

MEJORANDO LOS MICROSEGUROS DE VIDA CRÉDITO

John Wipf, Eamon Kelly, y Michael J. McCord
Marzo 2011

La cobertura de vida crédito – un seguro que cubre el capital pendiente de pago y el interés de un préstamo a la muerte de un deudor – es el punto de partida lógico para las organizaciones que se inician en los microseguros, ya que es generalmente fácil de introducir, sencillo de entender por sus usuarios, y visto por los intermediarios financieros como un apoyo a su actividad principal. El seguro de vida crédito puede ayudar a crear una comprensión de los microseguros y ampliar su demanda, ayudando a construir una cultura de seguros. Cuando los usuarios aprecian los beneficios del producto, pueden llegar a ser más receptivos con los productos de seguros.

Por desgracia, el seguro de vida crédito es a menudo mal diseñado y aporta poco en términos de valor para

los clientes y los beneficiarios. Cuando los productos proporcionan escasas ventajas, se sedimenta una negativa percepción común hacia los seguros. Por lo tanto, mejorar el valor de los productos de vida crédito puede mejorar tanto las actitudes de los clientes hacia los seguros, como la demanda global de microseguros.

TIPOS DE COBERTURA DE VIDA-CRÉDITO

El **producto de vida-crédito** básico es el producto de microseguros más común. El producto sólo cubre el capital y los intereses de un préstamo pendiente de pago en caso de fallecimiento del deudor. Se puede estructurar de diferentes maneras, como se ilustra en la tabla 1.

Tabla 1 Variaciones comunes en el diseño de seguro básico de vida crédito

Peculiaridad	Descripción
¿Quién está cubierto?	Sólo el deudor
¿Qué está cubierto?	- Saldo total de capital principal e intereses - Saldo pendiente de capital principal e intereses
¿Cómo se paga la prima?	Por los clientes: - Prima deducida de los fondos del préstamo - Prima añadida a la cantidad del préstamo y pagada durante la vigencia del préstamo - Prima facturada en una tasa de interés más alta y pagada durante la vigencia del préstamo Por las instituciones de microfinanzas (IMF): - La IMF paga una prima periódica a una compañía de seguros por un volumen determinado de pólizas, basado en el promedio de la cartera total pendiente de pago durante el período. Prima recuperada de alguna manera con el deudor.
¿Quién paga la prima?	- El deudor paga la prima directamente a la aseguradora - El prestamista paga la prima y el costo pasa al deudor (por ejemplo, a través de una mayor tasa de interés) - La prima es financiada por subsidios externos (poco frecuente) o por otros medios



© ILO / Sovannara K.

Una optimizada propuesta de valor, con un **seguro de vida crédito mejorado**, incluye la cobertura más allá del producto básico para que los beneficiarios reciban beneficios económicos a la muerte del cliente o el cliente reciba algún beneficio por el fallecimiento de un miembro de la familia y/o cobertura en caso de otro de riesgo. El seguro de vida crédito mejorado incluye:

- **Cobertura mejorada de seguro de vida** proporciona los mismos beneficios que el producto básico de vida crédito, así como beneficios adicionales como el pago por gastos funerarios. La Alexandria Business Association en Egipto, por ejemplo, proporciona la cobertura de la cantidad total del préstamo inicial más un “fondo de emergencia” para ayudar con los gastos de los funerales.
- **Mayor cobertura ante riesgo** incluye los mismos riesgos que el producto básico de vida crédito y riesgos adicionales tales como cobertura de incapacidad para el deudor, un producto en periodo de prueba para accidentes personales o la cobertura ante incendios para los establecimientos comerciales. Un ejemplo interesante proviene de Opportunity Uganda Ltd (recuadro 1).

Recuadro 1 Mejorando la protección contra incendios en Uganda

Opportunity otorga préstamos a corto plazo para compra de mercancías a un gran número de vendedores ubicados en zonas de mercado propensas a los incendios. El seguro de vida crédito de Opportunity no sólo protege en caso de fallecimiento del deudor, sino también de incendios - en caso de que un incendio destruya la tienda de un vendedor, es la compañía de seguros quien paga el préstamo pendiente. Después de haber observado el impacto económico devastador que un incendio provoca en un apreciable número de sus clientes, Opportunity está explorando la posibilidad de ampliar la cobertura contra incendios para proteger todo el inventario del deudor, no sólo la parte cubierta por los préstamos pendientes. Dicha cobertura podría añadirse fácilmente a los productos de crédito vida existentes para proteger los activos acumulados por el vendedor.

- **Cobertura familiar** se amplía producto básico de vida crédito y, a veces mejora la cobertura de vida para que incluya la muerte o la discapacidad de miembros de la familia. Por ejemplo, VisionFund en Cambodia, proporciona una cobertura básica de vida crédito más los beneficios funerarios para sus clientes, sus hijos y cónyuges (Recuadro 2).

Recuadro 2 El crédito vida como una ventaja competitiva en Camboya

La penetración de las microfinanzas en Camboya es relativamente alta tanto como una fuerte competencia entre las IMF. Una IMF, VisionFund, utiliza su producto de vida crédito para promover sus productos de préstamos debido a que la deuda se invalida si el deudor muere. Además, ofrece productos para cubrir gastos funerarios para el deudor, su esposa e hijos. El término «seguro» nunca se menciona en sus materiales promocionales o en las interacciones con los deudores. La prima es «invisible», ya que está integrada a la tasa de interés. El crédito está considerado como de gran valor en el éxito de la IMF debido a que le ha otorgado una ventaja competitiva importante.

LOS ARREGLOS INSTITUCIONALES

Hay numerosas configuraciones institucionales en la oferta del seguro de vida crédito. Mientras que el prestamista está siempre presente como distribuidor, el asegurador suele ser o una compañía de seguros comercial o una asociación mutual propiedad de sus miembros¹ afiliada a la entidad crediticia, o una aseguradora cooperativa. A veces no hay un asegurador externo si el prestamista autoasegura el riesgo para el producto básico de vida crédito. Cuando un prestamista decide ofrecer más cobertura a los clientes, se hace necesario ceder el riesgo a una aseguradora.

Los aseguradores y las instituciones de crédito suelen acercarse al seguro de vida crédito como un ancla de su negocio de microseguros, pues les permite entrar en ese mercado con relativa facilidad. Sin mucho riesgo pueden aprender sobre el mercado, conocer las tasas de mortalidad y probar los controles de siniestros, mientras que a menudo generan importantes beneficios. Sin embargo, con demasiada frecuencia, las aseguradoras y las instituciones de microfinanzas se quedan en los seguros de vida crédito sin incidir más profundamente en otros tipos de microseguros. Esto puede deberse a que las principales motivaciones tanto de aseguradores como prestamistas están satisfechas - o sea los beneficios y la protección de la cartera de créditos - y no se centran particularmente en abordar las restantes necesidades de protección de riesgos de los clientes o posibles clientes.

VALOR DEL SEGURO DE VIDA-CRÉDITO

Tres criterios pueden ser utilizados para cuantificar el valor al cliente de un producto consolidado de crédito vida, como se ilustra en la tabla 2.



© ILO / Crozet M.

¹ Normalmente se trata de una organización de asunción de riesgos, ya sea formal o informal, que es independiente de la entidad crediticia y propiedad de los propios deudores.

Tabla 2 Indicadores claves de desempeño para el microseguro de vida-crédito

Indicador	Definición	Calculo	Rango de una buena relación financiera ²	Interpretación desde la perspectiva del cliente
Tasa de siniestros incurridos	Proporción de la prima pagada a los beneficiarios como beneficios del seguro	siniestralidad / prima ganada	Por encima de 60%	Mide el valor del cliente de un producto de vida-crédito. Una mayor proporción, en ausencia de fraude y la selección adversa, significa que el importe de la prima se paga nuevamente a los clientes al ser elevados los beneficios.
Tasa de gastos incurridos	Proporción de la prima utilizada para gestionar y administrar el producto	los gastos incurridos / prima ganada ³	Por debajo del 25%	Mide la eficiencia de la vida de los productos de crédito. Cuanto más eficiente, más valioso es el producto si son menores los gastos se da lugar a primas más bajas en lugar del aumento de los beneficios.
Tasa de beneficio neto	La rentabilidad de los productos para la aseguradora	Ingreso neto/ prima ganada	No más del 10%	El exceso de ganancia puede reducirse mediante la reducción de la prima para aumentar el valor a los clientes.



© ILO / Crozet M.

Si “una buena relación financiera” se define como que al menos el 60 por ciento de la prima bruta se paga en beneficios, sólo un tercio de los productos analizados en el estudio cumplen este criterio. Es importante señalar que el ratio de siniestros incurridos oscila entre un 11 por ciento a 119 por ciento en los programas analizados. Mientras se suele suponer que el seguro de vida crédito es rentable para las aseguradoras y las instituciones de microfinanzas, esto no es una verdad universal. Los productos con tasas de siniestralidad de cerca o superior al 100 por ciento no son sostenibles y probablemente se enfrentarán a un ajuste en las primas.

Parte de la razón de escaso valor de los productos financieros de vida crédito para los clientes es que las IMF se han centrado históricamente en la creación de valor para ellas y no para sus clientes (véase el recuadro 3). Cuando las IMF mantienen el riesgo de no-pago de los préstamos debido a la muerte del deudor, a menudo cobran tasas significativas (hasta tres por ciento del préstamo inicial) a pesar de sufrir pérdidas mucho menores.

Sorprendentemente, entre las organizaciones analizadas por este estudio las organizaciones asociativas (mutuales, cooperativas, y cooperativas de crédito) ocupan el último

Recuadro 3 Flujos de beneficios en vida crédito

Richard Leftley, CEO del corredor multinacional de microseguros MicroEnsure, relata su experiencia en materia de seguro de vida crédito con las IMF: “En 2002, la mayoría de las IMF con las que hemos trabajado hacían pagar a los deudores un 1 por ciento del valor del préstamo y utilizaban los fondos restantes para pagar los préstamos pendientes si los deudores fallecían; ningún asegurador estuvo involucrado. Cuando empezamos a ofrecer el seguro de vida crédito en estas instituciones microfinancieras, nos dimos cuenta de que continuaban cobrando a los clientes el 1 por ciento a pesar de que la compañía de seguros solo aplicaba una carga de entre el 0,3 y el 0,5 por ciento del valor del préstamo. En esencia, las IMF habían subcontratado el riesgo por un precio más bajo, pero no transferían la suma en concepto de ahorro a sus deudores, en su lugar la diferencia estaba reservada en concepto de ingresos. Esta práctica está muy extendida hoy en día, y es lamentable, ya que todos deben centrarse en ofrecer un buen valor para nuestros clientes.”

lugar en términos del valor al cliente de sus productos. Este hallazgo sugiere que las cooperativas y mutuales analizadas no enfrentan la competencia, y sus productos son a menudo sobrevalorados para generar excedentes adicionales con los que construir la equidad y la reserva. Algunas organizaciones tienen una capacidad técnica limitada y prefieren fijar precios de forma conservadora, mientras que algunos imitan a otros productos en el mercado. Sin embargo, como las organizaciones son directa o indirectamente propiedad de los hogares asegurados, los excedentes generados por las organizaciones asociativas idealmente debería fluir de nuevo a sus miembros a través de la expansión de servicios y otros beneficios. Por ejemplo, el CIC en Kenia utiliza el superávit de vida crédito para financiar otros servicios para sus miembros y clientes.

² Estos límites propuestos en las tasas representan la opinión colectiva de los autores. Es necesario tener en cuenta que la suma de los porcentajes pueden superar el 100% debido a que el interés sobre las reservas aumenta la proporción de los ingresos netos.

³ En una visión contable, las primas son ganadas a lo largo de plazo de un préstamo en un patrón que refleja el riesgo de la cobertura de seguro (prima de riesgo) y los gastos por administrarla. El patrón de ganancia de la prima es independiente de cómo se pagó la prima.

RECOMENDACIONES

En base a este estudio, han surgido una serie de recomendaciones sobre cómo desarrollar e implementar productos de vida crédito:

Los productos de vida crédito deben ser apreciados como un comienzo y no como un fin. Los clientes en todo el mundo podrían beneficiarse si los aseguradores y prestamistas se informan mejor sobre los productos básicos de vida crédito y utilizan este conocimiento para ampliar las opciones disponibles para los clientes.

El seguro básico de vida crédito y su versión de cobertura mejorada que cubre a la familia deben ser tratados como productos independientes y con un precio en relación con la cantidad del préstamo (por ejemplo, un porcentaje del monto del préstamo). Otras coberturas deben tener un precio en función de su riesgo específico y la suma asegurada (que es a menudo una cantidad fija sin relación con el monto del préstamo). Estos tipos de cobertura tienen a menudo un mismo precio, pero debido a sus diferentes características de riesgo no es una decisión muy sensata. En cambio, las aseguradoras necesitan valorizar varias de las coberturas contenidas en los productos de vida crédito con atención al tipo de riesgo, y a la suma asegurada, entre otros factores.

En la mayoría de los casos, el seguro básico de vida crédito se puede proporcionar de manera eficiente por las instituciones de microfinanzas. No deberían existir problemas legales que les limiten en el servicio del seguro básico de vida crédito, ya que sólo cubre por defecto en el caso de la muerte. En el caso de préstamos significativos, hay un gran potencial para la pérdida catastrófica, o un plan activo para ampliar los productos de seguro básico de vida crédito de forma que mejoren el valor para los clientes, lo que puede dotar de sentido la cesión de riesgo a un socio asegurador.

La administración de productos de seguro básico de vida crédito debe ser sencilla con los esfuerzos activos para contener los costos. Los gastos menores deben permitir que los clientes se beneficien directamente a través de primas más bajas, o indirectamente a través de beneficios y servicios ampliados (una vez que los costos operativos son cubiertos y el beneficio justo es generado).

La estructura de los productos - el básico de vida crédito como independiente frente a un producto agregado con cobertura básica de vida crédito, mayores coberturas de vida y de riesgos y/o cobertura familiar, - tiene un fuerte impacto en las operaciones. El diseño del producto puede afectar a aspectos de la administración del producto, tales como la continuidad de la cobertura, el cálculo de la prima, y el cobro de la prima, entre otros. Estos deben ser considerados antes de la introducción del producto para garantizar la transparencia y minimizar los conflictos. Por ejemplo, en un producto de vida crédito mejorado con cobertura familiar se debe considerar cuidadosamente cómo gestionar los siniestros y evaluar el precio para las vidas adicionales aseguradas.

Los productos de vida crédito pueden ser flexibles y responder a las necesidades de los aseguradores, prestamistas y clientes. Las instituciones de microfinanzas deben esforzarse por entender las necesidades de los clientes y en base a esto, ofrecer productos valiosos y relevantes. El seguro básico de vida crédito no es suficiente para las necesidades de los clientes de bajos ingresos. El producto de vida crédito ofrece a las aseguradoras y las instituciones de microfinanzas la oportunidad de ayudar a los clientes en la gestión de sus riesgos de manera eficiente. Esta oportunidad no debe pasarse por alto.

Acogido por el Programa de Finanza Social de la Organización Internacional del Trabajo, el **Fondo para la Innovación en Microseguros** intenta aumentar la disponibilidad de seguros de calidad para las familias de bajos ingresos en el mundo en desarrollo con el fin de ayudarles a protegerse contra riesgos y superar la pobreza. El Fondo se inició en 2008 con el apoyo de una subvención de la Fundación Bill y Melinda Gates. Ver más en www.ilo.org/microinsurance

Desde sus comienzos en 2000, el **MicroInsurance Centre** se ha propuesto ampliar significativamente el acceso a microseguros de calidad para las personas de bajos ingresos en el mundo en desarrollo. A través de una combinación de asistencia técnica en el desarrollo de productos, investigación y promoción, el MicroInsurance Centre continúa esforzándose para alcanzar el objetivo de lograr el acceso de millones de personas a productos valiosos de microseguros ofrecidos por reconocidas aseguradoras.

Ver más en www.microinsurancecentre.org



Oficina
Internacional
del Trabajo



microinsurance@ilo.org
www.ilo.org/microinsurance