo poblacional proyectado por el INE del Área Metropolitana de Caracas	106
Tabla 9: Densidad poblacional según NSE	106
Tabla 10: Consejos Comunales estimados y proyectados	110
Tabla 11: Estimación de familias y personas por comunas	110
Tabla 12: Proyecciones de familias aseguradas y de renovaciones	112
Tabla 13: Proyecciones de ingresos para la Empresa Mediana 1	114
Tabla 14: Proyecciones de ingresos para la Empresa Mediana 2	115
Tabla 15: Proyecciones de Gastos Administrativos para la Empresa	116

Mediana 1	
Tabla 16: Proyecciones de Gastos Administrativos para la Empresa	116
Mediana 2	
Tabla 17: Proyecciones de Comisiones pagadas por la Empresa	117
Mediana 1	
Tabla 18: Proyecciones de Comisiones pagadas por la Empresa	118
Mediana 2	
Tabla 19: Proyecciones de provisiones de Reservas por Riesgo e	119
Curso por la Empresa Mediana 1	
Tabla 20: Proyecciones de provisiones de Reservas por Riesgo n	119
Curso por la Empresa Mediana 2	
Tabla 21: Escenarios de Siniestralidad para la Empresa Median 1	120
Tabla 22: Escenarios de Siniestralidad para la Empresa Median 2	121
Tabla 23: Proyecciones de utilidad esperada para la Empresa Mediana 1	122
Tabla 24: Proyecciones de utilidad esperada para la Empresa Mediana 2	123
Tabla 25: Presupuesto proyectado de familia de NSE C ⁻ (con seguro)	129
Tabla 26: Presupuesto proyectado de familia de NSE C ⁻ (sin seguro)	130
Tabla 27: Presupuesto proyectado de familia de NSE D (con seguro)	133
Tabla 28: Presupuesto proyectado de familia de NSE D (sin seguro)	134
Tabla 29: Presupuesto proyectado de familia de NSE E (con seguro)	137
Tabla 30: Presupuesto proyectado de familia de NSE E (sin seguro)	138

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Indicadores Demográficos INE 2003 – 2007	145
Anexo 2: Perfil Socio – Demográfico de Venezuela 2005	146
Anexo 3: Consejo Comunales constituidos en el Área Metropolitana para el año 2008	146
Anexo 4: Composición de gastos del hogar venezolano	147

INTRODUCCIÓN

El desarrollo de mecanismos financieros tales como los microseguros, permiten mejorar la calidad de vida de los hogares de bajos ingresos, los cuales están propensos a riesgos de salud, accidentes, derrumbes y muerte.

Según el *Informe de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas*, la pobreza es una situación que afecta la calidad de vida de las personas, que recorta sus posibilidades de salud, acceso al empleo, educación, crédito, vivienda, activos y de ingresos para llevar una vida digna. Así mismo la pobreza se explica de acuerdo con el nivel de vulnerabilidad de los hogares ante la ocurrencia de choques adversos.

Se ha evidenciado en el mundo que es necesario que en la industria aseguradora se promueva mayor innovación, que permita una visión mucho más amplia en la creación de nuevos productos de seguros, que cubra el diseño y la evaluación a lo largo de toda la cadena de valor de productos y servicios. Para ello, es indispensable adoptar una visión estratégica, que pueda responder a las verdaderas necesidades de la población de bajos ingresos que cuenta con un limitado y variable flujo de caja y que viven en un entorno económico inestable.

A pesar de que en Venezuela la mayoría de la población pertenece a estratos socioeconómicos bajos, tomando como bajos ingresos a los fines de este estudio a los niveles socioeconómicos (NSE) C, D y E¹, el tema de los microseguros no se ha desarrollado con tanto énfasis como en otros países. Esta ausencia ocurre en momentos en el que las Microfinanzas, a través de los microcréditos han alcanzado cierto auge en el mundo y de igual forma en gran medida se han desarrollado en el país.

Esta área, así como el de las Microfinanzas en su globalidad que incluye a los microseguros, microahorros y micropensiones entre otras, ha estado tomando más relevancia en los últimos años como parte de la propuesta de impulsar las iniciativas microfinancieras, al considerarlas parte de las distintas herramientas útiles en la lucha y erradicación de la pobreza. Así como en muchos países del mundo esta tendencia se ha vuelto una realidad imperante, Venezuela no escapa de esta realidad.

La necesidad inminente de luchar contra la pobreza, según el Centro de Microseguros OIT (Organización Internacional de Trabajo), ha hecho que los microseguros se hayan aplicado en diversos países tales como en India, donde parte de la apertura del sector asegurador luego de estar bajo monopolio del Estado estableció una obligación regulatoria en la que las empresas de seguros

¹ Datos y Pulso del Consumidor. (2009). *Estudio Socio-Demográfico 2005*, Caracas.

en una forma gradual establecida en el tiempo tiene que destinar una cuota al sector de bajos ingresos rurales. Para desarrollar esto, el país en cuestión ha tenido que experimentar dos canales de distribución creando alianzas y redes con micro-agentes, en las que en el caso de la India han comprendido mujeres de las comunidades que cumplan ciertas características establecidas, y quienes son entrenadas y certificadas para orientar y vender seguros en las zonas donde habitan.

Por otro lado, en Perú se han desarrollado en mayor parte, los productos de salud y funeraria y en el 2007 se aprobó una regulación específica para el sector de microseguros. Han desarrollado una estrategia de múltiples alianzas con asegurados, empleados, clínicas y socios internacionales, etc. Igualmente se destaca el caso de Colombia, que tiene la característica particular de poseer productos de vida orientados principalmente a gastos en comida, servicios y educación, y la venta de seguros a través del uso de la figura legal de “intermediarios no financieros”, pudiéndose adquirir un seguro en puntos de ventas tales como kioscos, supermercados, entre otros, así como también a través del uso del pago de las empresas de servicios, tales como las de electricidad. En Colombia se ha buscado desarrollar los microseguros sin la necesidad de establecer ningún tipo de regulación específica en el tema. En México, donde también existe como Colombia la figura del “intermediario no financiero” se han desarrollado también diversos productos de microseguros,

entre ellos el microseguro agrario, y desde el 2008 existe una regulación específica que rige a todos los microseguros en el país.

Cabe destacar que en el mundo no existe una receta específica sobre cómo debe ser el papel de las regulaciones en el área de los microseguros, ya que hay países en los que ha sido necesario establecerlo como una obligación, y otros países en los que sin necesidad de estas obligaciones y regulaciones se ha manejado este concepto.

En Venezuela, Rodríguez Pardo (2007), concluye que hay que entender mejor los hábitos, necesidades y riesgos de los hogares de bajos ingresos, ser creativos en los canales de distribución y en el diseño de productos que se ajusten a sus necesidades. De igual forma se observó que existe receptividad a coberturas de seguros en dicha población a pesar de la baja cultura de seguros.

El desarrollo de los microseguros comprende un gran potencial en Venezuela, tanto por las condiciones socioeconómicas que hacen imprescindible la búsqueda de mecanismos que pueden incorporarse a la lucha contra la pobreza así como también como área de negocio con consciencia social. Bajo esquemas tradicionales de provisión y distribución de productos de seguros, no se ha alcanzado un nivel de cobertura suficiente como para cubrir las necesidades de estas clases sociales. Esta discusión lleva a indagar más sobre esta temática e investigar si será sostenible a largo plazo la implantación

de un microseguro funerario en el escenario venezolano, añadiendo valor a la empresa de seguros a través del incremento del volumen de asegurados y apoyándose en el positivo impacto social.

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN GENERAL A MICROSEGUROS

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN GENERAL A MICROSEGUROS

1.1. Microfinanzas

En vista de que en el mundo existen países con altos índices de economía informal y con poco acceso a los servicios financieros, se han creado mecanismos de Microfinanzas que buscan complementar y coordinar la visión privada con la visión de las políticas públicas explorando nuevos mercados para lograr contribuir con el bienestar social. Entre estos mecanismos se han desarrollado los microcréditos, los microseguros, los microahorros y las micropensiones.

Se entiende por Microfinanzas aquellos servicios financieros prestados a las personas de bajos ingresos, los cuales se destacan por trabajar con operaciones de pequeñas escalas. La noción de Microfinanzas se refiere a la provisión de servicios financieros como préstamos, ahorro, seguros o transferencias a hogares con bajos ingresos. Entre estas posibilidades, la mayoría de las instituciones del sector se ha dedicado al microcrédito, que son préstamos pequeños que permiten a las personas, que no poseen las garantías

reales exigidas por la banca convencional, iniciar o ampliar su propio emprendimiento y aumentar sus ingresos.

Los microseguros son un producto que utiliza el mecanismo de seguro y cuyos beneficiarios incluyen también a personas excluidas de los sistemas formales de protección social, particularmente trabajadores de la economía informal y su familia. Los sistemas de microseguros pueden ser diferentes de los sistemas de protección social destinados a cubrir a los trabajadores de la economía formal, y han empezado a verse en el mundo como mecanismos de cobertura complementarias a la seguridad social.

Es importante resaltar que el tenedor y beneficiario del microseguro son personas de los niveles socioeconómicos bajos, estén o no en la economía formal.

El uso de los mecanismos de seguros supone el pago por anticipado y la mutualización de los riesgos, la repartición de los mismos, y garantía de cobertura. Los productos más comunes ofrecidos por los microseguros son: microseguro de vida, microseguro de salud, microseguro de incapacidad/discapacidad y microseguro funerarios. En el mundo el desarrollo de estos productos ha evidenciado que aun cuando temas de salud son de los más necesitados, el desarrollo de microseguros de salud son los más complejos de desarrollar por la diversidad de actores que entran en el proceso de la provisión

de cobertura y servicios de salud, y el éxito en su desarrollo e impacto todavía tiene muchas dificultades que superar. Igualmente, los microseguros agrícolas y patrimoniales, son de complejidad media-alta en su desarrollo así como en su éxito en implementación. En la escala de complejidad media-baja en su desarrollo están los funerarios, seguido por los de crédito-vida, estos últimos de mayor uso y éxito por su facilidad en que el seguro de vida o accidente se une directamente a microcréditos otorgados a través de una microfinanciera o banco de desarrollo para la cobertura de los saldos insolutos de la deuda y recursos a los beneficiario, con el fin de que no quede deuda a los herederos, lo que comúnmente se menciona como que “ la deuda muera con el deudor”.

Varias compañías de seguros e instituciones microfinancieras están generando asociaciones para estimular ahorros significativos en lo que concierne a los costos del cuidado de la salud, vida y funerario. Con la finalidad de poder llegar a trabajadores de escasos recursos de sectores rurales y urbanos de las zonas más empobrecidas del mundo y brindarles una cobertura de salud, accidentes y muerte accidental.

Las aseguradoras y las instituciones micro financieras (IMF) están haciendo uso de sus fortalezas para llegar a atender a una clientela que hasta el momento no había podido contar con estos servicios básicos o con un acceso limitado. Para lograrlo, se han creado mecanismos e innovaciones que

permiten ir más allá de la creación de nuevos productos de seguro con el objetivo de satisfacer las verdaderas necesidades de la población de bajos recursos que cuentan con un limitado flujo de caja².

Las Microfinanzas son importantes para la disminución de la pobreza, ya que proveen a los sectores de bajos ingresos ciertos beneficios, tales como:

- Protección y seguridad a los bienes a través de una regulación que permite hacer un seguimiento de las actividades y el acceso de información para proteger a los clientes.
- Se ven beneficiados en la disminución de los costos de financiamiento a través de una mayor competencia organizada que expande las alternativas para que los clientes se vean protegidos ante los riesgos.
- Les permite estabilizar sus flujos de efectivo y sus niveles de consumo, a través del acceso a instrumentos de ahorro y protección, entre los cuales el seguro es un mecanismo fundamental.

² Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela

1.2. Microseguro: un mecanismo de las Microfinanzas

En los sectores de bajos ingresos, en donde hay limitados niveles de educación y condiciones precarias de salud, existen ciertos problemas de exclusión en el acceso a servicios y productos financieros debido a su ubicación geográfica, falta de equidad, entre otros³. La mayoría de las veces este problema puede llevar a la limitación por parte del excluido en identificar sus verdaderas necesidades, establecer sus prioridades y adquirir servicios que beneficien o disminuyan sus condiciones de vida.

El uso de mecanismos de las microfinanzas, tales como los microcréditos o microahorros, son necesarios más no suficientes para eliminar la vulnerabilidad de las personas de bajos ingresos. Los microseguros se añaden a este abanico de alternativas ya que contribuyen a mitigar algunos riesgos a los que se encuentra expuesta la población de bajos ingresos. Es decir, los microseguros actúan como un mecanismo complementario en la disminución de la vulnerabilidad de las personas de bajos ingresos con respecto a los otros mecanismos existentes en las microfinanzas.

³ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office.

Según Draft Donor Guidelines, CGAP Working Group (2003), un microseguro se define como "...mecanismo de protección para personas de bajos ingresos contra peligros específicos a cambio de pagos especiales regulares proporcionales a la probabilidad y costo del riesgo involucrado".

Cabe resaltar, que los microseguros en su aspecto técnico no son distintos al sistema tradicional de seguros, la diferencia fundamental es que los microseguros dan cobertura a un segmento específico del mercado, constituido por hogares de bajos ingresos, que poseen un entorno diferente respecto al resto de los consumidores tradicionales.

Los microseguros contribuyen con el fortalecimiento de los esquemas tradicionales de seguridad social, al ampliar su alcance a la economía informal. De acuerdo con Rodríguez Pardo (2007), el microseguro es un mecanismo que contribuye a la reducción de la pobreza; sin embargo, debido a la característica multidimensional de este fenómeno, al igual que otros instrumentos o acciones, los microseguros tienen limitación en su alcance para erradicar la pobreza.

No obstante, los microseguros como se mencionó anteriormente, son productos dirigidos a aquellas personas ignoradas por los principales esquemas

comerciales de seguros que no se han preocupado por brindarles ese acceso a los productos de seguros apropiados según sus riesgos.⁴

1.2.1. Riesgo Moral y Selección Adversa:

A diferencia del sistema bancario, en el cual se incurre en riesgos unidireccionales separados cuando se otorgan créditos y se captan depósitos, en el área de seguros se incurre en un riesgo bidireccional, es decir, el asegurado se pregunta si usará o no el seguro y en el caso de que lo use si la empresa pagará realmente todo. Por su parte, la empresa de seguro cuestiona la selección del cliente y su siniestralidad. De lo anterior, se hace referencia a los conceptos de Riesgo Moral y Selección Adversa.

En el contexto de un mercado de seguros, el problema del principal y del agente con acción oculta se conoce como **El Problema de Riesgo Moral**. La orientación del concepto del mismo es hacia el futuro, en otras palabras, al existir riesgo moral entre el asegurador y el asegurado, éstos asumen el riesgo al momento esperando recibir en un futuro la indemnización de algún evento

⁴ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office.

inesperado. Se incurre en este tipo de riesgo cuando la parte asegurada, cuyas acciones no se observan, puede influir en la probabilidad de recibir una indemnización o en su cuantía, modificando de esta manera la probabilidad de que una persona cambie su conducta porque ha comprado un seguro, es decir, no tienen el cuidado que deberían tener⁵. Para entrar en más detalle sobre este término se explica con el siguiente ejemplo: Si se tiene asegurada una casa a todo riesgo contra los robos, es posible que el asegurado sea menos cuidadoso a la hora de cerrar las puertas cuando sale sin poseer un sistema de alarma.

Las compañías de seguro se enfrentan a un tipo de falla de mercado provocada por la información asimétrica, el cual es denominado **Problema de Selección Adversa**. Este problema existe cuando se venden productos de distinta calidad a un único precio porque los compradores o los vendedores no están suficientemente informados para averiguar la verdadera calidad en el momento de la compra; en consecuencia se vende en el mercado una cantidad demasiado grande de productos de mala calidad y una cantidad excesivamente pequeña de productos de buena calidad. Si las compañías de seguro deben cobrar una prima única porque no pueden distinguir entre los individuos de alto

⁵ Lane, T., Phillips, S. (2002): *Riesgo Moral, ¿Alienta el financiamiento del FMI la imprudencia de los prestatarios y prestamistas?*. Washington D.C, Estados Unidos. International Monetary Fund. (Traducción de Gabriela Homs).

riesgo y los de bajo riesgo, se podrían asegurar más personas de alto riesgo por lo que podría llegar a no ser tan rentable vender más seguros. Por ende, basaran la prima que cobrarán, en la experiencia media, es decir, en una probabilidad de sufrir un siniestro.

Este problema de la información asimétrica existe debido a que mayormente una de las partes tiene más información que la otra, es decir, el individuo que adquiere el seguro tiene más información sobre su estado de salud que la compañía de seguros, esto conlleva a que suceda la situación mencionada en el párrafo anterior.⁶

Por lo tanto, la presencia de un problema de selección adversa, genera problemas de ineficiencia por parte de la empresa aseguradora. Otro efecto que produce este problema es que crea incentivos por parte de las empresas para no asegurar personas enfermas y promover el aseguramiento de las personas sanas.⁷

Estos tipos de fallos de mercado justifican la intervención del Estado a través de la implementación de ciertas medidas o creación de incentivos que

⁶ García, F., Santa María, M., Vásquez, T. (2008). *El sector salud en Colombia: Riesgo Moral y Selección Adversa en el Sistema General de Seguridad Social en salud (sgsss)* (1era ed.). Bogotá, Colombia.

⁷ García, F., Santa María, M., Vásquez, T. (2008). *El sector salud en Colombia: Riesgo Moral y Selección Adversa en el Sistema General de Seguridad Social en salud (sgsss)* (1era ed.). Bogotá, Colombia.

puedan mitigar este tipo de riesgos. Por ejemplo, programas de seguros médicos para los ancianos, entre otros.

1.2.2. Dimensiones de los microseguros:

Los microseguros inciden tanto en el sector financiero como en el de seguridad y protección social, es decir, complementa los mecanismos públicos y privados ya existentes para cubrir los riesgos, en este proceso existen distintos actores involucrados. De hecho, este producto es exclusivamente diseñado para cubrir las necesidades de las personas de bajos ingresos incluyendo a sectores de la economía informal logrando obtener como resultado, un producto que actúe como un mejor sistema de seguridad social dirigido a esas personas que no pueden adquirir un seguro tradicional.⁸

Es importante mantener una comunicación constante con los actores involucrados en este sistema de seguros para llegar a acuerdos que promuevan el desarrollo integral del microseguro así como también estrategias para la comercialización del mismo.⁹

⁸ Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela.

⁹ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office.

Los principales actores son: compañías de seguro, corredores y productores de seguro, compañías de reaseguros, instituciones microfinancieras, organizaciones gubernamentales, bancos comerciales, bancos de desarrollo e instituciones financieras, bancas comunales y finalmente los sectores públicos junto con los proveedores de salud, funerarios, entre otros actores pertinentes que contribuyen con el funcionamiento del microseguro.

Estos actores se deben encargar de buscar la manera de cómo introducir este producto a personas de bajos ingresos. Para eso deben estudiar el mercado objetivo, sus potenciales clientes, y luego buscar las estrategias necesarias para ponerlas en práctica sobre dicho mercado.

Implementar un producto como lo es el microseguro en Venezuela, es una tarea que implica muchos retos, sobre todo al momento de llegarle a esa población de bajos ingresos, al tratar de reducir la existencia de la gran desinformación que posee dicho mercado sobre el tema de seguros, al momento de reducir costos que permitan realizar transacciones en volúmenes monetarios bajos¹⁰, así como éstos existen otros retos. Por lo tanto, con el uso de tecnologías y otras fuentes de información se puede seguir en la búsqueda de soluciones que permitan llevar a cabo el logro de estos.

¹⁰ Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela.

Los microseguros enfrentan dificultades al brindar su cobertura así como lo enfrentan los productos nuevos que se lanzan en un mercado para lograr mantenerse sostenibles en el tiempo. Dichas dificultades pueden ser tales como la **Especialización Técnica**; debido a que las actividades de seguros requieren de conocimientos actuariales, estudios y análisis de estadísticas que pueden ser brindados por instituciones especializadas en ese tema, **Comercialización y Ventas** es otra de las dificultades que enfrentan los microseguros, ya que normalmente las personas de bajos ingresos carecen de conocimiento sobre el funcionamiento de los seguros, por lo tanto se tiene la tarea de informar a la población sobre los beneficios de estos mecanismos incurriendo en ciertos costos considerables. Y por último, se encuentran los **Canales de Distribución** que debieran utilizar los actores que ofrecen el microseguro para lograr generar confianza y realizar con eficiencia las operaciones financieras.¹¹

1.2.3. Impacto social de los microseguros:

¹¹ Latortue, A.(2003). *Microseguros: una estrategia para la gestión de riesgos*. Reseña para agencias de cooperación (CGAP), N° 16, Washington, D.C.

Actualmente, existen muchas causalidades que ayudan al desarrollo de los sistemas financieros que de una manera u otra contribuyen a la mejora del alcance y cobertura hacia las personas de bajos ingresos.

Rodríguez Pardo (2007), expone que...“el mayor acceso a servicios financieros y alcance de cobertura permite ayudar a la población de bajos ingresos a mejorar su estándar de vida, realmente es la combinación de servicios y productos donde radica uno de los aspectos claves de éxito de esta meta”. A medida que las personas tienen ingresos cada vez más bajos, su exposición y su vulnerabilidad ante los riesgos es cada vez mayor debido a que no tienen suficientes fondos para adquirir un esquema tradicional de cobertura de riesgo, y terminan acudiendo a mecanismos informales para tratar de minimizar el impacto de su vulnerabilidad.

Para conocer más a fondo estos riesgos en los que incurren la población de bajos ingresos; se hace un estudio de mercado para lograr tener un mejor entendimiento de las necesidades de dicha población y así poder diseñar un producto de microseguro que cubra esas necesidades o que por lo menos cubra una parte de ellas. De esta manera, se logra enfatizar la conducta de manejo de riesgos al momento.¹²

¹² Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office.

De esta manera, se concluye que “el mayor alcance a servicios financieros lo que permite es mitigar o aminorar el impacto económico que esa vulnerabilidad tiene para la población en la base de la pirámide (BdP), quienes tienen flujos de ingresos limitados en su cuantía y, al igual que sus gastos muchas veces sus ocurrencias son impredecibles.” (Rodríguez Pardo, 2007, p.26).

1.2.4. Diferencias entre microseguros y seguros convencionales:

Desde siempre, tanto el hombre como los bienes han estado expuestos a incontables riesgos, cuya ocurrencia le ha afectado desde el punto de vista personal como patrimonial. Esa exposición le ha llevado a buscar una manera de evitar que esto ocurra y que le permita sobreponerse económicamente hablando de la pérdida del siniestro.

De esta manera surge el seguro convencional; el cual a pesar de mitigar el riesgo de sus asegurados, y de tener su origen en un fin social como lo es la agrupación de riesgo de grupos de personas y el concepto original de la mutualidad, con el tiempo y su evolución en el mundo, no ha tenido la capacidad de llegar en forma significativa a todos los estratos sociales de la población, especialmente a los de menores ingresos. Por esta razón surgen los

microseguros como respuesta ante esta realidad y ante el hecho del también limitado alcance de la seguridad social en muchos países.

Los microseguros, como muy bien se han definido anteriormente, benefician a aquella población que no puede ser privilegiada por un seguro convencional, esto permite poder llenar ese vacío de mercado debido a la inexistencia de sistemas de seguro social y poca oferta del mismo en las áreas rurales o zonas de clase baja. Otro factor que influye en la existencia de dicho vacío de mercado, es que las personas excluidas han renunciado a reclamar el acceso a los seguros debido a su falta de poder en la sociedad, es por eso que el mercado objetivo del microseguro es esa población.¹³

¹³ Dror, D., Jacquier, C. *Micro-Insurance: Extending Health Insurance to the Excluded*. Internacional Social Security Review, Vol. 52, N^o 1, January-March 1999.

CAPÍTULO II: SEGUROS Y BASE DE LA PIRÁMIDE

CAPÍTULO II: SEGUROS Y BASE DE LA PIRÁMIDE

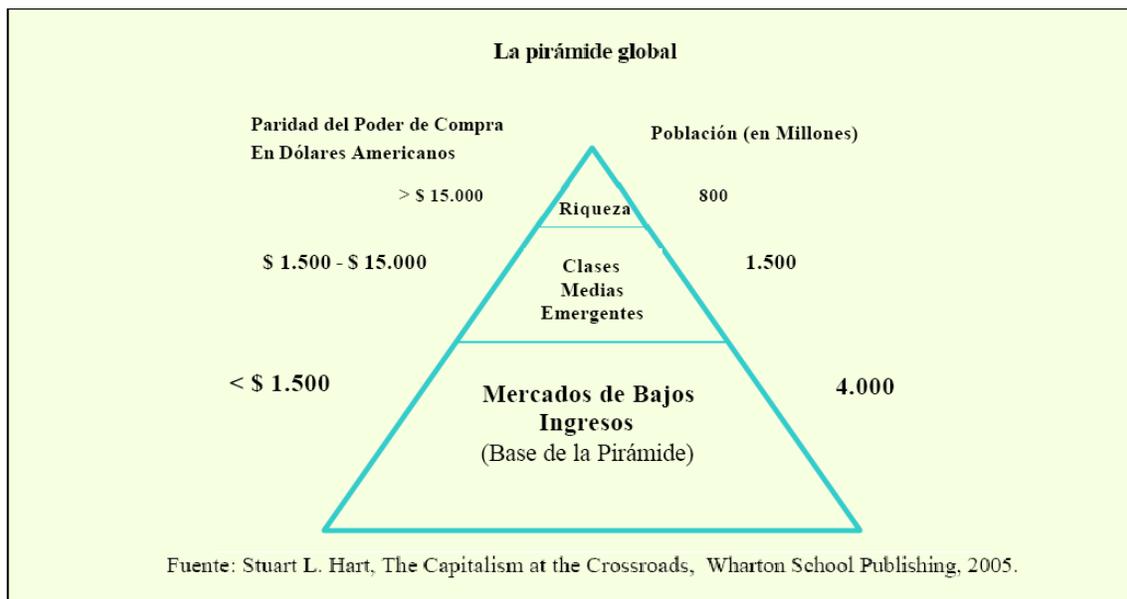
2.1. Mercado de consumidores y negocios para las empresas de seguros:

Caso Base de la Pirámide

En base al estudio realizado por Prahalad (2005), en el mundo existen 4000 millones de personas que están en condiciones de pobreza, que si se comienzan a asumir como posibles consumidores, con deseos de superación, pueden constituir en un futuro el motor del comercio global, e incentivar innovaciones en productos y servicios en el área empresarial.

La idea es crear mercados rentables en la base de la pirámide como medio de erradicación de la pobreza. En la siguiente figura se muestra la pirámide económica mundial, la cual está constituida en su parte superior por las personas de altos ingresos, y en la base se encuentran más de 4000

millones de personas de bajos ingresos, las cuales forman parte del mercado cautivo, que pretende ser conquistado por las microfinanzas.

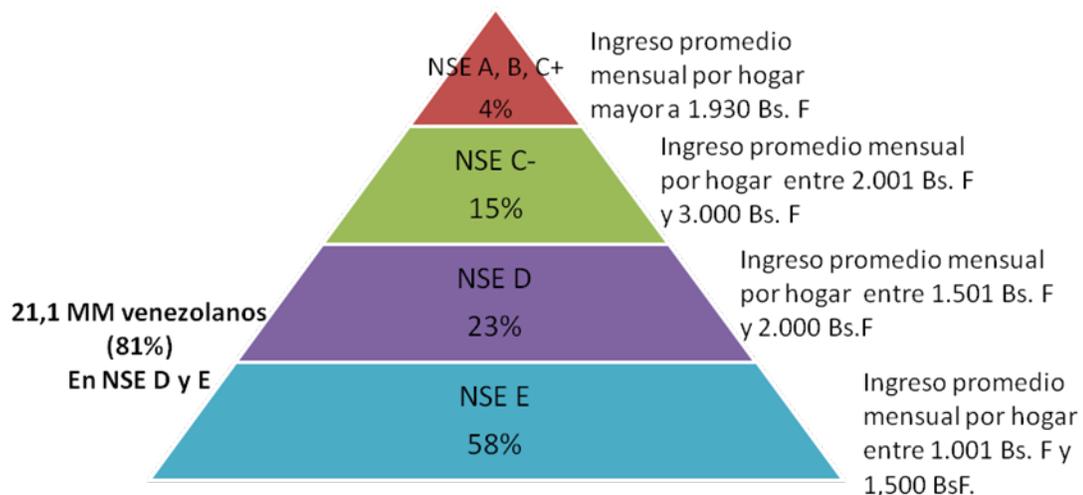


En la actualidad, se ha experimentado una expansión de los modelos tradicionales de negocios hacia la base de la pirámide para lograr entender y cubrir las necesidades de los bajos estratos, con el fin de llegarle a nuevos mercados y colaborar con la mitigación de la pobreza. Si las grandes empresas continúan expandiendo sus horizontes hacia estos sectores, innovando para venir con alternativas más ajustadas a las realidades que atienden, mejorando su eficiencia operativa y aplicar mas tecnología para disminuir sus costos, aumentar sus ingresos, mejorar la productividad, que permita desarrollar un mercado lleno de nuevos productos y con mejoras en las alternativas de canales de distribución, se hará un aporte hacia la dirección de la reducción de

la pobreza y se demostrará que la gente que vive en estos estratos de la sociedad, tienen deseos de superación y tienen necesidades como consumidores y ciudadanos.

Venezuela, es un país que posee una alta población de bajos ingresos y por tanto, muchos están expuestos a altos riesgos. La siguiente figura muestra la pirámide correspondiente a Venezuela; en donde se señala que el 81% de la población pertenece a las clases D y E, así como también se muestra el ingreso promedio mensual por hogar distribuido según como muestra a continuación:

Gráfico 1: Base de la Pirámide Venezolana



Fuente: Rodríguez, A (2008, Octubre): *Seguros al Alcance de Todos*, "Contribuyendo a acercar el seguro a todos los venezolanos". Ponencia Presentada en X Encuentro de Seguros CAV. Porlamar.

2.1.1. Exposición de la población de bajos ingresos a los riesgos y necesidades en seguros

Existen diversos factores que impactan a la población pobre de un país, afectando de manera directa los incentivos de cada una de las personas a invertir en productos y servicios que le ayuden a mejorar su calidad de vida. Los factores más importantes son el ingreso y los gastos, ya que tienen un impacto directo sobre el consumo y la calidad de vida. Por otro lado, la dificultad de acceso a los servicios básicos, reduce la salud e incrementa el riesgo a la muerte.

Los riesgos y las necesidades que enfrentan las personas de bajos ingresos en su ciclo de vida son¹⁴:

- Natalidad
- Educación
- Salud

¹⁴ Latortue, A.(2003). *Microseguros: una estrategia para la gestión de riesgos*. Reseña para agencias de cooperación (CGAP), N° 16, Washington, D.C.

- Accidentes o incapacidades
- Vejez
- Riesgo a la muerte/ Funerario

Cada uno de los riesgos a los que se enfrentan las personas de bajos ingresos, tienen un costo asociado o pérdida económica. Las personas de bajos ingresos manejan los riesgos de diversas maneras, ya sea previniéndolos, mitigándolos o enfrentándolos. Para ello, se proponen ciertas estrategias que hacen frente a estos riesgos, a través de la acumulación de provisiones para los momentos en los que existe incertidumbre de ingresos por medio del ahorro, tanto en especie como en dinero, y, por la adquisición de microseguros cuando estén disponibles. Es necesario destacar que hay gran diversidad de esquemas que pueden satisfacer la necesidad que tienen estos sectores de poder reducir el impacto de su vulnerabilidad. Sin embargo, el uso del seguro es un mecanismo mucho más apropiado para casos en el que los riesgos impliquen un desembolso de dinero muy significativo y un estado de incertidumbre.¹⁵¹⁶

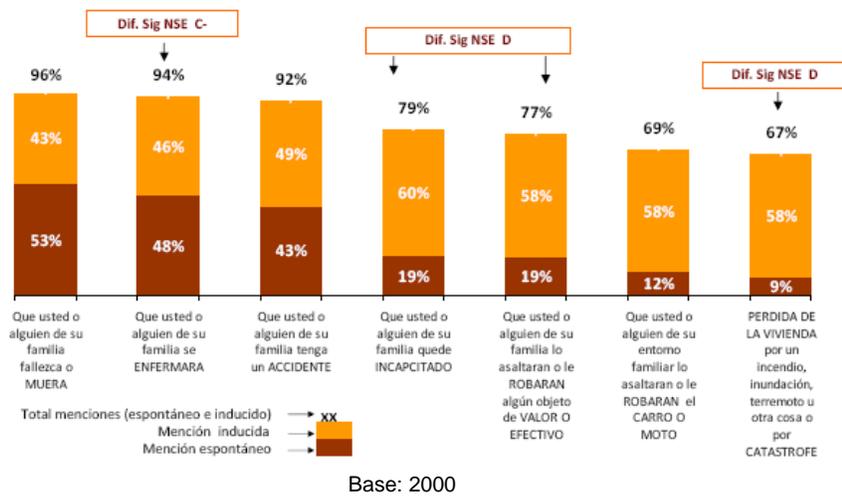
¹⁵ Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela.

¹⁶ Prahalad, C.K. (2005). "The Fortune at the Botton of the Pyramid". Upper Slade river: Wharton School Publishing, 2005.

El objetivo de los microseguros es exactamente tratar de cubrir esas necesidades y riesgos que enfrenta la población de bajos ingresos. Ciertas encuestas presentadas por la Cámara de Aseguradores de Venezuela (CAV), muestran que una de las mayores preocupaciones de la población a estudiar, son los gastos incurridos en funerales. Es por ello, que este trabajo de investigación se enfoca en el producto de microseguro funerario.

A continuación se presentan unas estadísticas provenientes de un estudio realizado por la Cámara de Aseguradores de Venezuela (CAV) durante el año 2007, con un alcance del 70% de la población del país orientado a los hogares de bajos ingresos (clases C, D y E), que demuestra la necesidad inminente del uso de microseguros funerarios en el área Metropolitana de Caracas en Venezuela:

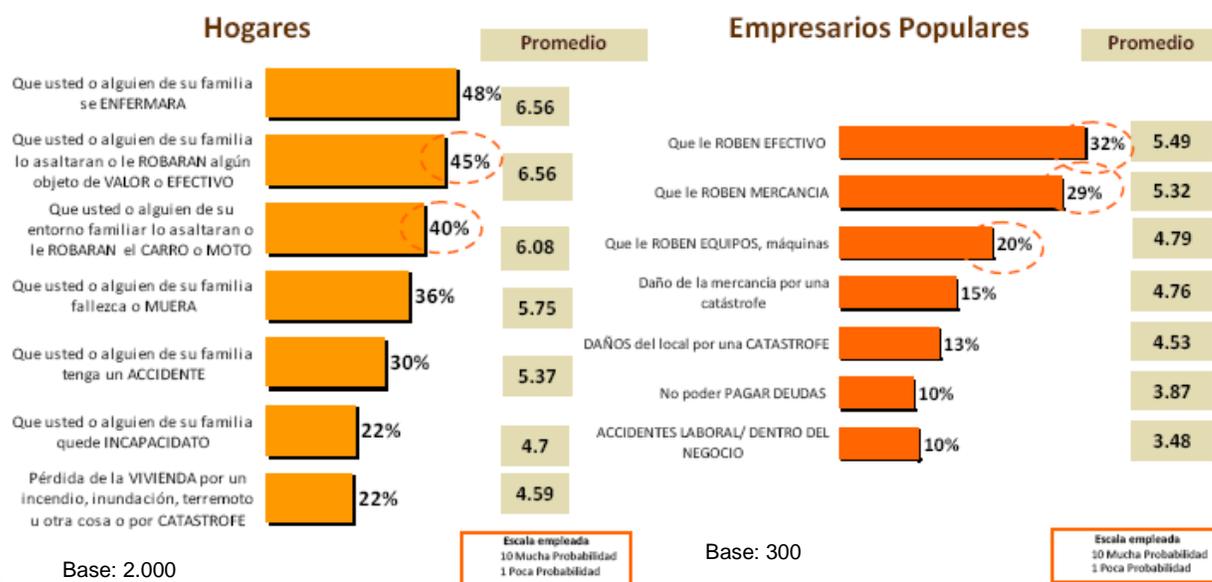
Gráfico 2: ¿Qué impacto de riesgo les preocupa más?



Fuente: Encuesta CAV "Seguros para la mayoría" (2007)

Los problemas de salud y muerte son los que generan mayor impacto obteniendo como resultado que el 96% de la población encuestada se preocupan más por la muerte de algún familiar y el 94% corresponde a preocupaciones por enfermedades.

Gráfico 3: Probabilidad que le asignan a los riesgos principales

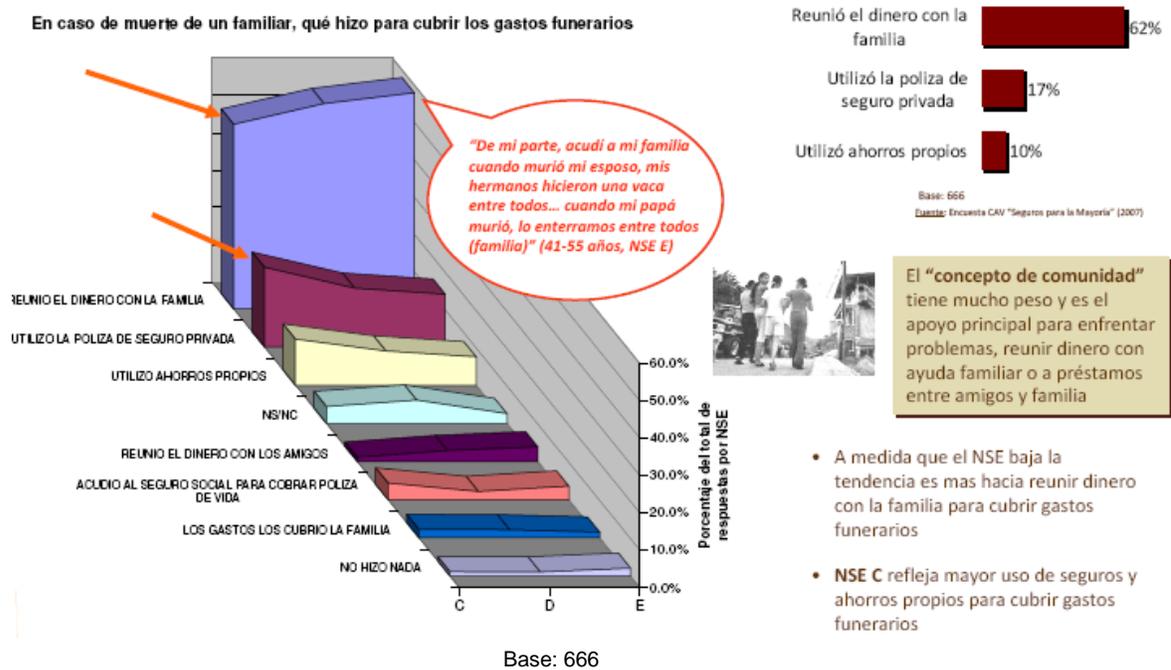


Fuente: Encuesta CAV "Seguros para la mayoría" (2007)

Los robos a pesar de que no tienen mayor impacto se consideran como los riesgos más probables, tanto en Hogares como en Empresarios Populares, PERO salud y muerte siguen siendo muy importantes.

Gráfico 4: ¿Cómo cubren los gastos funerarios?

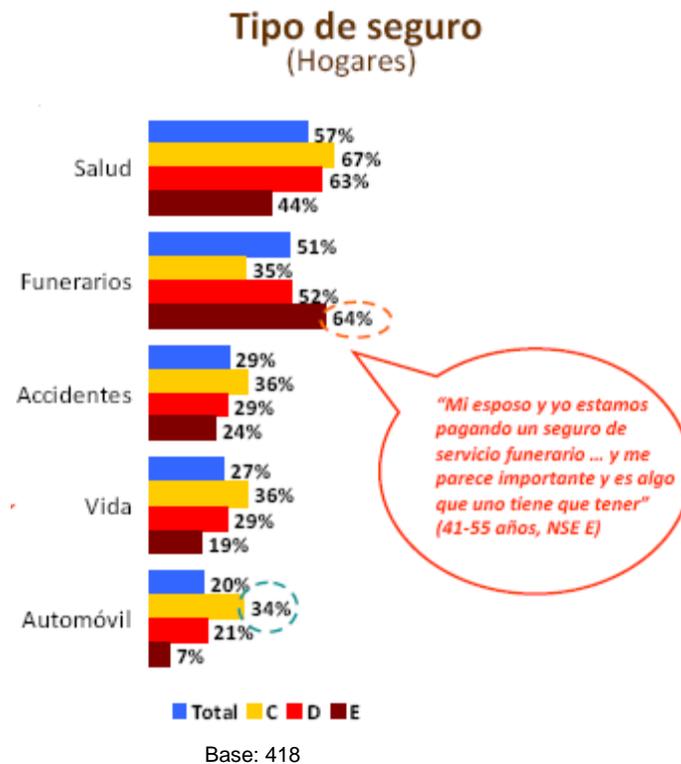
En los últimos 5 años un tercio de los entrevistados ha perdido algún familiar



Fuente: Encuesta CAV "Seguros para la mayoría" (2007)

De esta manera se demuestra la gran preocupación de los venezolanos de bajos ingresos para, por tanto, el microseguro funerario es un producto diseñado para cubrir dichas necesidades.

Gráfico 5: ¿Qué tipo de seguros privados tienen?



Funerarios y salud son los casos donde hay mayor penetración y uso de seguros, pero aún así es bajo. Sin embargo, Vida ha experimentado impulso en los NSE D y E.

CAPÍTULO III: FUNERARIO

CAPÍTULO III: FUNERARIO

3.1. Microseguro Funerario

A pesar de la gran variedad de riesgos a los que está expuesta la población de bajos ingresos en Venezuela, se ha demostrado a través de encuestas que el gran temor de esta población es la muerte o enfermedad de un familiar. Para ello, este trabajo de investigación se enfocará en el diseño de un microseguro funerario, por lo que se iniciará con una breve explicación de dicho producto.¹⁷

Un microseguro funerario no difiere mucho con respecto a las características que posee un seguro funerario convencional, de hecho, su cobertura es muy parecida al momento de asegurar a un individuo. Se utilizan ciertos canales de distribución especiales tales como las Funerarias que a su vez actúan como Redes y Alianzas, procurando hacerles llegar este producto a la población estudiada.

Las características esenciales de un microseguro funerario se enfoca principalmente en las necesidades que tendría una familia al padecer la muerte

¹⁷ Rodríguez, A (2008, Octubre): *Seguros al Alcance de Todos*, "Contribuyendo a acercar el seguro a todos los venezolanos". Ponencia Presentada en X Encuentro de Seguros CAV. Porlamar.

de uno de sus miembros; en especial la muerte del representante económico. Esta situación es de gran preocupación para una familia de bajos ingresos debido a que no tienen los suficientes fondos para poder cubrir dicha muerte, esto a su vez conlleva a la recolección de dinero entre vecinos.¹⁸ Para este tipo de necesidades se quiere implantar un microseguro funerario que cubra y solvete las necesidades de las familias de bajos ingresos en Venezuela.

Este producto ha sido implantado en otros países latinoamericanos, tales como Perú, donde algunas empresas aseguradoras, como por ejemplo Seguros La Positiva tuvieron éxitos en la implementación de microseguros en dicho país¹⁹. También está el caso de Sur África que fue muy exitoso al momento de su implementación y el cual fue considerado como el producto de microseguro más viable para una población de bajos ingresos. Lo que distingue este caso con el de Perú es que la emisión de sus pólizas depende del color de las personas, es decir, las empresas aseguradoras eran un tanto discriminadoras con respecto al precio de las pólizas, sin embargo, los microseguros funerarios en Sur África se caracterizaron por ofrecer beneficios de carácter alimenticio a las familias afectadas, es decir, se les atribuye a las familias afectadas un bono alimenticio que los ayudará a solventar sus necesidades al momento de la

¹⁸ Rodríguez, A (2008, Octubre): *Seguros al Alcance de Todos*, "Contribuyendo a acercar el seguro a todos los venezolanos". Ponencia Presentada en X Encuentro de Seguros CAV. Porlamar.

¹⁹ Seguros La Positiva. (2007). *Casos de Éxito en Microseguros: Perú*. Perú: Juan Manuel Peña

pérdida de un miembro familiar mientras puedan alcanzar estabilidad económica.²⁰

Un microseguro funerario debe tener las siguientes características:²¹

- Cubrir los principales gastos amparados tales como: Ataúd, oficios religiosos, servicios de capilla y cafetín, vehículo fúnebre para el traslado del fallecido, preparación y arreglo del fallecido, servicio crematorio, una parcela de máx. 2 puestos, diligencias de ley y arreglos de flores.
- Dentro de su cláusula deben estar definidos todos los aspectos que describen a una póliza de seguro, por ejemplo, tiempo de vigencia de la póliza, términos del contrato e incluyendo las exclusiones debidas.
- Debe beneficiar a la familia afectada a través de indemnizaciones.
- La empresa que implemente este producto debe aliarse con redes muy allegadas a la población de bajos ingresos.

Estas características hacen del microseguro funerario un producto potencial que cubriría las principales necesidades de una población de bajos ingresos al padecer la muerte de algún familiar.

²⁰ Aliber, M. (2002). *South African Microinsurance Case-Study*. Working Paper N° 33, Research Associate, PLAAS, University of the Western Cape, Johannesburg.

²¹ Entrevista realizada por las autoras de este trabajo a la Presidencia de Memorial (Servicios de previsión funeraria) (20 de Agosto 2009).

3. 2. Sector Funerario Tradicional

El tema de riesgo de muerte ha sido muy polémico debido a su ocurrencia, ya que sucede todo el tiempo, por diversas razones, salud, inseguridad y accidentes lo cual genera mucha incertidumbre en la población. Además del impacto emocional que ocasiona la muerte de un familiar, también genera pérdida monetaria al núcleo familiar más inmediato, que se refleja en el costo en el que se incurre para enterrar al fallecido; al mismo tiempo puede generar pérdidas potenciales, es decir, si muere la cabeza económica de la familia habrá un costo asociado a la sustitución de los ingresos que ahora se dejan de percibir.

El servicio funerario se define como aquel brindado para eliminar o reducir los perjuicios que en el patrimonio de una persona producen determinados acontecimientos fortuitos, distribuyendo aquellos daños sobre una serie de personas en las cuales gravita el mismo riesgo (accidentes, enfermedades) aunque el riesgo no se haya cumplido²².

²² Entrevista realizada por las autoras de este trabajo a la Sra. Gisela González, Gerente de Personas de Premier Seguros. (Caracas, 5 de febrero 2009).

Ante el riesgo de muerte, tradicionalmente se ofrecen pólizas de seguros que cubren pérdidas asociadas a la muerte de un miembro de la familia; estas pólizas no son de carácter accesible para todos los estratos sociales, es por esto que se propone la creación de los **microseguros funerarios**, en los cuales se cubren los gastos funerarios y se puedan contemplar esquemas diversos que lleguen incluso a incluir la reposición temporal de la fuente de ingreso perdido por la muerte del miembro de la familia en sectores de la población de bajos ingresos.

El seguro funerario tradicional se diferencia del microseguro funerario no sólo en el costo de su prima ya que tiene asociado a él una serie de valores agregados, entre los cuales se destacan las redes y alianzas, canales de distribución, y la estrategia de mercadeo.

El componente primordial del microseguro funerario, es el papel que juegan las redes y las alianzas realizadas entre la compañía aseguradora y otras empresas. A través de estas alianzas, la empresa se vuelve competitiva en su producto y disminuye sus costos, es decir, si la empresa aseguradora forma un convenio con una farmacia para que una vez que haya fallecido la cabeza de la familia le provea medicinas al resto del hogar durante 4 meses, generará valor agregado al producto. Por otro lado también se pueden crear redes con las funerarias para que el servicio sea más eficiente y económico, o

con supermercados para proveerle al hogar la cesta básica durante algunos meses²³.

Por su parte los canales de distribución son un componente importante en el producto, ya que a través de ellos se asegurará que el producto llegue al target adecuado, es decir las clases sociales C, D y E en Venezuela, logrando adicionalmente un posicionamiento y confiabilidad en la marca.

La posibilidad de diversificar los canales de distribución está un poco limitada en Venezuela por las regulaciones existentes, por ahora el canal principal podría ser banca-seguro, el cual ayudaría a la bancarización de estos sectores y a distribuir de una manera confiable para los clientes los productos de microseguros²⁴.

En Venezuela, es conveniente explorar otros medios de distribución, debido a la existencia de ciertos riesgos en la forma de pago de estos sectores, es decir, hay alta probabilidad de robo a la hora de trasladar el pago de la prima de su casa al banco, y debido al bajo índice de bancarización en el país. A través de esos nuevos medios se podría organizar una mejor estrategia de mercadeo y lograr el alcance propuesto en el mercado.

²³ Entrevista realizada por las autoras de este trabajo al Presidente Sigma Dental (27 de enero 2009)

²⁴ Entrevista realizada por las autoras de este trabajo al Presidente Sigma Dental (27 de enero 2009)

CAPÍTULO IV: EL MODELO DE NEGOCIO PROPUESTO

CAPÍTULO IV: EL MODELO DE NEGOCIO PROPUESTO

4.1. Modelo de previsión del microseguro funerario:

Las empresas de seguros que han desarrollado productos de microseguros, han utilizado un modelo probado a nivel mundial, denominado **Modelo Socio-Agente**.

Este modelo consiste en la asociación de una organización microfinanciera, que funciona como agente de ventas, con una aseguradora comercial²⁵.

La fortaleza del modelo socio-agente es que el agente tiene por lo general un sistema de comunicación efectivo con el mercado de bajos ingresos, lo que puede aumentar la eficiencia²⁶. Mediante este modelo, también se puede reducir la selección adversa y los costos de transacción, al trabajar con los clientes e infraestructura del agente²⁷.

La estructura del modelo socio-agente, está conformado por una empresa de seguros que actúa como el socio y por un agente que actúa como una Institución Microfinanciera. Las funciones de los mismos se verán

²⁵ Hidalgo, N. (2006). *Casos de éxito de popularización y difusión del seguro entre sectores no tradicionales: los microseguros en América Latina*. Ponencia presentada en el VIII Encuentro de Seguros Porlamar 2006 "Popularización y Difusión del Seguro: Responsabilidad Social del Sector Asegurador". Porlamar, Venezuela, 5 de octubre.

²⁶ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office. Pp 388.

²⁷ Hidalgo, N. (2006). *Casos de éxito de popularización y difusión del seguro entre sectores no tradicionales: los microseguros en América Latina*. Ponencia presentada en el VIII Encuentro de Seguros Porlamar 2006 "Popularización y Difusión del Seguro: Responsabilidad Social del Sector Asegurador".

desempeñadas de una manera más eficiente, ya que tanto el socio como el agente se dedicarán a realizar lo que saben hacer mejor, desarrollar productos y acceder a los sectores de bajos ingresos respectivamente²⁸.

Bajo este modelo los aseguradores ganan, con el arreglo establecido entre la Empresa de Seguros y el agente, acceso instantáneo a grandes cantidades de potenciales clientes en el mercado de bajos ingresos²⁹.

De igual forma los agentes se benefician de estas alianzas, ya que le ofrecen a sus clientes o miembros una mejor calidad de servicios a menor riesgo³⁰.

Por su parte, los asegurados de bajos ingresos también salen beneficiados, ya que tendrán acceso al producto de una manera más adecuada y bajo un esquema profesional, al que de otro modo tendrían acceso muy limitado³¹.

²⁸ Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela. Pp. 79

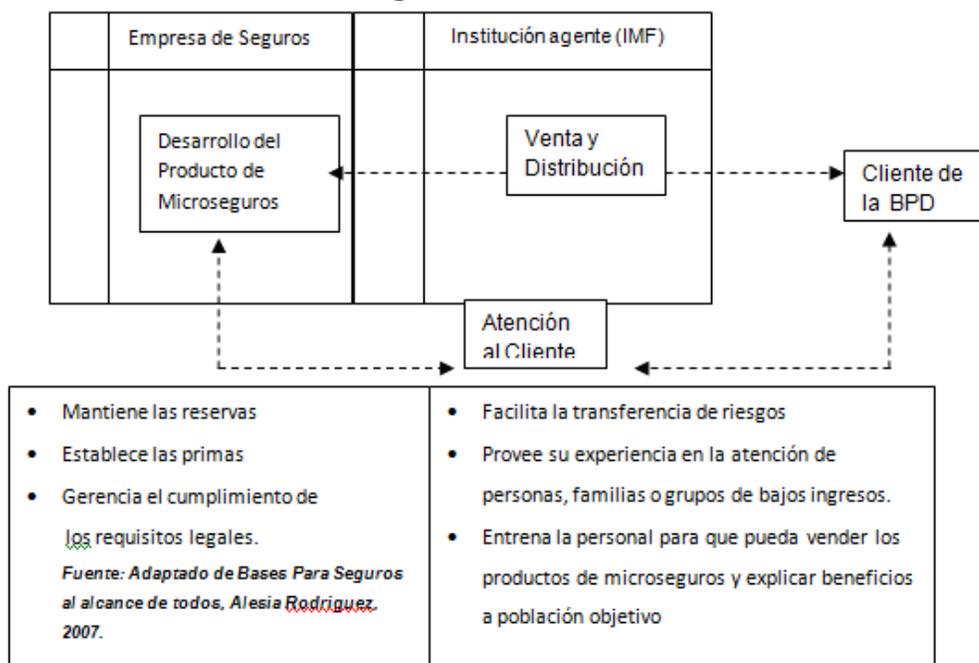
²⁹ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office. Pp. 389

³⁰ Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela. Pp. 79

³¹ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office. Pp. 388,389

Claramente, este modelo tiende a ser beneficioso para todas las partes que lo componen, razón por la cual ha sido un modelo considerado por muchos expertos para comenzar un programa de microseguros³².

Cuadro 1: Modelo Socio-Agente

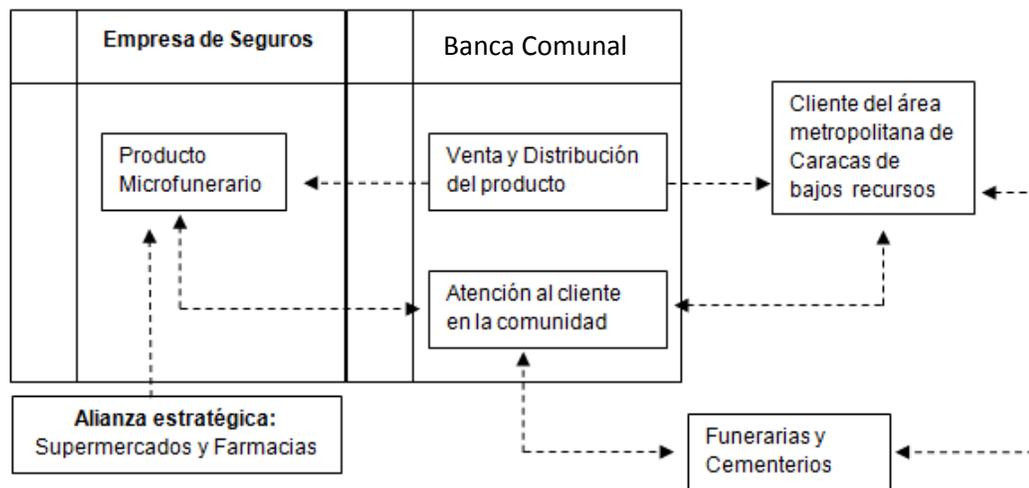


4.2. Modelo Socio Agente para microseguro funerario en Venezuela:

Tomando como base el modelo del socio agente mencionado anteriormente, y ampliando las características del producto estudiado, se plantea el siguiente modelo de negocio:

³² Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela. Pp. 389

Cuadro 2: Modelo Socio-Agente Microseguro Funerario



Fuente: Adaptado por las autoras de este trabajo de Bases Para Seguros al alcance de todos, Alesia Rodríguez, 2007.

En este caso, el modelo estará conformado por la empresa de seguros (socio) que a su vez ha firmado una alianza estratégica con las cadenas de supermercados y las cadenas de farmacias tomando en su conjunto la figura de aliado estratégico, adicionalmente estará conformado por la Banca Comunal la cual tomará la figura de agente y los clientes que serán atendidos por las bancas comunales, funerarias y cementerios en el caso de muerte repentina.

Bajo este modelo los aseguradores ganan, con el arreglo establecido entre la Empresa de Seguros y el agente, acceso instantáneo a grandes

cantidades de potenciales clientes en el mercado de bajos ingresos³³. En vista de que Las Bancas Comunales tienen fácil acceso a la comunidad, y que la ley les permite actuar como agentes microfinancieros, es el que se ha tomado como agente en este modelo para Venezuela.

Por su parte, este modelo también es beneficioso para los asegurados de bajos ingresos, ya que tendrán acceso al producto microfunerario de una manera más adecuada y bajo un esquema profesional. Adicionalmente, si ocurre el siniestro La Banca Comunal, estará allí para darles respaldo, evitando que los asegurados tengan que acudir al asegurador para hacer cumplir su cobertura.

Así mismo, La Banca Comunal se verá beneficiada, ya que podrán ofrecerle a su comunidad una mejor calidad de servicios, asegurando que no ocurran desmejoras en el nivel de vida de las familias que integran esa zona geográfica. Este intermediario, también se verá beneficiado por la cantidad de dinero percibido por concepto de comisiones de venta, el cual podrá invertir en el desarrollo de los proyectos de su comunidad.

³³ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office. Pp. 438

CAPÍTULO V: PRODUCTO DE MICROSEGURO FUNERARIO

CAPÍTULO V: PRODUCTO DE MICROSEGURO FUNERARIO

El diseño de un producto de microseguro, se debe basar en la demanda existente del mismo en el mercado, y se debe determinar qué riesgos son

asegurables y como deben ser administrados para garantizar la viabilidad del producto³⁴.

Es importante destacar que no hay una receta única para la elaboración de un producto de este tipo, ya que las necesidades y preferencias del cliente, los medios apropiados de distribución y las regulaciones varían ampliamente entre un país y otro³⁵. Lo importante es que el producto se ajuste a las necesidades del territorio en el que se aplicará, es por esto que el microseguro funerario desarrollado a continuación, se adaptará a las necesidades venezolanas, garantizando su éxito y sostenibilidad.

5.1. Investigación del Mercado:

Para desarrollar el producto, se debe investigar el mercado al que se le ofrecerá el producto, características geográficas y socio-económicas,

³⁴ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office, pp. 160

³⁵ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office, pp. 160

necesidades de los potenciales clientes, preferencias, patrones de consumo, riesgos que enfrentan, nivel de ingreso, etc.

Para el caso venezolano, se diseñara un producto microfunerario para los niveles socioeconómicos bajos del área Metropolitana de Caracas.

A través del estudio de la composición de la base de la pirámide venezolana, el número de habitantes por vivienda y el ingreso promedio de cada familia, se puede crear un microseguro que sea económicamente accesible para ellos, que cubra a la familia completa y que cubra sus necesidades más inmediatas, como lo es el riesgo de muerte que enfrentan a diario.

Cuadro 3: Caracterización de la vivienda y de la familia

Valores Promedios	Total	C-	D	E
Miembros del hogar	4.7	4.3	4.6	4.9
N° de Hombres	2.4	2.1	2.3	2.4
N° de Mujeres	2.4	2.2	2.3	2.6
Ingreso Mensual del Entrevistado (*)	Entre Bs. 1.000.001 y 1.500.000	Entre Bs. 1.500.001 y 2.000.000	Entre Bs. 1.000.001 y 1.500.000	Entre Bs. 800.001 y 1.000.000
Ingreso Mensual Familiar (*)	Entre Bs. 1.500.001 y 2.000.000	Entre Bs. 2.000.001 y 3.000.000	Entre Bs. 1.500.001 y 2.000.000	Entre Bs. 1.000.001 y 1.500.000
Personas que contribuyen a los gastos	1.9	2.1	1.9	1.9

Base: 2.000

Fuente: Encuesta CAV "Seguros para la Mayoría" (2007)

Nota: Valores expresados en Bs. Su división entre 1.000 los expresaría en BsF.

5.1.1. Población Objetivo:

El producto está dirigido a los sectores socio-económicos C-, D y E de el área Metropolitana de Caracas, buscando ofrecerle servicio a los más vulnerables y a una comunidad más amplia en base al tipo de producto que se quiere introducir en el mercado.

5.1.2. Riesgos que enfrenta la población objetivo:

En la vida de las clases socioeconómicas más bajas el riesgo siempre está presente, y cuando les ocurre un evento inesperado, la manera que tienen para atenderlo, es pidiendo dinero prestado de algún miembro de la comunidad, de una institución microfinanciera, o solicitando ayuda a familiares y amigos, ya que no muchos tienen acceso a los proveedores formales de seguros³⁶.

El riesgo que enfrentan los sectores populares, ocurre con mucha frecuencia, creando un impacto negativo sobre el flujo de dinero en la familia, lo que les dificulta cada vez más cubrir los gastos de la vida cotidiana, como los estudios, alimentos, etc³⁷.

A nivel mundial, los hogares de bajos ingresos normalmente identifican la pérdida de la cabeza de la familia o la enfermedad de un miembro de la familia como su principal preocupación³⁸. En Venezuela, los eventos a los que se les otorga mayor prioridad y por lo que se muestran más preocupados estos sectores son el riesgo de muerte y de salud³⁹.

³⁶ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office, pp. 27

³⁷ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office, pp. 27

³⁸ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office, pp. 29

³⁹ Rodríguez, A (2008, Octubre): *Seguros al Alcance de Todos*, "Contribuyendo a acercar el seguro a todos los venezolanos". Ponencia Presentada en X Encuentro de Seguros CAV. Porlamar.

Estos niveles socio económicos de la población, afrontan la muerte de un familiar a través del sector informal, así como muestran las encuestas, la mayoría de las personas cuando se les ha presentado el suceso de muerte, ha tenido que pedir dinero prestado a sus familiares y amigos. Es decir, a medida que baja el Nivel Socio Económico, la tendencia es más hacia reunir dinero con la familia para cubrir gastos funerarios⁴⁰.

Gráfico 6: Cobertura de gastos funerarios



Fuente: Encuesta CAV "Seguros para la Mayoría" (2007)

El microseguro debe complementar los mecanismos que tienen las clases sociales bajas a la hora de que ocurra una eventualidad, como lo es el uso de sus pocos ahorros si los tienen, o endeudarse con gente de su comunidad para cubrir la necesidad.

⁴⁰ Rodríguez, A (2008, Octubre): *Seguros al Alcance de Todos*, "Contribuyendo a acercar el seguro a todos los venezolanos". Ponencia Presentada en X Encuentro de Seguros CAV. Porlamar.

5.1.3. Características relevantes del producto para el mercado objetivo:

Es importante conocer las preferencias de los potenciales clientes. En el caso venezolano, no parece haber preferencia por un medio particular para recibir la información, y en el 54% de los casos prefieren adquirir el seguro de manera directa con la empresa, y desean que las empresas de seguros de le acerquen con su fuerza de venta⁴¹.

El seguro funerario es el más conocido y popular por estos sectores, y es el de mayor penetración. Sin embargo, la cremación no es vista por estos sectores con mucha receptividad, prefieren una parcela en el cementerio.⁴²

Gráfico 7: Penetración y uso del seguro funerario por NSE C⁻, D y E



⁴¹ Rodríguez, A (2008, Octubre): *Seguros al Alcance de Todos*, "Contribuyendo a acercar el seguro a todos los venezolanos". Ponencia Presentada en X Encuentro de Seguros CAV. Porlamar.

⁴² Rodríguez, A (2008, Octubre): *Seguros al Alcance de Todos*, "Contribuyendo a acercar el seguro a todos los venezolanos". Ponencia Presentada en X Encuentro de Seguros CAV. Porlamar.

■ Total ■ C ■ D ■ E

Base: 419

Fuente: Encuesta CAV “Seguros para la Mayoría” (2007)

Estos sectores esperan que a través de la compra del microseguro, le puedan brindar a sus hijos un mecanismo de ahorro, para que a la hora de una eventualidad poder tener o dejarle recursos a sus familiares.

Referente a las preferencias generales de las características que debe poseer la póliza, los sectores de bajos ingresos esperan que la póliza tenga un nivel de cobertura lo suficientemente amplio, es decir que todo el servicio funerario, gestión del acta de defunción, velación, etc., este cubierto en un 100% por la compañía de seguros.

Con respecto a las personas que incluye la póliza, preferirían tener varios beneficiarios, en donde al menos estén incluidos la esposa y los hijos, de igual forma lo valorarían mucho más, si pudiesen incluir a la madre y al padre del titular aún siendo mayores⁴³.

De igual manera los consumidores de estos sectores desean que el estar asegurados, les ayude a enfrentar el suceso de muerte de sus familiares para no incurrir en gastos inesperados, prefieren que los pagos del siniestro sean

⁴³ Rodríguez, A (2008, Octubre): *Seguros al Alcance de Todos*, “Contribuyendo a acercar el seguro a todos los venezolanos”. Ponencia Presentada en X Encuentro de Seguros CAV. Porlamar

rápidos, ya que ellos no tienen el dinero para pagar y luego solicitar un reembolso.

Según la encuesta CAV 2007, la clase C ha mostrado mayor interés en la cobertura de medicinas, y a un 49% les interesa un producto que incluya la cobertura básica y le genere algún beneficio adicional, tales como acceso a medicinas, cobertura de exámenes médicos, entre otros.

Esperan recibir rapidez en atención, reclamos y pagos, ser atendidos con amabilidad y sin prejuicios, no reflejan preferencias en cuanto al medio por el que desean recibir la información, aunque si prefieren que se les acerquen que ir a las empresas de seguros. Muestran dentro de sus preferencias que les gustaría tener “asesoría” en las áreas que ellos frecuentan, pero que hablen su propio idioma, que el material que se les entregue sea claro y sencillo de entender, y que incluya lo que contempla el seguro adquirido, qué hay que hacer en caso de siniestro, a dónde hay que ir, etc⁴⁴.

Gráfico 8: Preferencias de acceso a los seguros por los NSE C , D y E

⁴⁴ Rodríguez, A (2008, Octubre): *Seguros al Alcance de Todos*, “Contribuyendo a acercar el seguro a todos los venezolanos”. Ponencia Presentada en X Encuentro de Seguros CAV. Porlamar.

No parece haber preferencia por un medio particular por donde recibir información:

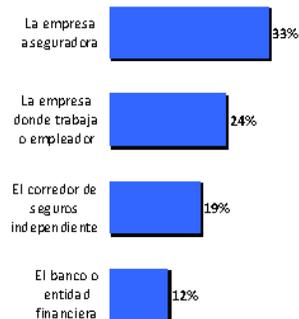
- Corredores de seguros (18%)
- Empresas de seguros o sus vendedores (16%)
- Empleador (16%)
- Publicidad en TV o Radio (14%)
- Por periódico (12%)

Y les gustaría más que se les acercaran que ir ellos

En todos los casos, a excepción de los bancos, prefieren que se acerquen a ellos para ofrecerles y venderles los seguros.

- 54% de los que prefieren adquirirlo directamente con una empresa de seguros quisieran que las empresas de seguros se les acercaran con su fuerza de venta.
- Se observa igual preferencia de que el banco se los ofrezca que ellos ir al banco para adquirirlos (47%)

Pero el 33% si resaltan a las empresas de seguros como el mejor medio de adquirir seguros



Base: 2000
Fuente: Encuesta CAV "Seguros para la Mayoría" (2007)

Base: 2.000

Fuente: Encuesta CAV "Seguros para la Mayoría" (2007)

5.1.4. Potenciales Clientes y su disposición a pagar:

Realizar una estimación del número de potenciales clientes con los que contará la empresa es importante, ya que a través de esto se estimarán los gastos que debe realizar y los ingresos esperados que obtendrá.

En base a la proyección poblacional del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) para el Área Metropolitana, y según la información proyectada de la cantidad de Consejos Comunales existentes en la zona, se podrá proyectar la población objetivo y el número de familias a las que la empresa de seguro

podrá llegarle. Se estima que cada familia asegurada contará con un (1) titular, y con un promedio de hasta (4) miembros que podrán ser beneficiarios; es decir existirá una póliza por familia.

De igual forma, es importante saber cuánto está dispuesto a pagar el mercado objetivo por tener acceso a este servicio, ya que tienen limitaciones económicas y esa es una de las razones principales por las que no están asegurados.

Normalmente cuando se hacen evaluaciones a través de encuestas los potenciales consumidores tienden a sobrestimar su capacidad de pago, es por esto que se debe hacer una evaluación que tome en cuenta los ingresos y las respuestas de las clases sociales bajas, adicionalmente se deben tomar en cuenta posibles cambios en el ingreso para los años siguientes⁴⁵.

En base a esto, se determinó en un estudio de la CAV 2007, que los sectores populares están dispuestos a pagar mensualmente entre 25 y 50 BsF. Estos rangos varían mucho, ya que los potenciales clientes tienen poco acceso a la información y conocen poco sobre el área de seguros.

⁴⁵ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office, pp. 162,163

Según las estimaciones, la tasa bruta promedio tomada en cuenta al momento del estudio es de 53,61BsF por cada 1.000BsF de cobertura, se estima que las familias paguen mensualmente alrededor de 44,68BsF para una cobertura de 10.000BsF y 26,81BsF para una cobertura de 6.000BsF, lo cual se encuentra en los rangos que la población está dispuesta a pagar.

5.2. Investigación continúa del mercado:

Una vez que se haya introducido el producto en el mercado venezolano, deben hacerse continuas investigaciones de mercado, ya que se debe buscar la manera de mejorar en el tiempo la calidad del producto y de los servicios ofrecidos⁴⁶.

Para lograr eso, la empresa debe mantener contacto con sus clientes periódicamente y así podrá identificar los elementos que han causado problemas y de esta manera rectificarlos para que el producto siga siendo eficiente y viable. Este proceso requiere de monitoreo frecuente.

⁴⁶ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office, pp. 163

Para la realización de este monitoreo, una manera de conocer las preferencias e insatisfacciones que posee el cliente sobre el producto es realizando discusiones en mesas con ciertos clientes que puedan aportar información de utilidad para mejorar el funcionamiento del producto.

5.3. La Educación del Consumidor:

Es importante conocer qué tan familiarizado están los potenciales consumidores con la existencia del seguro y de su uso para diseñar una campaña adecuada de mercadeo y de distribución exitosa.

En el caso venezolano, el 65% de la población de bajos ingresos esta desinformado en cuanto al área de seguros⁴⁷, por esta razón la campaña de mercadeo y distribución debe ayudar a los potenciales clientes a entender el producto y cómo funciona para ayudar al manejo de las expectativas de los asegurados.

⁴⁷ Rodríguez, A (2008, Octubre): *Seguros al Alcance de Todos*, "Contribuyendo a acercar el seguro a todos los venezolanos". Ponencia Presentada en X Encuentro de Seguros CAV. Porlamar.

5.4. Elegibilidad:

El microseguro tiene como objetivo lograr un balance entre la cobertura amplia, los beneficios necesarios, primas bajas y la sostenibilidad⁴⁸.

El producto debe ser diseñado de una manera tal, en la que se tomen los grupos familiares como si fueran colectivos, ya que se tendrá el asegurado con varios beneficiarios, en donde el asegurado decidirá el tipo de cobertura que comprará para los miembros del grupo familiar.

En este caso, el grupo a asegurar debe estar conformado por la familia, en donde sólo se podrán incluir familiares por consanguineidad directa siempre y cuando sean asegurables, a cada grupo familiar se le ofrecerán planes de coberturas diferentes.

De igual forma se debe evaluar la edad de las personas a asegurar, en este caso serán asegurables personas entre 0 y 55 años de edad (sin declaración de salud), y de 55 a 65 (con declaración de salud requerida). En caso de que algún miembro de la familia tenga una enfermedad mortal, no será asegurable.

⁴⁸ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office, pp. 164

5.5. Términos de cobertura:

Mediante esta póliza de seguro, la aseguradora se compromete a pagar a los beneficiarios o al titular de la póliza, en caso de fallecimiento, la suma asegurada señalada.

La vigencia de la póliza comienza a partir del momento en que el cliente aprueba la cotización formulada por la Aseguradora, la cual se constatará en el cuadro de la póliza, en donde se indicará la fecha en que se emita, la hora y día de su iniciación y vencimiento. En este caso tendrá una duración de un año con derecho a renovación siempre y cuando no exista incumplimiento en los pagos correspondientes, para evitar las dificultades que implica una cobertura de más tiempo.

Características de las coberturas:

- **Cobertura Tipo A:** la suma asegurada es de 10.000BsF, incluye un bono farmacéutico y alimenticio con un valor de 500bsF mensuales durante los cuatro meses posteriores al siniestro, 4 horas de velación, parcela en cementerio municipal, vehículo fúnebre para el traslado del fallecido a pie

de barrio, preparación y arreglo del fallecido, servicio crematorio, servicio de cafetín para los familiares, arreglo floral y diligencias legales. En este tipo de cobertura, se destinan 6.000BsF al servicio funerario y 4.000BsF a los bonos alimenticios; y pagarán una prima promedio de 536,13BsF anual o 44,68BsF mensual.

- **Cobertura Tipo B:** la suma asegurada es de 6.000BsF, incluye 4 horas de velación, parcela en cementerio municipal, vehículo fúnebre para el traslado del fallecido a pie de barrio, preparación y arreglo del fallecido, servicio crematorio, servicio de cafetín para los familiares, arreglo floral y diligencias legales. Pagarán una prima promedio de 321,68BsF anual o 26,81BsF mensual.

La aseguradora no se verá en la obligación de pagar el siniestro en caso de suicidio del asegurado, si este ocurre antes de que hubiese pasado un año de vigencia de la póliza.

De igual forma, no se verá en la obligación de pagar la indemnización en los siguientes casos:

- Si se presenta una declaración fraudulenta.
- Si el beneficiario muere por causa de enfermedad preexistente.

- Si la muerte del asegurado ocurre antes de la vigencia de la póliza.
- Si los beneficiarios no notificasen la muerte del Asegurado dentro de los cinco (5) días hábiles siguientes a la fecha en que se tenga conocimiento de la ocurrencia de la misma.
- Si no se entregaran los documentos exigidos por la aseguradora.

Si el asegurado emite declaraciones falsas quedara anulada la póliza y el asegurado titular correrá con las consecuencias establecidas por la empresa aseguradora.

Si el titular de la póliza fallece el seguro tendrá continuidad hasta su fecha de vencimiento, en donde quedarán cubiertos todos los beneficiarios.

Para que la declaración sea válida, el asegurado deberá suministrarle a la Banca Comunal los siguientes documentos:

- Declaración de siniestro.
- Original y copia del acta de defunción
- Fotocopia de la C.I. y partida de nacimiento del fallecido.
- En caso de muerte accidental se deberá presentar copia del informe del médico tratante.

En caso de reclamo el asegurado debe acudir a la Banca Comunal de su zona, llenar la declaración de siniestro, la cual será enviada por el agente a la compañía y se emitirán las claves y aprobaciones de siniestro que correspondan al caso.

5.6. Mecanismo de Pago:

El mejor momento para cobrar la prima, será cuando los asegurados tengan dinero en efectivo, por ejemplo; los trabajadores u obreros que cobran semanalmente o quincenalmente, también cuando reciben un préstamo o una transferencia en efectivo del gobierno.

Es decir, se podrá cobrar de manera mensual o anual a través de la Banca Comunal, ya que en Venezuela es la forma de pago salarial más común.

Para garantizar el pago de los asegurados a la empresa, la Banca Comunal se comprometerá a realizar la recolección de los pagos y a proveerle préstamos si es necesario a su cartera de clientes para que puedan pagar las mensualidades a tiempo. De igual forma, si logran mantener un alto porcentaje de pago a tiempo, se le dará una bonificación anual del 1% del valor de la cartera manejada. De esta manera se logrará establecer incentivos a La Banca

Comunal para seleccionar de manera más adecuada los clientes que se podrán asegurar, y se garantizará la gestión de cobranza de la compañía de seguros.

El pago de la prima anual o mensual, mantendrá en vigencia la Póliza por el periodo al cual corresponda dicho pago. Si el asegurado dejara de pagar una Prima mensual o anual en la fecha de su vencimiento, se procederá a anular la póliza.

No obstante, el asegurado tendrá un periodo de gracia para el pago de la Prima, contado a partir de la fecha de vencimiento del periodo anterior. Durante este período la póliza continuará vigente y el asegurado continuará cubierto ante el siniestro.

Los períodos de gracia correspondientes son:

Cuadro 4: Períodos de Gracia

Forma de Pago de la Prima	Días de Plazo de Gracia
Anual	30
Mensual	7

Fuente: Adaptado de cláusulas de plazo de gracia de diversas compañías de seguros venezolanas

5.7. Beneficios del microseguro:

Los beneficios que ofrecerá el microseguro deberían ser ampliamente determinados por la investigación de mercado que se realice. Normalmente, la gente necesita un seguro para que dicho servicio le cubra monetariamente cualquier evento inesperado que les ocurra, por tanto, para que estos beneficios sean accesibles para una población de bajos ingresos se debe tomar en cuenta lo siguiente⁴⁹:

En primer lugar, la empresa aseguradora debe lograr mantener las primas bajas, por ende los costos administrativos deben ser bajos para que así sea más fácil alcanzar dichos beneficios.

En segundo lugar, como el mercado al que está dirigido el microseguro en algunos casos es analfabeta o posee bajos niveles de educación, los paquetes de beneficios son complicados y lleva tiempo en transmitir la información a los clientes de una manera adecuada para que entiendan. Es por esto, que se tomaran como canales de distribución personas que se entiendan mucho mejor con ellos por ser de la misma comunidad, como lo es La Banca Comunal.

⁴⁹ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office, pp. 174, 175

5.8. Beneficios familiares:

La cobertura del microseguro llega hasta los familiares del asegurado, incluir a los familiares implica ventajas significativas para los microaseguradores. Esto se traduce en: mayor número de clientes, menor riesgo de selección adversa y el precio por la unidad familiar es generalmente menor que la suma de las primas individuales. Con estos beneficios se podrá lograr reducir la vulnerabilidad de las familias de bajos ingresos⁵⁰.

De igual forma se traduce en beneficios para las familias que lo adquieren, ya que a la hora de ocurrencia del siniestro tendrán la capacidad de pagar el funeral de sus seres queridos, y no tendrán que incurrir en gastos adicionales o desmejoras en su calidad de vida.

⁵⁰ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office, pp. 178

CAPÍTULO VI: CANALES DE DISTRIBUCIÓN, REDES Y ALIANZAS

CAPÍTULO VI: CANALES DE DISTRIBUCIÓN, REDES Y ALIANZAS

6.1. Canales de Distribución:

Un microseguro funerario para que sea exitoso, depende principalmente de los canales a través de los cuales sea distribuido. Estos son de suma importancia ya que le permite a la empresa de seguros ampliar su nivel de alcance, generando grandes volúmenes de ventas, de la misma manera contribuye al fortalecimiento de la relación empresa-cliente, incrementando sus niveles confianza y aumentando la probabilidad de mantenerlos en el tiempo⁵¹.

Al utilizar diversos canales de distribución, hay ciertos aspectos que deben tomarse en cuenta, principalmente la capacitación del personal que ofrecerá el producto, para que sepa orientar al cliente de una forma clara, directa, rápida y efectiva. Como principales canales se deben tomar aquellos que estén potencialmente más cerca de la población objetivo, ya que podrán entender las necesidades de su comunidad, manteniéndola informada constantemente, permitiendo la ampliación de los puntos de ventas a través de

⁵¹ Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela.

la utilización de altos niveles de tecnología para reducir al mismo tiempo los costos transaccionales asociados⁵².

El uso de la tecnología es un factor fundamental a la hora de implementar el producto a través de los canales de distribución, ya que permite que se masifique el acceso a los microseguros. La tecnología, se podrá utilizar como medio de capacitación de empleados, de la misma manera facilitara la supervisión del asegurador sobre el canal de distribución, así como también ayudará en el proceso de recolección y análisis de la información requerida a la hora de asegurarse⁵³.

Para poder lograr este acercamiento, las empresas de seguros se verán en la necesidad de utilizar canales de distribución innovadores, entre los preferidos se encuentran, las farmacias que esta población frecuenta, supermercados, consejos comunales, cooperativas⁵⁴, banca comunal, banca-seguro, banca desarrollo, ONG, fundaciones u Organizaciones civiles sin fines de lucro, entre otros⁵⁵.

⁵² Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela.

⁵³ *Mc Cord, M. (2007): Microseguros*. Ponencia presentada en el Iera Esquina del Orador Sobre Microseguros. Del 2 al 4 de octubre, Washington, D.C., Estados Unidos.

⁵⁴ Una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se unen voluntariamente para formar una organización democrática cuya administración y gestión debe llevarse a cabo de la forma que acuerden los socios, con el fin de hacerle frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes.

⁵⁵ Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela.

6.1.1. Banca seguro:

La Banca-seguros es un modelo que consiste en que le Banco o entidad financiera se convierta en un comercializador de seguros, en sus mismas oficinas y puntos de ventas. Es considerado un canal de distribución alternativo e importante, siendo actualmente el más desarrollado en Venezuela, a través de este se ha logrado la expansión de los productos de seguros a nuevos clientes. Es un canal idóneo ya que la banca con el uso de su infraestructura y tecnología, permite llegarle a un gran número de asegurados⁵⁶.

Las ventas de seguros bajo este esquema de distribución en Venezuela, ha ido en aumento de manera significativa desde el año 2000, permitiendo llegarle de manera exitosa a diversos niveles de la población, entre los cuales para el año 2005 el 85,24% de las pólizas vendidas fueron a clientes pertenecientes a los estratos sociales CDE. No obstante, el total de primas vendidas por este medio, es todavía pequeño en relación a la cantidad de primas vendidas en el mercado⁵⁷.

⁵⁶ Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela, pp. 117, 118

⁵⁷ Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela, pp. 118

Existen otras alternativas a la banca tradicional para ser utilizadas bajo la misma figura de banca-seguro, como lo son los bancos de desarrollo y bancos comunales⁵⁸. Sin embargo, en Venezuela existe un bajo nivel de bancarización en donde menos de un 35% de la población se encuentra bancarizada, lo cual dificulta la expansión de los microseguros de manera eficiente⁵⁹.

Cuadro 5: Penetración de Banca-seguros en la economía y en el mercado asegurador

Penetración de Banca-seguros en la economía y en el mercado asegurador		
Período: 2000 al 2005		
Año	Prima Banca-Seguro	Prima Banca-Seguro Prima mercado
2000	322	0,0414
2001	2.920	0,3234
2002	4.754	0,5173
2003	6.804	0,6905
2004	11.058	0,9525
2005	16.491	1,1725

Fuente: Estadísticas Cámara de Aseguradores de Venezuela (2005).

⁵⁸ Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela, pp. 119

⁵⁹ Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela, pp. 118

Por ende, la banca es considerada como un aliado estratégico en la distribución de productos de seguros para llegarle a los estratos de bajos ingresos.

6.1.2. Consejos Comunales y Banca Comunal:

Los consejos comunales, son organizaciones de participación y de integración de diversas comunidades, grupos sociales y de ciudadanos organizados⁶⁰, a través de las cuales se ponen en práctica proyectos a favor de solventar los problemas enfrentados por cada sector y les permite a los miembros de cada comunidad ser protagonistas en el proceso de mejora de su territorio⁶¹.

Como los consejos comunales están compuestos por familias que comparten los mismos intereses y necesidades⁶², a medida que las comunidades comienzan a solventar sus problemas, la confianza de la comunidad hacia estas organizaciones crece, haciendo que permanezcan en el tiempo.

⁶⁰ Ley de los consejos comunales. (2006). Asamblea Nacional N° 434, art. 2

⁶¹ Fundacomunal (2009), [on-line] <http://www.fundacomun.gob.ve/>

⁶² Ley de los consejos comunales. (2006). Asamblea Nacional N° 434, art 4.

La normativa de la constitución de los consejos comunales, establece que cada uno deberá contar con unidad de gestión financiera, compuesta por 5 habitantes de la comunidad, electos en la Asamblea de Ciudadanos. Esta unidad debe funcionar como ente de ejecución financiera de los consejos comunales, para administrar recursos financieros y no financieros, servir de ente de inversión y de crédito, y realizar intermediación financiera con los fondos generados, asignados o captados⁶³. Esta unidad es denominada Banca Comunal.

La Banca comunal, toma la figura jurídica de cooperativa, y se rige por la Ley de creación, Estimulo, Promoción y Desarrollo del Sistema Microfinanciero, entre otras leyes. Esta propiedad, le permite a la figura de Banca Comunal ser partícipe del desarrollo de programas o proyectos microfinancieros, le permite producir o comercializar los bienes y servicios ofrecidos por las diversas organizaciones; de la misma manera le permite participar en acciones para el adiestramiento, capacitación, recibimiento de asistencia tecnológica, y productiva, prestada por los entes u organizaciones públicos o privados a los usuarios del sistema microfinanciero⁶⁴.

Este tipo de organizaciones, son excelentes candidatas para ser el canal de distribución del producto microfunerario, ya que para el año 2008 se habían

⁶³ Ley de los consejos comunales. (2006). Asamblea Nacional N° 434, art. 10.

⁶⁴ Ley de Creación, Estimulo, Promoción y Desarrollo del Sistema Microfinanciero. (2001). Gaceta Oficial De La República Bolivariana De Venezuela, n° 37.164, 22 de marzo de 2001, art. 1-7

registrado 26.143 consejos comunales a nivel nacional y se encontraban en proceso 10.669, tal como lo muestran las investigaciones realizadas por el Centro Gumilla⁶⁵. Por su parte, la Ley del Consejo comunal establece que la cantidad de familias pertenecientes a cada consejo comunal varía entre 200 y 400⁶⁶, lo cual implica que es el canal de distribución más importante, ya que a través de La Banca Comunal se lograría un alcance en los sectores C , D y E con mayor rapidez que a través de otros canales de distribución.

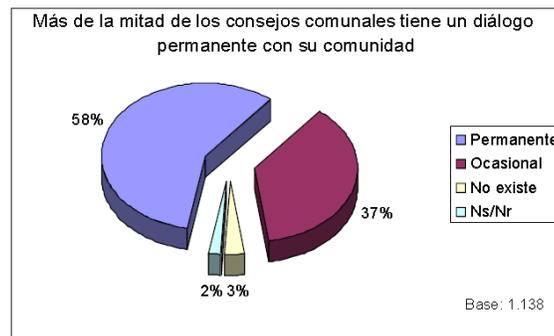
Este alcance, no será únicamente por la cantidad de familias que se encuentran inscritas en cada consejo comunal, sino también por la relación y la confianza que generan estos grupos en su comunidad.

A continuación se presentan unas estadísticas provenientes de un estudio realizado por la Fundación Centro Gumilla durante el año 2008, que demuestra la fortaleza de esta figura en las zonas populares venezolanas:

⁶⁵ Machado, J. (2008). *Estudio De Los Consejos Comunales en Venezuela*. Fundación Centro Gumilla. Caracas, Venezuela

⁶⁶ Ley de los consejos comunales. (2006). Asamblea Nacional N° 434, art 4.

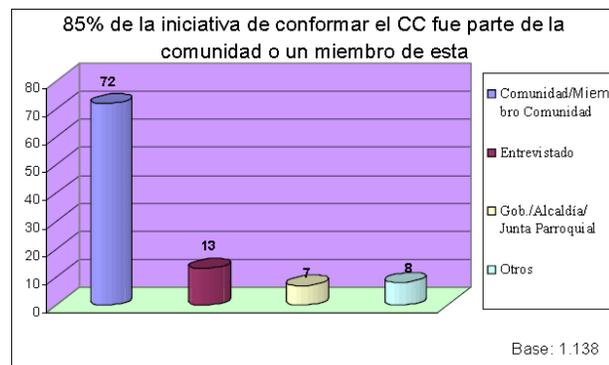
Gráfico 9: Frecuencia de diálogo entre el Consejo Comunal y la comunidad



Fuente: Estudio Consejos Comunales en Venezuela (2008), Fundación Gumilla

A pesar de que sólo el 58% de la comunidad hable permanentemente con el Consejo Comunal, resulta atractivo, ya que es mucho más de lo que podría lograr comunicarse una empresa de seguros por vías normales a estos sectores.

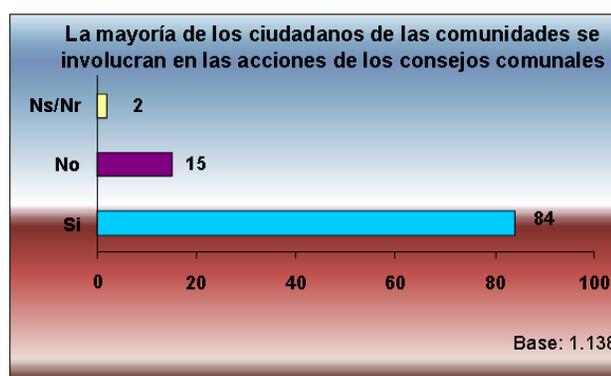
Gráfico 10: Iniciativa de conformación del Consejo Comunal



Fuente: Estudio Consejos Comunales en Venezuela (2008), Fundación Gumilla

Las estadísticas indican que las comunidades creen en los Consejos Comunales como un ente adecuado para la organización y participación⁶⁷.

Gráfico 11: Qué tanto se involucra la comunidad en las acciones del Consejo Comunal

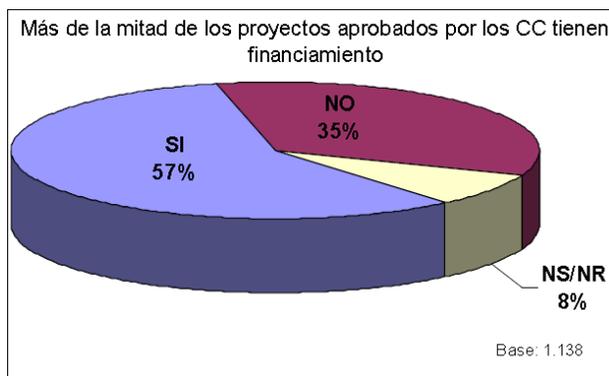


Fuente: Estudio Consejos Comunales en Venezuela (2008), Fundación Gumilla

En el caso del Consejo Comunal como canal de distribución, esta cifra es muy importante, ya que se esperaba que los miembros de la comunidad se involucraran y adquirieran el servicio de microseguros funerario ofrecido por parte de la Banca Comunal en un gran porcentaje.

⁶⁷ Machado, J. (2008). *Estudio De Los Consejos Comunales en Venezuela*. Fundación Centro Gumilla. Caracas, Venezuela

Gráfico 12: Financiamiento de los proyectos aprobados por los Consejos Comunales



Fuente: Estudio Consejos Comunales en Venezuela (2008), Fundación Gumilla

Al momento de ejecutar los proyectos presentados por parte de los Consejos Comunales en pro de canalizar las soluciones a los problemas comunitarios, tienen acceso a un financiamiento relativamente bajo⁶⁸. El bajo financiamiento atenta contra los procesos de participación social, pero abre una ventana para la participación de las empresas de seguros en este mercado.

Los Consejos Comunales se ven en la necesidad de buscar recursos para ejecutar los proyectos, o deben posponerlos. Si ofrecen pólizas microfunerarias a través de la Banca Comunal, y las ventas son en grandes cantidades, el ingreso percibido por comisiones representaría el porcentaje necesario restante para llevar a cabo la mejora de su comunidad.

⁶⁸ Machado, J. (2008). *Estudio De Los Consejos Comunales en Venezuela*. Fundación Centro Gumilla. Caracas, Venezuela

Según el estudio realizado por la Fundación Gumilla, los consejos comunales se han desarrollado en tal magnitud, porque les ha permitido resolver problemas que afectan de manera directa a cada miembro de la comunidad, logrando hacer cada vez más decente el espacio social donde viven y buscando mejorar la calidad de vida de la comunidad⁶⁹.

Los sectores populares piensan en la figura del Consejo Comunal como un mecanismo más efectivo de resolución de sus problemas prioritarios⁷⁰.

En esta medida, y en base a lo reflejado en la encuesta CAV (2007), se puede solventar la demanda individual de servicios funerarios en un espacio común; y al mismo tiempo le brindaría la oportunidad a los miembros de la comunidad de protegerse del impacto de riesgo que más les preocupa, en este caso el riesgo de muerte con un 96%⁷¹, a través de la compra del microseguro funerario, en la Banca Comunal de su zona geográfica. Asegurándose, a través de un ente de confianza, que habla en su mismo idioma y al que podrán acudir rápidamente a la hora de una eventualidad, de no desmejorar su calidad de vida si muere el proveedor principal de la vivienda.

⁶⁹ Machado, J. (2008). *Estudio De Los Consejos Comunales en Venezuela*. Fundación Centro Gumilla. Caracas, Venezuela

⁷⁰ Machado, J. (2008). *Estudio De Los Consejos Comunales en Venezuela*. Fundación Centro Gumilla. Caracas, Venezuela

⁷¹ Encuesta CAV "Seguros para la mayoría" (2007)

6.2. Redes y Alianzas:

A pesar de que los canales de distribución permiten expandir el alcance del producto, no implica que tenga un impacto suficiente en las poblaciones de bajos ingresos. Para realmente garantizar la venta masiva del producto, es necesario conocer a fondo el mercado al que está dirigido, para poder brindarle al producto valores agregados que se ajusten a las necesidades de la población⁷².

Cuando ocurre el siniestro, la cobertura puede ser pagada en efectivo o a través de beneficios. En el caso del microseguro funerario, se deben incluir una serie de beneficios como el ataúd, acta de defunción, la velación, el carruaje fúnebre y el entierro. Para poder brindar estos servicios al cliente de manera efectiva, se deben crear redes y alianzas con los proveedores de los mismos, cementerios, funerarias, etc., ya que se pueden establecer acuerdos, en los que el asegurador reciba un descuento por la compra al mayor de los servicios requeridos⁷³.

⁷² Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela

⁷³ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office.

Al ocurrir el evento de muerte, las familias no solo incurren en gastos funerarios, sino que si muere la cabeza de la familia, se generara un impacto negativo en los ingresos del hogar⁷⁴. En muchos casos, lo que sucede es que el nivel de vida de esta familia disminuye, y los menores de edad podrían dejar de estudiar para comenzar a trabajar⁷⁵.

En este sentido, un reembolso por la diferencia del costo del funeral a los familiares, no necesariamente será beneficioso, ya que se puede gastar muy rápido y no crearía el efecto de sustento para esa familia que se busca⁷⁶.

Es por esto que se piensa en incluir dentro de la cobertura de la póliza, un respaldo financiero, en donde la compañía de seguro a través de las redes y alianzas establecidas con supermercados y farmacias, incluye bonos alimenticios o farmacéutico por unos meses posteriores al suceso de muerte.

El suministro de beneficios durante un periodo posterior al suceso de muerte genera altas posibilidades de tener un impacto mayor en la venta del producto, que el pago de una suma única, que puede ser gastada en un funeral pero no ayuda al hogar a enfrentar la pérdida de ingresos⁷⁷.

⁷⁴ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office.

⁷⁵ Rodríguez, A (2008, Octubre): *Seguros al Alcance de Todos*, "Contribuyendo a acercar el seguro a todos los venezolanos". Ponencia Presentada en X Encuentro de Seguros CAV. Porlamar.

⁷⁶ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office.

⁷⁷ Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office.

Si este tipo de esquemas, no se realizan en alianza con otras instituciones, como las mencionadas anteriormente, generan un alto costo transaccional. No obstante esta desventaja puede ser obviada, si los beneficios se le pagan directamente al proveedor de servicios tales como la farmacia o el supermercado, y ellos se lo suministran al cliente en forma de comida o medicinas.

6.2.1. Funerarias y Cementerios:

Las funerarias también actúan como redes y alianzas, pues éstas son las que ofrecen el servicio funerario como tal. Toda funeraria que posea los componentes básicos y acepten cartas avales serán tomadas en cuenta por las empresas aseguradoras como redes y alianzas⁷⁸. Los aliados deben respetar los convenios llegados, brindar buenos servicios, buenos precios e instalaciones adecuadas para un funeral. Todos estos componentes son muy importantes para la comercialización del microseguro funerario.

Las empresas dedicadas a los servicios funerarios ofrecen ciertos planes que se adaptan a precios solidarios que pueda cubrir una póliza de

⁷⁸ Entrevista realizada por las autoras de este trabajo a la Presidencia de Memorial (Servicios de previsión funeraria (20 de Agosto 2009).

microseguros, es por esto que las empresas aseguradoras toma en cuenta estas empresas para aliarse a ellas.

Los servicios funerarios incluyen todo lo necesario para un funeral incluyendo la parte legal. Ofrece también el servicio de cremación, pues éste es uno de los servicios más económicos debido a que la velación del fallecido es más corta y no ocupa un gran espacio físico como lo son las parcelas.

Por lo tanto, al momento de diseñar un microseguro funerario hay que tomar en cuentas las redes y alianzas mencionadas anteriormente, pues gracias a éstas se lograría expandir el producto y con eficiencia.⁷⁹

6.2. 2. Sector Alimentación:

Tomando en cuenta el valor que los niveles de bajos ingresos le otorgan al sector alimentación, se le incorporará al producto a través de redes que se establecerán con las cadenas grandes de supermercados y con bodegas o con tiendas de compras a conveniencias.

⁷⁹ Entrevista realizada por las autoras de este trabajo a la Presidencia de Memorial (Servicios de previsión funeraria (20 de Agosto 2009).

Normalmente las empresas de seguros, al establecer este tipo de alianzas, llegan a acuerdos en los que la aliada le ofrece un descuento a la aseguradora y le otorga un crédito de 30 días para realizar los pagos respectivos⁸⁰. En este caso, como la empresa de seguro a través de esta alianza le garantizará a las cadenas de supermercados, bodegas y tiendas de conveniencia un volumen mayor, se negociará un descuento del 20% sobre los productos adquiridos y un período de 30 días para realizar los pagos. De igual forma, estas cadenas le ofrecerán a los tenedores de la póliza un descuento del 15% sobre todas las compras realizadas.

Con este acuerdo se establecerán dos tipos de incentivos para el cliente:

- Se le otorgará un descuento del 15% en todos los productos a los portadores del carnet de afiliación a la póliza de microseguro funerario.
- Si ocurre el siniestro, se les dará un bono alimenticio con cualquiera de estos sitios afiliados a través del cual podrán obtener alimentos por un valor de BsF. 500 durante los cuatro (4) meses posteriores al incidente.

⁸⁰ Entrevista realizada por las autoras de este trabajo al Sr. Juan Diego Gómez, Presidente de Premier Seguros (Caracas, 15 de Julio de 2009).

Adicionalmente, a las empresas de seguros estas alianzas les permiten llegar a donde están las personas a las que desea asegurar para informarles y venderles el producto a través de stands y folletos informativos.

6.2.2.1. Grandes Cadenas de Supermercados:

Las alianzas con las grandes cadenas son importantes, ya que las familias de bajos ingresos valoran la calidad de lo que compran y reciben, es por esto que prefieren comprar en grandes cadenas de supermercados, que a pesar de ser más costosas, les garantiza la calidad de los productos.

A través de estas cadenas se les puede brindar información a los potenciales clientes y se atenderán a los clientes afiliados brindándoles descuentos y bonos alimenticios de calidad en caso de muerte repentina en el hogar.

6.2.2.2. Bodegas y Compras a Conveniencia:

Hoy en día en el país, tomando en cuenta las necesidades de la población, se han desarrollado nuevos conceptos de bodegas o compras a

conveniencia, en los que se venden a precios más económicos los alimentos y son de fácil acceso para estas personas.

Este concepto de negocio es útil para el desarrollo del producto, ya que están ubicados en zonas populares, tienen horarios extendidos para que puedan acceder a la hora que deseen, están diseñados para evitar que los clientes hagan colas para comprar sus alimentos, ofrece precios justos y productos de buena calidad.

A través del bono alimenticio y a través del carnet de afiliación, las familias podrán tener acceso a la cesta básica alimenticia, productos de limpieza, de cuidado y aseo personal.

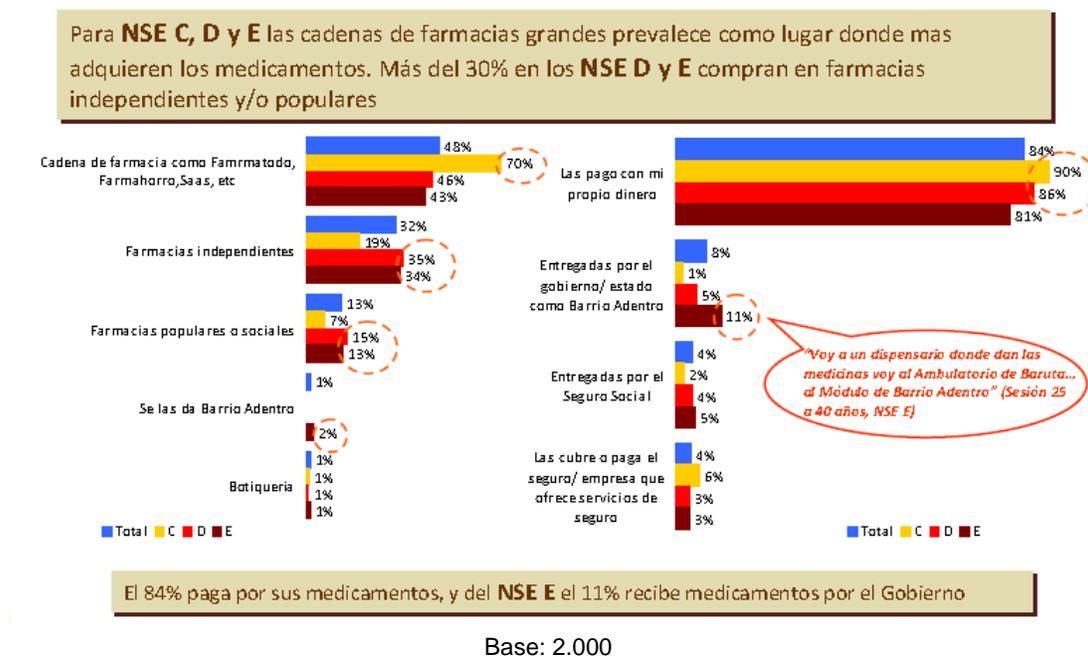
Con la implementación de estos beneficios, se logrará no sólo un mayor alcance del producto, a su vez se evitará que el shock de muerte repentina genere un impacto negativo sobre el nivel de vida que lleven en el momento estas familias.

6.2.3. Farmacias:

El sector salud es un área de gran interés para todas las familias del sector popular, ya que en Venezuela el acceso a estos servicios y a

medicamentos es complicado, y alrededor del 84% de las familias de los sectores populares pagan de sus ingresos los medicamentos⁸¹. Es por esta razón y porque alrededor del 93%⁸² de las personas pertenecientes a estos estratos compran sus productos farmacéuticos en grandes cadenas de farmacias y redes populares de farmacias, que se les otorgaran beneficios a los asegurados para la compra de medicamentos a través de estos modelos de negocios.

Gráfico 13: Dónde compran los medicamentos



Fuente: Encuesta CAV "Seguros para la Mayoría" (2007)

⁸¹ Rodríguez, A (2008, Octubre): *Seguros al Alcance de Todos*, "Contribuyendo a acercar el seguro a todos los venezolanos". Ponencia Presentada en X Encuentro de Seguros CAV. Porlamar.

⁸² Rodríguez, A (2008, Octubre): *Seguros al Alcance de Todos*, "Contribuyendo a acercar el seguro a todos los venezolanos". Ponencia Presentada en X Encuentro de Seguros CAV. Porlamar.

Los términos de la alianza serán los mismos establecidos para el caso del sector alimenticio, en donde se negociará un descuento del 20% sobre los productos adquiridos y un período de 30 días para realizar los pagos. De igual forma, estas cadenas le ofrecerán a los tenedores de la póliza un descuento del 15% sobre todas las compras realizadas.

Los beneficios establecidos para los clientes, serán a través del descuento del 15% en todos los productos a los portadores del carnet de afiliación a la póliza de microseguro funerario y en caso de siniestro, se les dará un bono en medicinas con cualquiera de estos sitios afiliados a través del cual podrán obtener medicamentos por un valor de BsF. 500 durante los cuatro (4) meses posteriores al incidente.

Adicionalmente a la empresa de seguro estas alianzas le permiten llegar a donde están las personas a las que desea asegurar para informarles y venderles el producto a través de stands y folletos informativos.

6.2.3.1 Grandes Cadenas de Farmacias:

Los estudios realizados acerca de las preferencias de consumo de los sectores populares demuestran que un alto porcentaje prefiere adquirir sus medicamentos en farmacias reconocidas.

Es por esto, que se realizaran acuerdos con las farmacias más importantes del país, que sean reconocidas, de fácil acceso para estos sectores y que les garantice la calidad de los medicamentos, para incentivarlos a asegurarse y para evitar una disminución en la calidad de vida de esta población.

6.2.3.2. Farmacias locales o de conveniencia:

Las farmacias locales o convenientes, son una red de farmacias orientadas al sector socioeconómico popular, principalmente a sectores C y D⁸³, a través de la cual se ofrecen productos que satisfacen las exigencias y

⁸³ La Botiqueria (2009), [on-line] http://www.botiqueria.com/index.asp?spg_id=6

necesidades del consumidor: medicinas, productos de higiene, de cuidado personal y alimentos.

Como bien lo demuestra el estudio realizado por la CAV, el 30% de la población de bajos ingresos, compra sus medicamentos en farmacias locales o populares, es por esta razón que resulta importante realizar alianzas con las farmacias de conveniencia.

En este tipo de negocios, se venden diferentes categorías de productos, que van desde medicinas hasta alimentos no perecederos, se han desarrollado de manera innovadora para ser de carácter popular y sencillo, y están diseñados para generar la misma confianza que logran las grandes franquicias en las personas de bajos ingresos.

Adicionalmente, a través de esta red de farmacias se le ofrecerán servicios a los sectores de bajos ingresos, a los que normalmente no tienen acceso como lo son: turnos de 24 horas para poder atender las necesidades de las personas de la comunidad a cualquier hora del día, ofrecen tomar la tensión arterial de sus clientes sin costo alguno, ofrecen servicios de alimentación y nutrición a través del cual colaboran con la comunidad a mantener niveles saludables de peso y de esta manera de salud, tienen cajeros automáticos dentro de las tiendas lo cual le brinda una alternativa a la gente de la zona para disponer de dinero en efectivo en todo momento, brinda servicios de foto

revelado, servicio de fotocopiado, centro de comunicaciones y asesoría oftalmológica (examen de la vista gratuito).

Hoy en día este tipo de farmacias populares busca convertirse en la segunda red más importante del país, es un proyecto que está en expansión y se ubicaran al pie de los barrios. Como está diseñado para brindarle seguridad y confianza a la hora de comprar sus medicinas a los sectores de bajos ingresos, es un buen modelo de negocio con el que se puede aliar el microseguro, pues permitirá enfrentar costos de medicinas necesarios en el tratamiento de una enfermedad repentina de alguno de los miembros de la familia sin incurrir en grandes gastos.

CAPÍTULO VII:

**ESCENARIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL MICROSEGURO
FUNERARIO EN LA ZONA METROPOLITANA DE CARACAS PARA UNA
EMPRESA MEDIANA DE SEGUROS**

CAPÍTULO VII: ESCENARIOS DE LA IMPLEMENTACIÓN DEL MICROSEGURO FUNERARIO EN LA ZONA METROPOLITANA DE CARACAS PARA UNA EMPRESA MEDIANA DE SEGUROS

7.1. Marco Metodológico:

El presente estudio tiene como objeto analizar la viabilidad de las empresas de seguros de implantar un microseguro funerario en Venezuela. En este sentido, se trata de una investigación que procura obtener una visión estratégica sobre el impacto de la creación de este mecanismo tanto sobre la población de bajos ingresos, como de la sostenibilidad del desarrollo de la actividad microaseguradora funeraria para una empresa de seguros mediana.

En cuanto al nivel de diseño de la investigación, se puede caracterizar en parte como documental, en vista de que constó de un proceso de recopilación, análisis e interpretación de datos secundarios obtenidos de fuentes digitales o electrónicas y se utilizaron fuentes de estudios específicos realizados en el contexto venezolano. La tesis aportará con el desarrollo de un marco estratégico conceptual y a través de un modelo simple, sencillo y base para hacer una aproximación general del posible comportamiento de las variables

que entran en juego al momento de desarrollar un producto de microseguro funerario en el contexto venezolano.

Las fuentes documentales de los datos anteriormente citados, se concentran en formatos digitales e impresos disponibles únicamente en la Cámara de Aseguradores de Venezuela, así como también de información suministrada por la Cámara Funeraria de Venezuela, cifras demográficas diversas de fuentes oficiales (INE) y cifras pertinentes al análisis por otras fuentes de información citadas respectivamente en cada caso.

Variables

Las principales variables a ser utilizadas en el estudio son:

- Estructura de costos de las compañías de seguros.
- Características de los sectores de bajos ingresos y los niveles de ingresos según niveles socioeconómicos C, D y E.
- Promedio de mortalidad anual.
- Necesidad de aseguramiento y receptividad a estar asegurados.

- Siniestralidad estimada.
- Densidad Poblacional estimada.

Lograr un gran volumen de asegurados es uno de los objetivos primordiales además de alcanzar la eficiencia operativa. Por ende, las estimaciones de a cuántos potenciales clientes se les llegará, comisiones que se les pagará a los intermediarios (Banca Comunal), gastos administrativos, entre otros factores que afectan estas categorías, son importantes en el análisis.

Para llevar a cabo el desarrollo del modelo económico sobre una empresa de seguros mediana al momento de implantar el producto de microseguros funerarios, se tomará en cuenta una tasa bruta colectiva debida que ésta es competitiva en el mercado de seguros y la cual se rige bajo la Providencia de Regulaciones del Seguro Colectivo. A fines de esta regulación la tasa bruta anual se calcula de la siguiente manera*:

$$P''_{x:1} = q_x + \frac{1,5}{0,65}$$

Siendo:

- $P''_{x:1}$: Prima bruta anual para un asegurado de X años de edad.

- X : La edad referencia del asegurado titular.
- q_x : La tasa bruta anual de mortalidad extraída de la Tabla Gruppen Kapital M Nner (GKM) 1995, que se encuentra en la Ley de Regulaciones del Seguro.
- 1,5: Recargo o Margen de seguridad.
- 0,65: Costo operativo (1 - Gastos administrativos incurridos). Donde se entiende por gastos administrativos, el gasto en el que incurre la empresa por personal y pago de comisiones.

Al cotizar, renovar o contratar una prima de microseguro funerario, se utilizará la tasa bruta señalada anteriormente ya que no se tiene conocimiento de la edad del asegurado titular, por lo tanto, se tomará como referencia la edad de cuarenta y cinco (45) años. Esta referencia se toma de la Regulación del Seguro Colectivo de Vida como base técnica de la misma.

La tasa de mortalidad anual que se toma en cuenta por la ley para hallar Q_x está basada en una tabla de mortalidad de la población alemana del año 1995. Debido a la falta de información actuarial sobre la población de bajos ingresos latinoamericana, las primas serán calculadas en base a la información actuarial suscrita en la ley, por esta razón y en vista de la probabilidad de que

no se ajuste totalmente a la realidad venezolana, se tomarán en cuenta diversos escenarios de siniestralidad.

X	Q _x
45	2,7107

Fuente: Gaceta N° 5.441 del 21 de Febrero de 2000.

Luego de obtener el resultado obtenido de la formula anterior para el cálculo de la prima del asegurado titular, se le adiciona BsF. 48 por cada mil (BsF. 1.000) de capital asegurado. Este último, es una tasa promedio que desde el punto de vista actuarial, es una tasa solidaria que recompensa y sirve para asegurar un grupo familiar promedio, esta suma será la prima a cobrar por asegurar a cada grupo familiar. La cobertura adicional que podrá incluirse en el contrato será “el pago por fallecimiento de cada uno de los siguientes miembros de la familia del asegurado, los padres, el cónyuge, la concubina/concubino cuando no exista cónyuge y los hijos del asegurado con edades inferiores a veintitrés (23) años de edad”.⁸⁴ De esta manera, se estará cubriendo un margen de seguridad que va dirigido a todas las clases sociales.

⁸⁴ *Providencia de la Regulación del Seguro Colectivo de Vida* (Providencia N° 41). (2000, Febrero 21). Gaceta oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 5.441, Febrero, 2000.

Basando en que se busca la eficiencia operativa de la empresa, se utilizará una tasa de costo operativo de 75%, siendo los gastos administrativos 20% y gastos por comisiones 5%.

$$P''_{x:1} = q_x + \frac{1,5}{0,75}$$

Por otro lado, se tomó en cuenta a la Banca Comunal como canal de distribución principal ya que cumple con las características esenciales necesarias para lograr el alcance deseado en la población de bajos ingresos, permitiendo generar grandes volúmenes de venta para la empresa aseguradora. Este canal de distribución es de gran relevancia al momento de implantar el microseguro debido a que contribuye en la comercialización y alcance del producto y a su vez fortalece la relación con los clientes luego de la post - venta, así como también, permite generar confianza y realizar con eficacia operaciones financieras de pequeña escala en lugares de fácil acceso⁸⁵.

Mediante la recopilación de información financiera y contable que caracteriza a las empresas de seguros del sector asegurador en el área metropolitana de Caracas, y bajo la estructura de una empresa de seguros

⁸⁵ Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela.

mediana, en conjunto con la información socio demográfica de sectores de bajos ingresos de Venezuela como indicadores claves, se construirá un modelo en el que se realizará un análisis estratégico y financiero del producto de microseguro funerario, evaluando la posibilidad de creación de redes y alianzas, así como el uso de innovadores canales de distribución, lo que hará accesible el producto para las personas de bajos ingresos. Específicamente se desarrollará a través de un análisis de venta/ volumen para calcular el margen de utilidad aceptable que haga al producto sostenible en el tiempo tomando en cuenta los diversos niveles de operatividad y siniestralidad.

Por otro lado, con base a las características relevantes de las familias de bajos ingresos, se elaborará un simulacro del bienestar reflejado en donde se crearán varios escenarios de familias con y sin seguro funerario, expuesto al shock de muerte repentina de un miembro de la familia (preferiblemente el jefe del hogar), y se desarrollarán sus implicaciones inmediatas, a corto y mediano plazo, a través de un análisis de carácter descriptivo.

El modelo estimado y sus implicaciones serán especificados y explicados en la sección pertinente que se presenta a continuación.

7.2. Análisis Empírico:

7.2.1 Data:

Para la realización del análisis empírico se utilizaron datos anuales proyectados correspondientes a la población de la República Bolivariana de Venezuela. La data utilizada fue tomada de las Estadísticas Demográficas proyectadas por el Instituto Nacional de Estadísticas de la República Bolivariana de Venezuela (INE) con base censo 2001 hasta 2015 [Ver anexo 1].

Por otro lado, se utilizaron los porcentajes de distribución poblacional por Estratos Sociales de la República Bolivariana de Venezuela. La data utilizada fue tomada del estudio Socio-demográfico 2005, realizado por Datos y Pulso del Consumidor 2009 [Ver anexo 2].

Se utilizó la información de cantidad de Consejos Comunales constituidos para el año 2008 en la zona Metropolitana de Caracas dividido por municipio. Esta data fue suministrada por la Alcaldía Metropolitana⁸⁶ [Ver anexo 3]. De igual forma, para realizar las proyecciones del crecimiento de los Consejos Comunales, se utilizó la información de los Consejos Comunales

⁸⁶ Entrevista realizada vía telefónica por las autoras de este trabajo al Sr. Robiro Terán trabajador de la Alcandía Metropolitana (23 de septiembre de 2009).

constituidos para el año 2008 en la República Bolivariana de Venezuela y los que se estimaban para el año 2009. Esta información fue obtenida del estudio de los Consejos Comunes en Venezuela 2008 realizado por la Fundación Centro Gumilla.

Adicionalmente, se utilizaron los ingresos promedios mensuales percibidos por las familias venezolanas, divididos según el Nivel Socio Económico (NSE). Esta data fue extraída de la encuesta realizada por la Cámara de Aseguradores de Venezuela (CAV) "Seguros para la Mayoría 2007" con base 2000.

7.2.2. Presentación e Interpretación de los Resultados

Se plantearon dos escenarios posibles para empresas medianas de seguro, en donde se diferencian por su eficiencia operativa. Con esta comparación se buscó demostrar la viabilidad del producto en cualquiera de los casos y resaltar la importancia del nivel de eficiencia de las empresas de seguros a través de la utilidad reflejada en ambas.

7.2.2.1. Cálculo de la Prima

Para una empresa mediana que cuenta con un 20% de gastos administrativos y un 5% de gastos por comisiones:

$$P''_{45\ 1} = \frac{(2.7107)_{45} + 1,5}{0,75}$$

$P''_{45\ 1} = \text{BsF. } 53,61$ por cada 1.000 Bs F de Cobertura.

Tabla 6: Tasa Bruta, valor de las primas anuales y mensuales para la empresa 1

De la fórmula anterior se obtienen los siguientes resultados:

Producto Microfunerario		Anual Bsf	Mensualmente BsF
Tasa bruta colectiva por cada 1000Bs F	53,61		
Tipo A	Cobertura de 10.000	536,13	44,68
Tipo B	Cobertura de 6.000	321,68	26,81
Comisiones pagadas por poliza tipo A (5%)		26,81	
Comisiones pagadas por poliza tipo B (5%)		16,08	

Para una empresa mediana que cuenta con un 10% de gastos administrativos y un 5% de gastos por comisiones:

Se hace el mismo procedimiento para la empresa mediana 2

$$P''_{45\ 1} = \frac{(2.7107)_{45} + 1,5}{0,85}$$

$P''_{45\ 1}$ = BsF. 52,95 por cada 1.000 Bs F de Cobertura.

Tabla 7: Tasa Bruta y valor de las primas anuales y mensuales para la empresa 2

Producto Microfunerario		Anual Bsf	Mensualmente BsF
Tasa bruta colectiva por cada 1000Bs F	52,95		
Tipo A	Cobertura de 10.000	529,53	44,13
Tipo B	Cobertura de 6.000	317,72	26,48
Comisiones pagadas por poliza tipo A (5%)		26,48	
Comisiones pagadas por poliza tipo B (5%)		15,89	

Como se observa en la tabla, a pesar de que la empresa 2 es más eficiente operativamente que la empresa 1, la variación en la prima cobrada al consumidor es un monto menor a BsF.1 en los dos tipos de pólizas.

7.2.2.2. Densidad Poblacional estudiada:

Se tomó como universo la población de la zona Metropolitana de Caracas proyectada por el INE distribuida por municipios (Baruta, Chacao, el Hatillo, Libertador y Sucre).

De esta manera, se proyectó la población a una tasa de crecimiento del 16,43%, la cual fue extraída de los Indicadores demográficos proyectados por el INE hasta el año 2007. Se tomó el año 2007 como referencia debido a la desactualización de la tasa de crecimiento poblacional.

Tabla 8: Universo Poblacional proyectado por el INE del Área Metropolitana de Caracas.

Estimaciones	2009	2010	2011	2012
Universo poblacional area metropolitana CCs Cifras proyectadas INE	3.205.463	3.732.121	4.345.308	5.059.242

Para el estudio deseado se requiere diferenciar la densidad poblacional por Nivel Socio-Económico (NSE), en base a los porcentajes de distribución población presentada en el estudio realizado por Datos y Pulso del Consumidor 2009:

Tabla 9: Densidad poblacional según NSE.

Según Datos y Pulso del Consumidor 2009	2009	2010	2011	2012
% que representa cada estrato en la torta 100%	3.205.463	3.732.121	4.345.308	5.059.242
A, B y C+ 4%	128.219	149.285	173.812	202.370
C- 15%	480.819	559.818	651.796	758.886
D 23%	737.256	858.388	999.421	1.163.626
E 58%	1.859.169	2.164.630	2.520.279	2.934.360
Total NSE (C-, D y E)	3077244	3582836	4171496	4856872

7.2.2.3. Estimaciones, Proyecciones de Consejos Comunales y Mercado Objetivo del Área Metropolitana de Caracas.

En base a la información recopilada tanto de la Alcaldía Metropolitana y la Fundación Centro Gumilla, se calculó la proporción que representa el Área Metropolitana respecto al total de Consejos Comunales del país para el año 2008 siendo este un 3,8%. De igual manera, se estimó la proporción que representan los municipios con respecto al total de Consejos Comunales constituidas en el Área Metropolitana para el año mencionado anteriormente.

Área Metropolitana	100%
Chacao	2,03%
Hatillo	6,28%
Baruta	9,11%
Sucre	29,35%
Libertador	53,24%

La empresa de seguros para determinar su mercado potencial a través de los consejos comunales, debe basarse en la Ley de Consejos Comunales en donde se establece que hay entre 200 y 400 familias por Consejo Comunal. En base a esto, este proyecto se realizó una estimación de la cantidad de familias a la que se le podría llegar utilizando la Banca Comunal como canal de distribución.

De igual forma, para estimar la población total por cada Consejo Comunal se tomó el promedio de 4 miembros por familia así como lo demostró el estudio realizado por la Cámara de Aseguradores de Venezuela. Por otro lado, se tomó el número de Consejos Comunales por municipio y se multiplicó por el número de familias promedio (250) que lo constituye.

Se realizó una estimación de crecimiento anual de los Consejos Comunales en base a lo que la Fundación Centro Gumilla esperaba para el año 2009. Este resultado arrojó un crecimiento del 40,81%, el cual no puede ser tomado como constante debido a que no se conocen las causas de este crecimiento, puede ser extraordinario o no. Por lo tanto, el cálculo de este crecimiento se realizó de la siguiente manera:

- Primero, se calculó el número de familias totales pertenecientes al Consejo Comunal para el año 2008 tomando como premisa un promedio de 250 familias por Consejo Comunal, se multiplicó este promedio por el número de Consejos Comunales constituidos (992) para el año 2008. Seguidamente, se calculó el número de personas al que se les llegaría, tomando como premisa un promedio de cuatro (4) personas por familia; multiplicando el número de familias obtenidas en el resultado anterior por el promedio de integrantes familiar. A esta cantidad de personas, se les restó el porcentaje perteneciente al NSE A, B y C⁺ (4%), para totalizar el mercado objetivo.

- En segundo lugar, se hizo lo mismo para el año 2009, con la diferencia de que se le aplicó al número de Consejos Comunales del Área Metropolitana para el año 2008, un porcentaje de crecimiento de 40,81%.
- En tercer lugar, como no se conoce el comportamiento de crecimiento de los Consejos Comunales como se mencionó anteriormente, se proyectó para los años posteriores (2010, 2011, 2012) en base a la tasa de crecimiento poblacional del 16,43% expuesta por el INE en sus Indicadores demográficos. Al número de personas pertenecientes a los Consejos Comunales para el año 2009, se le aplicó dicha tasa de crecimiento obteniendo el número de personas pertenecientes a los Consejos Comunales para el año 2010. Dicha cifra se dividió entre el promedio de personas por familias (4) para calcular el número de familias pertenecientes a los Consejos Comunales de ese año. Finalmente, la cantidad de familias obtenidas se dividió entre el promedio de familias estimadas por Consejo Comunal (250) para obtener la cantidad de Consejos Comunales conformados para el año 2010. Este procedimiento se realizó de igual forma para hacer las proyecciones de los siguientes años (2011, 2012).

A la totalidad de Consejos Comunales proyectados en el país, se le aplicó el porcentaje que representa el Área Metropolitana y a su vez el porcentaje que representa cada municipio.

Tabla 10: Consejos Comunales estimados y proyectados.

	2008	2009	2010	2011	2012
Según Alcaldía Metropolitana y Fundación Centro Gumilla	992	1.397	1.626	1.894	2.205
Mun. Sucre	293	410	477	556	647
Mun. Chacao	20	28	33	38	45
Mun. El Hatillo	62	88	102	119	138
Mun. Baruta	89	127	148	173	201
Mun. Libertador	528	744	866	1.008	1.174

Tabla 11: Estimación de familias y personas por comunas.

	2009	2010	2011	2012
Numero de flia por comuna se estima un promedio de 250	349.209	406.584	473.386	551.163
Cantidad de personas estimadas tomando 4 personas por familia	1.396.835	1.626.335	1.893.542	2.204.651
Numero de personas NSE C-, D y E	1.340.962	1.561.282	1.817.800	2.116.465

7.2.2.4. Proyección de Asegurados.

Para los tres (3) primeros años, como el producto es nuevo en el mercado, se estimó que tendría un porcentaje de penetración sobre los Consejos Comunales de la zona Metropolitana de Caracas de un 40%.

Del porcentaje de penetración, se estima que para el primer año se asegurarán el 70% de las familias pertenecientes a dichos Consejos Comunales, 75% para el segundo año y 80% para el tercero.

Respecto a las renovaciones, según especialistas en el tema⁸⁷, se estima que un 80% de las personas aseguradas renuevan su póliza de seguros para el primer año. A medida que el producto vaya adquiriendo popularidad y reconocimiento por los sectores de bajos ingresos, el porcentaje de renovación debería incrementarse, por esa razón se tomó para el año 2 y para el año 3 un porcentaje de renovación de 85%.

Los nuevos clientes por año vienen de la diferencia entre las familias que se asegurarán ese año y las renovaciones del año anterior.

⁸⁷ Entrevista realizada por las autoras de este trabajo al Sr. Álvaro Andrés Gerente de Contabilidad de Seguros Premier (18 de Septiembre de 2009).

Tabla 12: Proyecciones de familias aseguradas y de renovaciones.

Proyección de Asegurados	2010		
	Penetración C.C	Se va a asegurar	% Renovación para 2011
Porcentaje de CC al que se estima llegar	40%	70%	80%
Proyeccion estimada de cc a los que se le llegara los primeros tres años	651		
Proyeccion estimada de familias a las que se le llegara	162.634	113.843	91.075
Numero de personas por familia (4 personas por familia) que al final titulares+beneficiarios	650.534	455.374	364.299

Para el año 2010, se estimó que se le llegaría a un 40% de los Consejos Comunales constituidos, lo que se traduce en 162.634 potenciales pólizas. Este resultado se multiplica por el promedio de miembros de una familia (4) para obtener el número de beneficiarios. Lo mismo se aplica para los próximos dos años.

Del mercado de potenciales clientes, se asume que se asegurará el 70% de las familias pertenecientes a los 651 Consejos Comunales, y el 80% de los asegurados en el año 2010, se estima que renovarán su póliza.

Proyección de Asegurados	2011			
	%De penetración C.C	Se va a asegurar	nuevos clientes	% Renovación para 2012
Porcentaje de CC al que se estima llegar	40%	75%		85%
Proyeccion estimada de cc a los que se le llegara los primeros tres años	757			
Proyeccion estimada de familias a las que se le llegara	189.354	142.016	50.941	120.713
Numero de personas por familia (4 personas por familia) que al final titulares+beneficiarios	757.417	568.063	203.764	482.853

En el año 2011 se utiliza el mismo método para calcular el número esperado de asegurados y de renovaciones.

Proyección de Asegurados	2012			
	%de penetración C.C	% que se va a asegurar	nuevos clientes	% Renovación para 2013
Porcentaje de CC al que se estima llegar	40%	80%		85%
Proyeccion estimada de cc a los que se le llegara los primeros tres años	882			
Proyeccion estimada de familias a las que se le llegara	220.465	176.372	55.659	149.916
Numero de personas por familia (4 personas por familia) que al final titulares+beneficiarios	881.860	705.488	222.635	599.665

La metodología de cálculo explicada anteriormente fue aplicada de la misma forma para calcular el número de asegurados esperados y de renovaciones para el año 2012.

7.2.2.5. Proyección de Ingresos por primas.

Para proyectar los ingresos que provienen de las primas emitidas, se tomó como supuesto que del total de los asegurados, 50% comprará la póliza tipo A y el resto la póliza tipo B. Para realizar el cálculo, se multiplicó el total de asegurados de cada tipo de póliza por la prima correspondiente a pagar.

Tabla 13: Proyecciones de ingresos para la empresa mediana 1 (cuenta con un 20% de gastos administrativos).

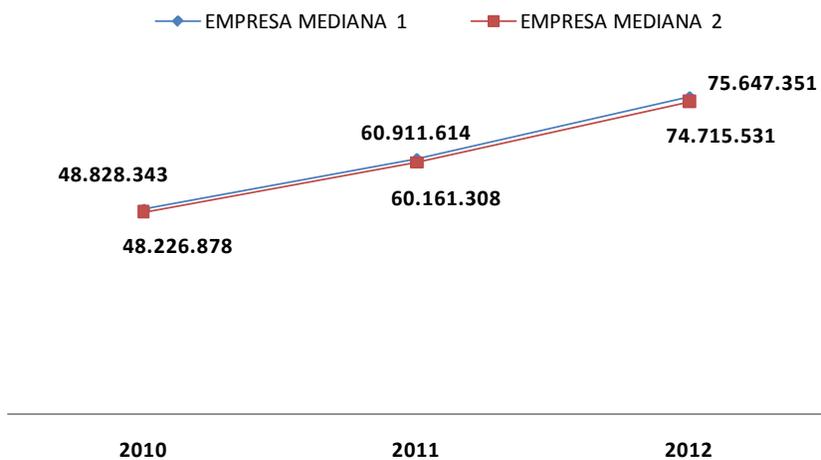
Proyeccion ingresos en Bs F.	2010	2011	2012
Promedio ingreso anual si 50% póliza ventas son tipo A (por familia)	30.517.714	38.069.759	47.279.595
Promedio ingreso anual si 50% póliza ventas son tipo B (por familia)	18.310.629	22.841.855	28.367.757
Total ingreso anual en Bs F.	48.828.343	60.911.614	75.647.351

Tabla 14: Proyecciones de ingresos para la empresa mediana 2 (cuenta con un 10% de gastos administrativos).

Proyeccion ingresos en Bs F.	2010	2011	2012
Promedio ingreso anual si 50% póliza ventas son tipo A (por familia)	30.141.799	37.600.817	46.697.207
Promedio ingreso anual si 50% póliza ventas son tipo B (por familia)	18.085.079	22.560.490	28.018.324
Total ingreso anual en Bs F.	48.226.878	60.161.308	74.715.531

Como se observan en las tablas anteriores, los ingresos de ambas empresas no se ven muy diferenciados a pesar de tener costos administrativos diferentes.

Gráfico 14: Proyección de Ingresos para ambas Empresas Medianas



7.2.2.6. Estimación de Costos y Gastos.

Entre los costos y gastos del producto del microseguro funerario, se tomaron en cuenta los Gastos Administrativos, los Costos por comisiones pagadas a los intermediarios, las Reservas por Riesgo en Curso y la siniestralidad.

- **Gastos Administrativos:**

Se entienden por Gastos Administrativos, los incurridos por gastos en nómina y bonificaciones pagadas a los intermediarios.

Tabla 15: Proyecciones de gastos administrativos para la empresa mediana 1 (cuenta con un 20% de gastos administrativos).

	2010	2011	2012
Gastos Administrativos	9.765.669	12.182.323	15.129.470

Tabla 16: Proyecciones de gastos administrativos para la empresa mediana 2 (cuenta con un 10% de gastos administrativos).

	2010	2011	2012
Gastos Administrativos	4.822.688	6.016.131	7.471.553

Como se observa en las tablas anteriores, gracias a la eficiencia operativa de la empresa 2, los gastos administrativos disminuyen sustancialmente lo cual se reflejará de manera positiva al totalizar la utilidad obtenida en la misma.

- **Costos por Comisiones pagadas:**

Estos costos reflejan las comisiones pagadas a los intermediarios, para simplificar este modelo se estableció un monto fijo de 5% sobre el valor de la prima. Para algunos casos se podría especificar un porcentaje de comisión dependiendo del volumen de pólizas vendidas.

Tabla 17: Proyecciones de comisiones pagadas por la empresa mediana 1 (Cuenta con un 20% de gastos administrativos).

Costos por comisión	2010	2011	2012
Comisiones anuales tipo A	1.525.886	1.903.488	2.363.980
Comisiones anuales tipo B	915.531	1.142.093	1.418.388
TOTAL COMISIONES PAGADAS	2.441.417	3.045.581	3.782.368

Tabla 18: Proyecciones de comisiones pagadas por la empresa mediana 2 (Cuenta con un 10% de gastos administrativos).

Costos por comisión	2010	2011	2012
Comisiones anuales tipo A	1.507.090	1.880.041	2.334.860
Comisiones anuales tipo B	904.254	1.128.025	1.400.916
TOTAL COMISIONES PAGADAS	2.411.344	3.008.065	3.735.777

Los costos en los que se incurren al liquidar comisiones por ambas empresas, no se ven diferenciados notoriamente ya que el valor de la prima no experimenta una fuerte variación al disminuir los gastos administrativos de la empresa 2.

- **Reservas por riesgos en curso:**

Las reservas por riesgo en curso serán constituidas según las exigencias de la ley, éstas se deducen de las comisiones correspondientes al período no transcurrido.

Estas reservas son constituidas normalmente por las empresas de seguro al final de cada mes. En busca de facilitar los cálculos de las reservas por riesgo en curso a final de cada año, se toma como supuesto que las primas serán cobradas los días primero (1) y quince (15) de cada mes.

Forma de Cálculo⁸⁸:

$$\text{RREC} = \frac{(\text{Primas cobradas en Diciembre} - \text{Comisiones Pagadas}) \times \text{Días que faltan por transcurrir (15)}}{\text{Días que tiene el mes (30)}}$$

Tabla 19: Proyecciones de provisiones de reservas por riesgo en cursos por la empresa mediana 1 (cuenta con un 20% de gastos administrativos).

Reservas por riesgos en curso	2010	2011	2012
Primas cobradas mensualmente	4.069.029	5.075.968	6.303.946
Comisiones pagadas en el mes	203.451	253.798	315.197
Reservas totales de riesgo en curso para diciembre	1.932.789	2.411.085	2.994.374

Tabla 20: Proyecciones de comisiones pagadas por la empresa mediana 2 (cuenta con un 10% de gastos administrativos).

Reservas por riesgos en curso	2010	2011	2012
Primas cobradas mensualmente	4.018.906	5.013.442	6.226.294
Comisiones pagadas en el mes	200.945	250.672	311.315
Reservas totales de riesgo en curso para diciembre	1.908.981	2.381.385	2.957.490

⁸⁸ Entrevista realizada por las autoras de este trabajo a la Sra. María del Pilar Alonso actuaria de la Cámara de Aseguradores de Venezuela (25 de Septiembre de 2009)

- **Escenarios de Siniestralidad:**

Se plantearon 3 escenarios de siniestralidad tomando en cuenta las distintas coberturas ofrecidas a la población de bajos ingresos. Estos cálculos muestran una aproximación que se ajusta más a la realidad venezolana para ambas empresas medianas de seguros.

Tabla 21: Escenarios de siniestralidad para la empresa mediana 1

ESCENARIO OPTIMISTA (20% SINIESTRALIDAD)

Siniestralidad estimada personas	2010	2011	2012
Tipo A	6.103.543	7.613.952	9.455.919
Tipo B	3.662.126	4.568.371	5.673.551
Total Siniestros pagados	9.765.669	12.182.323	15.129.470

ESCENARIO NEUTRAL (40% SINIESTRALIDAD)

siniestralidad estimada personas	2010	2011	2012
Tipo A	12.207.086	15.227.903	18.911.838
Tipo B	7.324.251	9.136.742	11.347.103
Total Siniestros pagados	19.531.337	24.364.646	30.258.941

ESCENARIO PESIMISTA (60% SINIESTRALIDAD)

Siniestralidad estimada personas	2010	2011	2012
Tipo A	18.310.629	22.841.855	28.367.757
Tipo B	10.986.377	13.705.113	17.020.654
Total Siniestros pagados	29.297.006	36.546.968	45.388.411

Tabla 22: Escenario de siniestralidad para la empresa mediana 2**ESCENARIO OPTIMISTA (20% SINIESTRALIDAD)**

Siniestralidad estimada personas	2010	2011	2012
Tipo A	6.028.360	7.520.163	9.339.441
Tipo B	3.617.016	4.512.098	5.603.665
Total Siniestros pagados	9.645.376	12.032.262	14.943.106

ESCENARIO NEUTRAL (40% SINIESTRALIDAD)

Siniestralidad estimada personas	2010	2011	2012
Tipo A	12.056.719	15.040.327	18.678.883
Tipo B	7.234.032	9.024.196	11.207.330
Total Siniestros pagados	19.290.751	24.064.523	29.886.213

ESCENARIO PESIMISTA (60% SINIESTRALIDAD)

Siniestralidad estimada personas	2010	2011	2012
Tipo A	18.085.079	22.560.490	28.018.324
Tipo B	10.851.048	13.536.294	16.810.995
Total Siniestros pagados	28.936.127	36.096.785	44.829.319

Estos cálculos se realizaron en base a al total de los ingresos por prima, aplicándoles los porcentajes anteriormente señalados.

7.2.2.7. Margen de Utilidad.

El margen de utilidad se calculó en base a la diferencia entre el total de los ingresos por prima y los egresos (Gastos administrativos, comisiones pagadas, provisión de reservas por riesgo en curso y siniestralidad).

Tabla 23: Proyecciones de utilidad esperada para la empresa mediana 1

ESCENARIO OPTIMISTA (20% SINIESTRALIDAD)

	2010	2011	2012
Total ingreso anual en Bs F.	48.828.343	60.911.614	75.647.351
Egresos Totales Anuales	23.905.543	29.821.311	37.035.682
Utilidad Bruta	24.922.800	31.090.303	38.611.669

ESCENARIO NEUTRAL (40% SINIESTRALIDAD)

	2010	2011	2012
Total ingreso anual en Bs F.	48.828.343	60.911.614	75.647.351
Egresos Totales Anuales	33.671.211	42.003.634	52.165.153
Utilidad Bruta	15.157.131	18.907.980	23.482.199

ESCENARIO PESIMISTA (60% SINIESTRALIDAD)

	2010	2011	2012
Total ingreso anual en Bs F.	48.828.343	60.911.614	75.647.351
Egresos Totales Anuales	43.436.880	54.185.956	67.294.623
Utilidad Bruta	5.391.463	6.725.657	8.352.728

Tabla 24: Proyecciones de utilidad esperada para la empresa mediana 2**ESCENARIO OPTIMISTA (20% SINIESTRALIDAD)**

	2010	2011	2012
Total ingreso anual en Bs F.	48.226.878	60.161.308	74.715.531
Egresos Totales Anuales	18.788.388	23.437.843	29.107.926
Utilidad Bruta	29.438.490	36.723.465	45.607.606

ESCENARIO NEUTRAL (40% SINIESTRALIDAD)

	2010	2011	2012
Total ingreso anual en Bs F.	48.226.878	60.161.308	74.715.531
Egresos Totales Anuales	25.520.056	31.835.359	39.536.969
Utilidad Bruta	22.706.822	28.325.949	35.178.563

ESCENARIO PESIMISTA (60% SINIESTRALIDAD)

	2010	2011	2012
Total ingreso anual en Bs F.	48.226.878	60.161.308	74.715.531
Egresos Totales Anuales	30.845.107	38.478.170	47.786.809
Utilidad Bruta	17.381.771	21.683.138	26.928.723

Como muestran las tablas anteriores, a pesar de que los ingresos de ambas empresas son similares, la empresa 2 en todos los escenarios tiene un margen de utilidad mucho mayor que la de la empresa 1. De allí se desprende la importancia de la eficiencia operativa de las empresas de seguro.

- Comparación Margen de Utilidad entre la Empresa Mediana 1 y la Empresa Mediana 2.

Gráfico 15: Utilidad Bruta de la Empresa Mediana 1

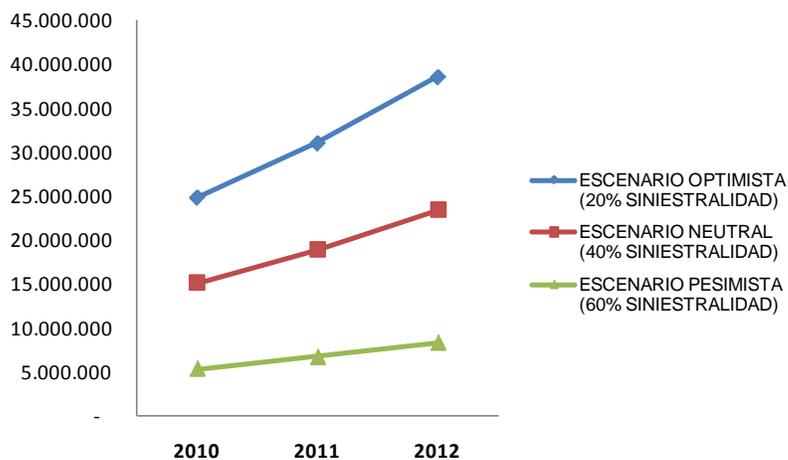
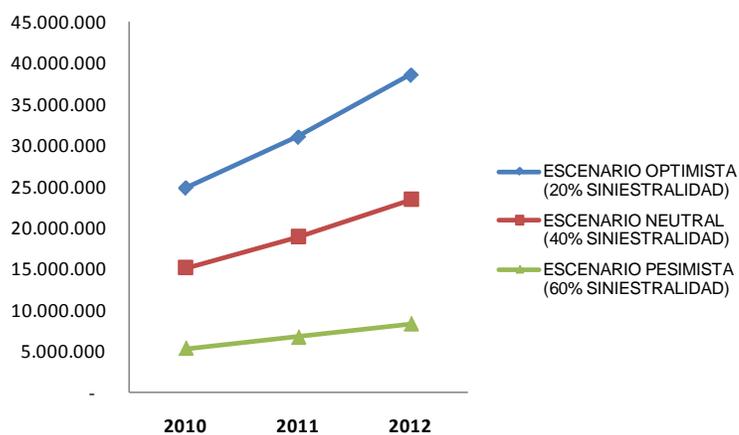


Gráfico 16: Utilidad Bruta de la Empresa Mediana 2



- **Crecimiento Anual y Gastos Administrativos para ambas Empresas Medianas**

El crecimiento interanual para cada empresa, se calculó tomando la variación de la utilidad bruta entre un año y otro.

Gráfico 17: Crecimiento Anual

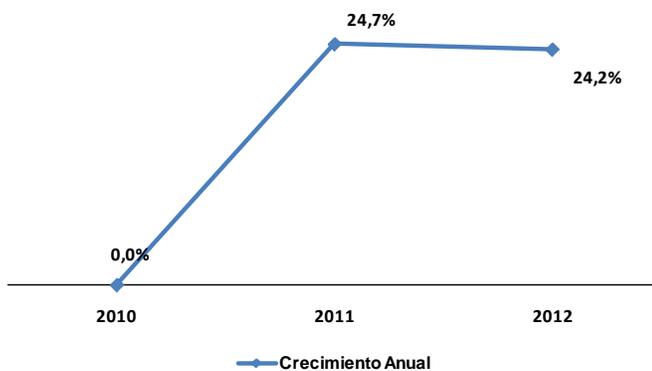
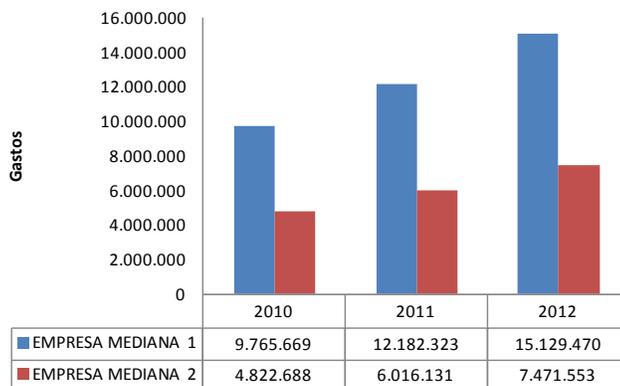


Gráfico 18: Gastos Administrativos



Con esto se demuestra, que a pesar de ser empresas medianas con mayor o menor eficiencia operativa, la utilidad bruta es positiva desde el inicio de sus operaciones a pesar de cualquier escenario de siniestralidad. Esto es así por la Ley de los Grandes Números, es decir, por el volumen de personas al que le se puede llegar al Área Metropolitana de Caracas.

Este volumen de ventas estará garantizado siempre y cuando, las empresas de seguros desarrollen un producto que se adapte a las necesidades de la población objetivo, utilizando canales de distribución adecuados y redes y alianzas que en conjunto con una tecnología apropiada, logre llevar a cabo una comercialización o mercadeo en forma masiva.

Queda demostrado con este modelo, que la implementación de microseguros funerarios en el Área Metropolitana de Caracas es viable, ya que generará valor agregado a una empresa de seguros mediana a través de sus márgenes de utilidad. De igual forma, este análisis se podría extender a una empresa de seguros grande, es decir, con mayor eficiencia operativa.

7.2.3. Presentación e Interpretación de los Resultados del estudio de las familias de bajos ingresos

7.2.3.1. Escenarios de familias de bajos ingresos con seguro y sin seguro según el NSE

Para simular los escenarios familiares de los diversos NSE venezolanos, se tomó un presupuesto promedio por familia en los diferentes estratos sociales, según las estadísticas CAV 2007, en base a los ingresos promedios mensuales percibidos por los sectores populares. De igual forma, se utilizó la composición de los gastos del hogar expuestos en el estudio realizado por la CAV 2007, para distribuir los ingresos percibidos por las familias en los diversos gastos [Ver Anexo 4].

Con este modelo se busca comparar el impacto social que genera en las familias de bajos ingresos poseer el microseguro funerario, cuando incurren en la pérdida de un familiar (proveedor principal de la familia) y cuando no ocurra dicho siniestro.

- **NSE C:**

Para este escenario se planteó que este sector cuenta con un ingreso promedio mensual de BsF. 2.800, en donde el proveedor principal de la familia aporta BsF. 1.960.

Asumiendo que la familia está asegurada con una cobertura de BsF. 10.000 (Producto Tipo A):

- Si no ocurre el siniestro de muerte, el ingreso familiar se redistribuye entre los gastos, ya que al aplicarse el 15% de descuento en la adquisición de productos en los rubros de alimento y salud, las familias obtienen un ahorro que podrán destinar a otros gastos (recreación, diversión, vestido, entre otros).
- Cuando estas familias están expuestas al shock de muerte del proveedor principal del hogar, los ingresos percibidos se ven disminuidos en BsF. 1.960. Sin embargo, no se verán afectados en la misma magnitud de la pérdida, ya que no deberán pagar los servicios funerarios, y recibirán BsF. 500 mensuales en los rubros de alimentación y salud durante cuatro (4) meses. Con el seguro, la familia logrará alcanzar un mecanismo de ahorro

mediante las cuotas pagadas mensualmente, que a la hora de la eventualidad le permitirá cubrir los gastos funerarios y le dará la oportunidad de estabilizarse económicamente.

Tabla 25: Presupuesto proyectado de Familia de NSE C⁻ (Con seguro)

NSE C⁻ (Con Seguro)

Composición de Gastos en el hogar	Bs F.	Sin Siniestro en Bs F.	Momento 0 (Shock de muerte) Bs F.	Con siniestro			
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Ingreso Mensual	2.800		Bs -1.960	Bs -1.960	Bs -1.960	Bs -1.960	Bs -1.960
Alimento	1.165	990	331	500	500	500	500
Educación	325	325	148	325	325	325	325
Salud	302	257	86	500	500	500	500
Ahorro	252	252	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0
Transporte	283	283	80	137	137	137	137
Vivienda	333	333	150	333	333	333	333
Otros	95	315	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0
Seguro	45	45		45	45	45	45

Asumiendo que la familia no está asegurada:

- Si no ocurre el siniestro de muerte, tanto el ingreso familiar como los gastos se mantienen constantes.
- Si ocurre el siniestro de muerte del proveedor principal del hogar, los ingresos percibidos se ven disminuidos en BsF. 1.960. Sin embargo, no se verán afectados en la misma magnitud de la pérdida de ingreso, ya que en este caso deberán endeudarse para pagar los servicios funerarios

requeridos y deberán redistribuir sus gastos en los meses posteriores al incidente, generalmente desmejoran su calidad de vida y en algunos casos los niños dejan de estudiar para salir a trabajar y ayudar a mantener el hogar.

Tabla 26: Presupuesto proyectado de Familia de NSE C⁻ (Sin seguro)

NSE C- (sin seguro)

Composición de Gastos en el hogar	Bs F.	Sin Siniestro en Bs F.	Momento 0 (Shock de muerte) Bs F.	Con siniestro			
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Ingreso Mensual	2.800		Bs -1.960	Bs -1.959	Bs -1.958	Bs -1.957	Bs -1.956
Alimento	1.165	1.165	408	398	398	398	398
Educacion	325	325	97	87	77	67	57
Salud	302	302	91	81	81	81	81
Ahorro	252	252	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0
Transporte	283	283	85	75	75	75	75
Vivienda	333	333	159	149	149	149	149
Otros	140	140	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0
Deuda pago funeral			Bs -6.000				
Pago de la deuda a los vecinos				Bs -50	Bs -50	Bs -50	Bs -50

Gráfico 19: Variación de Gastos Sin Siniestro en NSE C⁻

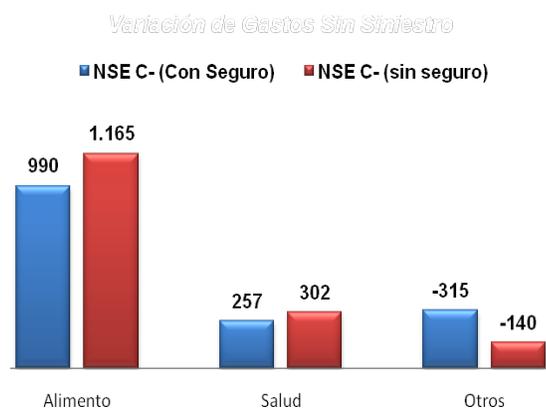


Gráfico 20: Distribución de los Gastos con Shock de Muerte en NSE C-

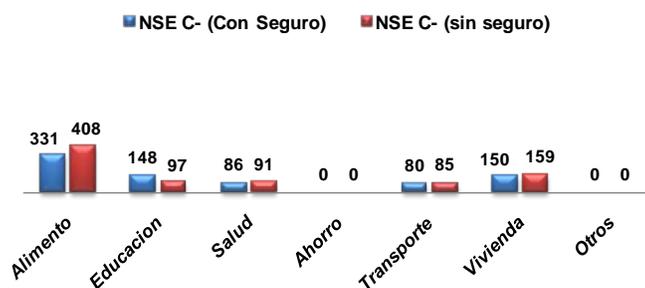
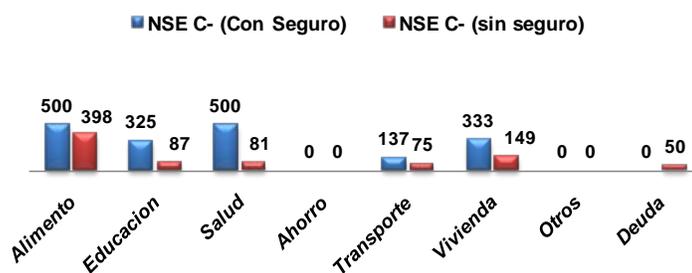


Gráfico 21: Distribución de los Gastos posterior al Shock de muerte en NSE C-



- **NSE D:**

Para este escenario se planteó que este sector cuenta con un ingreso promedio mensual de BsF. 1.800, en donde el proveedor principal de la familia aporta BsF. 1.350.

Asumiendo que la familia está asegurada con una cobertura de BsF. 10.000

(Producto Tipo A):

- Al igual que para las familias de NSE C⁻, si no ocurre el siniestro de muerte el ingreso familiar se redistribuye entre los gastos, ya que al aplicarse el 15% de descuento en la adquisición de productos en los rubros de alimento y salud, las familias obtienen un ahorro que podrán destinar a otros gastos (recreación, diversión, vestido, entre otros).
- Si ocurre el siniestro de muerte del proveedor principal del hogar, los ingresos percibidos se ven disminuidos en BsF. 1.350. Sin embargo, no se verán afectados en la misma magnitud de la pérdida, ya que no deberán pagar los servicios funerarios, y recibirán BsF. 500 mensuales en los rubros de alimentación y salud durante cuatro (4) meses. Esta familia podrá mantener el nivel de educación de sus hijos mientras se estabiliza, lo cual contribuye con el mantenimiento de la calidad de vida de estos sectores.

Tabla 27: Presupuesto proyectado de Familia de NSE D (Con seguro)

NSE D (Con Seguro)

Composición de Gastos en el hogar	Bs F.	Sin Siniestro Bs F.	Momento 0 (Shock de muerte) Bs F.	Con siniestro			
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Ingreso Mensual	1.800		Bs -1.350	Bs -1.350	Bs -1.350	Bs -1.350	Bs -1.350
Alimento	749	636	168	500	500	500	500
Educación	209	209	75	209	209	209	209
Salud	194	165	44	500	500	500	500
Ahorro	162	162	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0
Transporte	182	182	41	41	41	41	41
Vivienda	216	216	77	155	155	155	155
Otros	43	185	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0
Seguro	45	45	45	45	45	45	45

Asumiendo que la familia no está asegurada:

- Si no ocurre el siniestro de muerte, tanto el ingreso familiar como los gastos se mantienen constantes.
- Si ocurre el siniestro de muerte del proveedor principal del hogar, los ingresos percibidos se ven disminuidos en BsF. 1.350. Sin embargo, no se verán afectados en la misma magnitud de la pérdida de ingreso, ya que en este caso, al igual que en los NSE C, deberán endeudarse para pagar los servicios funerarios requeridos y deberán redistribuir sus gastos en los meses posteriores al incidente.

Tabla 28: Presupuesto proyectado de Familia de NSE D (Sin seguro)

NSE D (sin seguro)

Composición de Gastos en el hogar	Bs F.	Sin Siniestro Bs F.	Momento 0 (Shock de muerte) Bs F.	Con siniestro			
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Ingreso Mensual	1.800		Bs -1.350	Bs -1.350	Bs -1.350	Bs -1.350	
Alimento	749	749	219	209	209	209	209
Educación	209	209	52	42	42	42	42
Salud	194	194	49	39	39	39	39
Ahorro	162	162	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0
Transporte	182	182	45	35	35	35	35
Vivienda	216	216	85	75	75	75	75
Otros	44	44	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0
			Bs -6.000	Bs -50	Bs -50	Bs -50	Bs -50

Gráfico 22: Variación de Gastos Sin Siniestro en NSE D

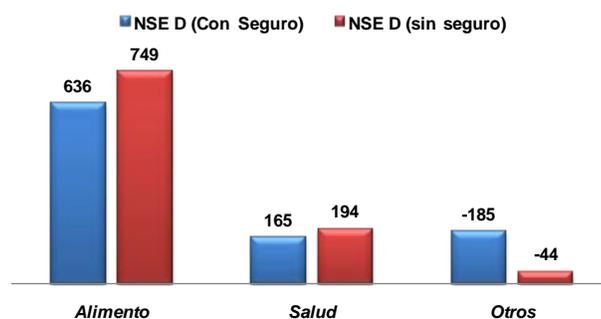


Gráfico 23: Distribución de los Gastos con Shock de Muerte en NSE D

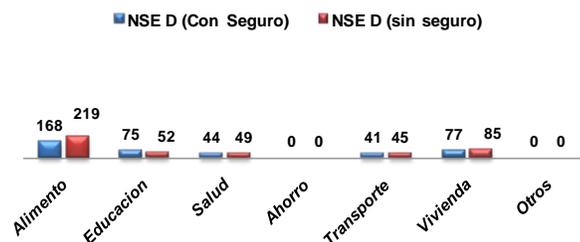
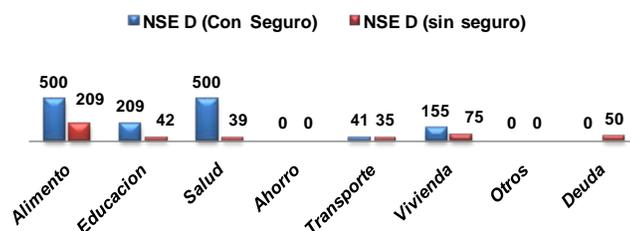


Gráfico 24: Distribución de los Gastos posterior al Shock de muerte en NSE D



- **NSE E :**

Para este escenario se planteó que este sector cuenta con un ingreso promedio mensual de BsF. 1.250, en donde el proveedor principal de la familia aporta BsF. 1.000.

Asumiendo que la familia está asegurada con una cobertura de BsF. 10.000

(Producto Tipo A):

- Al igual que para las familias de NSE C y D, si no ocurre el siniestro de muerte el ingreso familiar se redistribuye entre los gastos, ya que al aplicarse el 15% de descuento en la adquisición de productos en los rubros de alimento y salud, las familias obtienen un ahorro que podrán destinar a otros gastos (recreación, diversión, vestido, entre otros).
- Si ocurre el siniestro de muerte del proveedor principal del hogar, los ingresos percibidos se ven disminuidos en BsF. 1.000. Sin embargo, no se verán afectados en la misma magnitud de la pérdida, ya que no deberán pagar los servicios funerarios, y recibirán BsF. 500 mensuales en los rubros de alimentación y salud durante cuatro (4) meses. A pesar de que en este modelo no se refleja el mantenimiento de la educación de los niños del hogar, la póliza les ayuda a no caer en condiciones de vida más precarias a las que caerían en caso de siniestro sin seguro.

Tabla 29: Presupuesto proyectado de Familia de NSE E (Con seguro)

NSE E (Con Seguro)

Composición de Gastos en el hogar	Bs F.	Sin Siniestro Bs F.	Momento 0 (Shock de muerte) Bs F.	Con siniestro			
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Ingreso Mensual	1.250		Bs -1.000	Bs -1.000	Bs -1.000	Bs -1.000	Bs -1.000
Alimento	520	442	85	500	500	500	500
Educación	145	145	38	92	92	92	92
Salud	135	115	22	500	500	500	500
Ahorro	113	113	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0
Transporte	126	126	21	21	21	21	21
Vivienda	149	149	39	92	92	92	92
Otros	17	116	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0
Seguro	45	45		45	45	45	45

Asumiendo que la familia no está asegurada:

- Si no ocurre el siniestro de muerte, tanto el ingreso familiar como los gastos se mantienen constantes.
- Si ocurre el siniestro de muerte del proveedor principal del hogar, los ingresos percibidos se ven disminuidos en BsF. 1.000. Sin embargo, no se verán afectados en la misma magnitud de la pérdida de ingreso, ya que en este caso, al igual que en los NSE C y D, deberán endeudarse para pagar los servicios funerarios requeridos y deberán redistribuir sus gastos en los meses posteriores al incidente. Las condiciones de vida de estos sectores son las que más se ven afectadas con el siniestro de muerte, ya que los ingresos restantes no les permite mantener un nivel de vida digno.

Tabla 30: Presupuesto proyectado de Familia de NSE E (Sin seguro)

NSE E (sin seguro)

Composición de Gastos en el hogar	Bs F.	Sin Siniestro Bs F.	Momento 0 (Shock de muerte) Bs F.	Con siniestro			
				Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
Ingreso Mensual	1.250		Bs -1.000	Bs -1.000	Bs -1.000	Bs -1.000	Bs -1.000
Alimento	520	520	122	112	112	112	112
Educación	145	145	29	19	19	19	19
Salud	135	135	27	17	17	17	17
Ahorro	113	113	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0
Transporte	126	126	25	15	15	15	15
Vivienda	149	149	47	37	37	37	37
Otros	62	62	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0	asume 0
			Bs -6.000	Bs -50	Bs -50	Bs -50	Bs -50

Gráfico 25: Variación de Gastos Sin Siniestro en NSE E

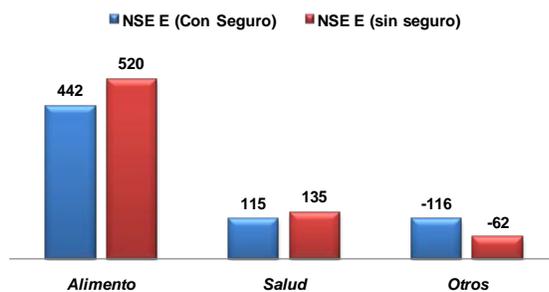


Gráfico 26: Distribución de los Gastos con Shock de Muerte en NSE E

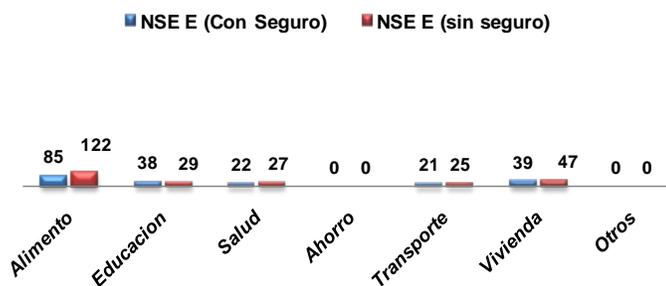


Gráfico 27: Distribución de los Gastos posterior al Shock de muerte en NSE E

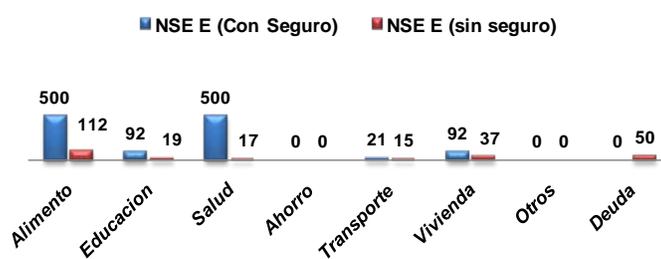
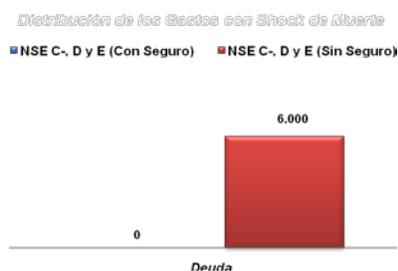


Gráfico 28: Comparación de la Distribución de la Deuda con Shock de Muerte en el NSE C-, D y E



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El objetivo de este trabajo fue evaluar la implementación de un producto de Microseguro Funerario para el Área Metropolitana de Caracas, con el fin de demostrar el valor agregado que aporta este producto a una Empresa Mediana de Seguros y el aporte social que también conlleva al bienestar de los asegurados. Con esta finalidad, se estimaron y proyectaron tanto los ingresos percibidos por las primas que se estiman vender como los gastos administrativos que incurre una empresa de seguros. Dado que actualmente existen pocos estudios referentes a este tema en Venezuela, es muy interesante realizar investigaciones sobre él. El principal aporte de esta tesis en el área estudiada resultó ser el cálculo de la utilidad bruta que aporta este producto a una Empresa Mediana de Seguros y las posibles primas que podrían ser cobradas a las familias de bajos ingresos.

A través de este estudio, y siguiendo con la metodología planteada, se demostró que la hipótesis trazada en este proyecto si se cumple para la zona estudiada.

Al proyectar las familias de bajos ingresos a las que se les quiere llegar, los ingresos que aportan las primas, los egresos de una empresa de seguros, la utilidad obtenida para cada escenario planteado y analizar los resultados, se

llega a la conclusión de que implantar un Microseguro Funerario para las familias de bajos ingresos del Área Metropolitana de Caracas, a través de la Banca Comunal que permite llegar a amplios volúmenes de personas, es viable para una Empresa Mediana de Seguros. Dicha empresa tiene el reto de ser, mantenerse y fortalecer cada vez más su nivel de eficiencia operativa para reducir costos que puedan erosionar el no muy amplio margen de ganancia, ya que es una actividad de grandes volúmenes y bajos márgenes.

Al comprobar esta hipótesis, se demuestra también la importancia para una familia de bajos ingresos (bien sea del NSE C-, D y E) de tener un Microseguro Funerario, ya que los beneficia al momento de sufrir la pérdida de un familiar; además de contar con la protección, también a través de la estructura planteada en este estudio como componentes integrales del producto, se verán beneficiados a través de descuentos en la compra de alimentos y medicamentos; permitiéndoles ahorrar un poco más.

No puede dejarse a un lado la importancia de la comercialización y mercadeo del producto, pues gracias a éstos es que se logrará levantar mayor interés de potenciales clientes y reforzarles la importancia de estar asegurados con los diversos beneficios tangibles e intangibles que le proporciona el producto de Microseguro Funerario, así como llegarle a un gran volumen de la población objetivo.

Una de las recomendaciones para estudios posteriores sería expandir este tipo de iniciativas para toda Venezuela, ya que sería de gran utilidad tanto para las empresas de seguro como para el resto de la población de bajos ingresos.

Por otro lado, es de suma importancia incentivar la actualización de la información actuarial, ya que la que se utiliza en este momento según la ley venezolana de seguros no refleja la realidad de la población de bajos ingresos en Venezuela y por lo tanto los resultados resultan muy generales.

En vista de la importancia de esta temática, se debe incentivar el desarrollo de un marco regulatorio que permita el desenvolvimiento sano y fluido de este tipo de actividades, que además requieren del uso de diversos e innovadores canales de distribución.

Por último, una iniciativa que resultaría atractiva es la construcción de alianzas entre el sector público y privado que puedan aproximarse a este importante y significativo estrato de la población.

ANEXOS

ANEXOS

Anexo 1: Indicadores Demográficos INE 2003 – 2007

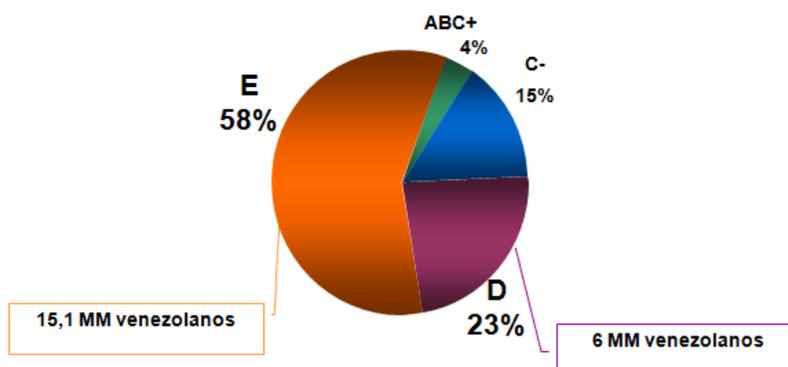
Data extraída de las estadísticas demográficas proyectadas por el Instituto Nacional de Estadísticas de la República Bolivariana de Venezuela (INE) con base censo 2001 hasta 2015.

Indicadores demográficos, 2003-2007

Indicadores	2003	2004	2005	2006	2007
Poblacion total 1/	25.673.550	26.127.351	26.577.423	27.030.656	27.483.208
Nacimientos estimados	579.965	582.810	585.655	588.500	591.345
Tasa bruta de natalidad 2/	22,59	22,31	22,04	21,77	21,52
Defunciones estimadas	128.605	131.479	134.352	137.068	139.938
Tasa bruta de mortalidad 2/	5,01	5,03	5,06	5,07	5,09
Tasa de crecimiento natural 2/	17,58	17,27	16,98	16,7	16,43
Esperanza de vida al nacer					
Hombres	69,9	70,09	70,28	70,47	70,66
Mujeres	75,81	76,01	76,21	76,41	76,61
Total	72,78	72,98	73,18	73,38	73,58
Nupcialidad registrada 3/					
Matrimonios	74.562	74.103	86.093	89.772	93.003
Tasas de Nupcialidad	2,9	2,84	3,24	3,32	3,38

Anexo 2: Perfil Socio-Demográfico de Venezuela 2005

Data tomada del estudio Socio-demográfico 2005, realizado por Datos y Pulso del Consumidor 2009.



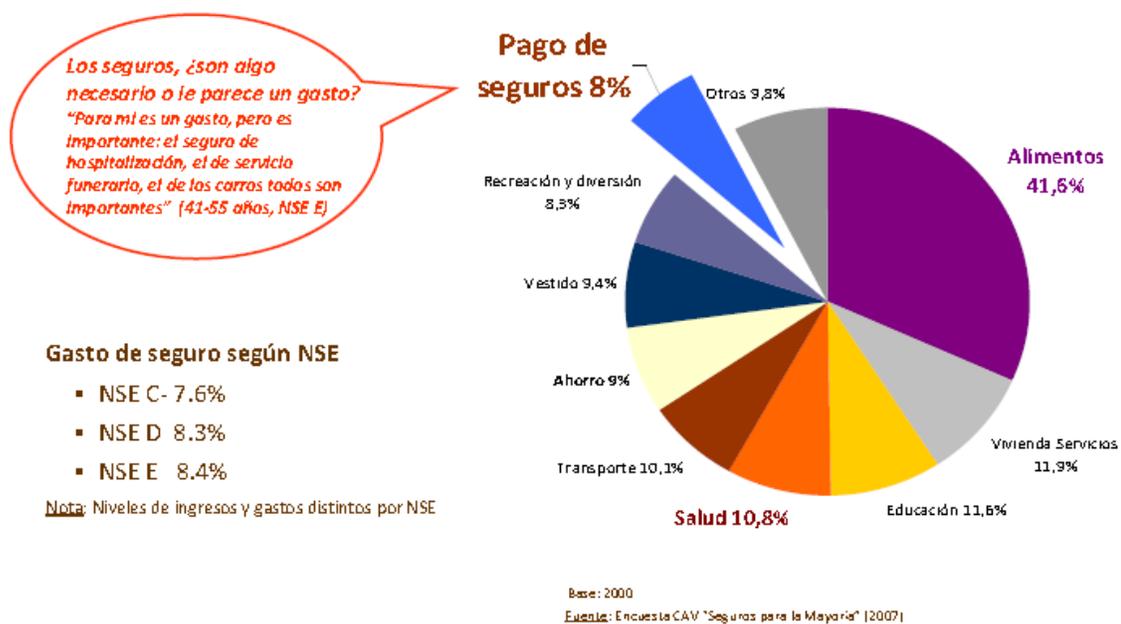
Anexo 3: Consejos Comunales constituidos en el Área Metropolitana para el año 2008.

Data tomada de cifras estimadas por la Alcaldía Metropolitana de Caracas de cantidad de Consejos Comunales conformados para el año 2008.

	2008
Según Alcaldía Metropolitana y Fundación Centro Gumilla	992
Mun. Sucre	293
Mun. Chacao	20
Mun. El Hatillo	62
Mun. Baruta	89
Mun. Libertador	528

Anexo 4: Composición de Gastos del Hogar venezolano

Data extraída de la encuesta realizada por la Cámara de Aseguradores de Venezuela (CAV) “Seguros para la Mayoría” (2007).



BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

- Aliber, M. (2002). *South African Microinsurance Case-Study*. Working Paper N° 33, Research Associate, PLAAS, University of the Western Cape, Johannesburg.
- Borjas, L. (1990). *Historia y Desarrollo del Seguro en Venezuela*. Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas, (N°77) Universidad Central de Venezuela, 97- 105.
- Cámara de aseguradores Venezolanos (2007), [on-line] http://www.amis.org.mx/InformaWeb/Documentos/Archivos/5_Alesia_Rodriguez.pdf
- Cámara de aseguradores Venezolanos (2008), [on-line] http://www.camaraseg.org/archivos/evento/Presentacion_ARP_Porlamar_Encuentro_X_2008.pdf
- Cercola, R., Coletti, M. (1996). *La empresa que asegura a sus clientes*. Madrid, España: Mapfre.
- Churchill, C. (2006). *Protecting the poor: A microinsurance compedium*. Geneva, Switzerland: International Labour Office.

- Churchill, C. (2007): *¿Qué es el Microseguro?*. Paper presentado por la Organización Internacional del Trabajo. En Mayo del 2007, Rio de Janeiro, Brasil.
- Churchill, C., Dominic, L., McCord, M. y Roth, J. (2003). *Procurar un funcionamiento eficaz de los seguros en instituciones de Microfinanciación: Guía técnica para el desarrollo y la provisión de microseguros*. Organización Internacional del Trabajo. Ginebra, Suiza.
- Datos y Pulso del Consumidor. (2009). *Estudio Socio-Demográfico 2005*, Caracas.
- Decreto Ley Del Contrato De Seguro 1505 (2001). Gaceta Oficial De La República Bolivariana De Venezuela, n° 5553, 13 de Noviembre de 2001.
- Donor Guidelines, CGAP Working Group (2003). *Microinsurance Improving risk management for the poor*. Informe Económico de microseguros (N°2).
- Dror, D., Jacquier, C. *Micro-Insurance: Extending Health Insurance to the Excluded*. Internacional Social Security Review, Vol. 52, N° 1, January-March 1999.
- Entrevista realizada por las autoras de este trabajo a la Presidencia de Memorial (Servicios de previsión funeraria) (20 de Agosto 2009).

- Entrevista realizada por las autoras de este trabajo a la Sra. Gisela González, Gerente de Personas de Premier Seguros. (5 de febrero 2009).
- Entrevista realizada por las autoras de este trabajo al Presidente Sigma Dental (27 de enero 2009)
- Espinoza, H., Rios, V. (2006). *Mecanismos de protección social de salud en el sector informal urbano del Perú*. Perú: CEDEP/ CIES
- Fundacomunal (2009), [on-line] <http://www.fundacomun.gob.ve/>
- García, F., Santa María, M., Vásquez, T. (2008). *El sector salud en Colombia: Riesgo Moral y Selección Adversa en el Sistema General de Seguridad Social en salud (SGSSS)* (1era ed.). Bogotá, Colombia.
- Hidalgo, N. (2006). *Casos de éxito de popularización y difusión del seguro entre sectores no tradicionales: los microseguros en América Latina*. Ponencia presentada en el VIII Encuentro de Seguros Porlamar 2006 “Popularización y Difusión del Seguro: Responsabilidad Social del Sector Asegurador”. Porlamar, Venezuela, 5 de octubre.
- Junguito, R., Restrepo, J., Gonzalez, A., Herrera, R., Rojas, A. (2007): *Microseguros*. En Octubre de 2007, Fasecolda, Colombia.

- Krugman, P (2006). *Economía Internacional, Teoría y Política* (7ma ed.). Madrid, España. Addison Wesley. (traducción de Yago Moreno).
- La Botiqueria (2009), [on-line] http://www.botiqueria.com/index.asp?spg_id=6
- Lane, T., Phillips, S. (2002): *Riesgo Moral, ¿Alienta el financiamiento del FMI la imprudencia de los prestatarios y prestamistas?*. Washington D.C, Estados Unidos. International Monetary Fund. (Traducción de Gabriela Homs).
- Latortue, A.(2003). *Microseguros: una estrategia para la gestión de riesgos*. Reseña para agencias de cooperación (CGAP), N° 16, Washington, D.C.
- Ley de Creación, Estimulo, Promoción y Desarrollo del Sistema Microfinanciero. (2001). Gaceta Oficial De La República Bolivariana De Venezuela, n° 37.164, 22 de marzo de 2001.
- Ley de los consejos comunales. (2006). Asamblea Nacional N° 434.
- Lustig, N., Arias, O. y Rigolini, J. (2001): *Reducción de la pobreza y crecimiento económico: la doble causalidad*. Presentado en el seminario “La teoría del desarrollo en los albores del Siglo XXI”. El 28 y 29 de agosto, 2001. CEPAL, Santiago de Chile.
- Machado, J. (2008). *Estudio De Los Consejos Comunales en Venezuela*. Fundación Centro Gumilla. Caracas, Venezuela.

- *Mccord, M. (2007): Microseguros.* Ponencia presentada en el Iera Esquina del Orador Sobre Microseguros. Del 2 al 4 de octubre, Washington, D.C., Estados Unidos.
- Naciones Unidas. (2008). *Informe de los Objetivos de Desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas.* Nueva York: Ban Ki-moon (Secretario General de las Naciones Unidas).
- Nicholson, W (2006). *Microeconomic Theory: Basic principles and Expansions* (9na ed.). Cengage Learning Editores.
- Peña Juan Manuela (2007) : *Casos de Éxito en Microseguros: Perú,* Presentado por La Positiva Seguros. El 6 de septiembre de 2007, Perú.
- Pindyck, R (2001). *Microeconomía* (5ta ed.). Madrid, España. Prentice Hall. (traducción de Ma Esther Rabasco y Luis Toharia).
- Prahalad, C.K. (2005). "The Fortune at the Botton of the Pyramid". Upper Slade river: Wharton School Publishing, 2005.
- *Providencia de la Regulación del Seguro Colectivo de Vida* (Providencia N° 41). (2000, Febrero 21). Gaceta oficial de la República Bolivariana de Venezuela, 5.441, Febrero, 2000.

- Rodríguez, A (2007). *Bases para seguros al alcance de todos* (1era ed.). Caracas, Venezuela. Cámara de Aseguradores de Venezuela.
- Rodríguez, A (2008, Octubre): *Seguros al Alcance de Todos*, “Contribuyendo a acercar el seguro a todos los venezolanos”. Ponencia Presentada en X Encuentro de Seguros CAV. Porlamar.
- Seguros La Positiva. (2007). *Casos de Éxito en Microseguros: Perú*. Perú: Juan Manuel Peña.
- Varian, H (1992). *Análisis Microeconómico* (3era ed.). Barcelona, España. Antoni Bosch editor. (traducción de Ma Esther Rabasco y Luis Toharia).
- Wipf, J., Garand, D. (2008). *Indicadores de desempeño para microseguros: Un manual para practicantes en microseguros*. Versión 1, ADA (Appui au Développement Autonome) y Fundación Raiffeisen, Bélgica.