



Oficina
Internacional
del Trabajo

CASE BRIEF:

BRDESCO SEGUROS

Miguel Solana y Alice Merry



micro**nsurance**
Innovation facility
■ PROTECTING THE WORKING POOR

CASE BRIEF:

BRADESCO SEGUROS

Nombre del producto: Expresso Premiavel

Lugar: Brasil

Description: Seguro para fallecimiento e incapacidad como resultado de accidente personal. Los titulares de las pólizas entran también en un sorteo.

Prima: Entre 9,90 y 22,50 reales brasileños (BRL)

Personas cubiertas: Más de 50.000 a Marzo de 2014



UNA NUEVA POSIBILIDAD DE DISTRIBUCIÓN

Es muy costoso para los bancos abrir o dirigir sucursales en zonas rurales y pobres y por lo tanto, con los adecuados incentivos de carácter regulador y económico han comenzado a desarrollar acuerdos con establecimientos comerciales que dan servicio a estas comunidades para proporcionar un conjunto de servicios financieros por medio de la introducción de dispositivos de punto de venta (DPV) que posibilitan las transacciones en tiempo real. Estos establecimientos conocidos como “corresponsales bancarios” son comercios detallistas ya existentes, tales como tiendas o farmacias que prestan servicios bancarios en nombre de un banco.

Este modelo ha sido particularmente exitoso en Brasil, donde el número de ese tipo de sucursales bancarias se había mantenido estable del año 2002 al 2011, pero el número de corresponsales bancarios experimentó una tasa de crecimiento anual del 19 %. De 5.507 municipios, 217 no poseían un corresponsal bancario en 2007 y ya en 2010 este número se había reducido a solamente 30.¹ El órgano brasileño regulador incluso ha introducido una norma reguladora específica relativa al modelo de corresponsal bancario aplicable al marco regulador de los microseguros en Brasil. El éxito del modelo ha servido de ejemplo para que otros países de Latinoamérica desarrollen estrategias para la inclusión financiera.

Muchas aseguradoras están buscando nuevas formas de alcanzar las poblaciones de bajos ingresos y ven estas redes de corresponsales

bancarios como un potencial canal de ventas muy atractivo. Algunas aseguradoras han comenzado a explorar esta posibilidad mediante estrategias de “corresponsalía bancaria”.

Bradesco es un banco de Brasil con una extensa y exitosa red de casi 47.000 corresponsales bancarios, conocida como Bradesco Expresso. La rama aseguradora de Bradesco, Bradesco Seguros, consideró que podía usar esta red para vender seguros a clientes de bajos ingresos. Bradesco Seguros ha sabido apalancar las experiencias de otras partes del banco para establecer una red de corresponsales gestionada muy estrechamente para la venta de seguros. Empezó ofreciendo solamente un producto de seguro –una póliza de accidentes personales combinada con asistencia funeraria. Esto se eligió basándose en las necesidades identificadas en sus estudios de mercado, que indicaban que las personas en el Brasil urbano son particularmente conscientes de la necesidad de protección contra los accidentes personales como resultado de la violencia que presencian en las calles. Bradesco Seguros advirtió también que sería más efectivo empezar con un producto claro y sencillo. Una vez que el corresponsal bancario y sus clientes se familiaricen más con los seguros, será posible añadir productos adicionales.

EL “MULTIPLICADOR”

Bradesco Seguros aprendió de las experiencias de Bradesco Expresso al establecer la red inicial de corresponsales bancarios solamente para servicios bancarios básicos. Descubrió que la tecnología y la red de establecimientos proporcionaban una forma eficiente de prestar directamente servicios bancarios a comunidades de bajos ingresos. Sin embargo, también percibió que no se podía esperar que los establecimientos funcionaran bien sin un

1 Sanford, Caitlin and Cojocar, Laura (Noviembre 2013) 'Do banking correspondents improve financial inclusion? Evidence from a national survey in Brazil', Bankable Frontier Associates, Summerville, MA, EEUU

apoyo adicional del banco. Por lo tanto, creó el papel de “multiplicador”. Los multiplicadores son personas locales empleadas por el banco que supervisan y dan apoyo a un determinado número de corresponsales bancarios. Estas personas pudieron mantener los establecimientos activos y funcionando de manera eficaz como corresponsales bancarios, prestando apoyo y formación continuos, estableciendo incentivos, proporcionando materiales de venta y formularios de afiliación, llevando a cabo actividades de promoción y resolución de problemas.

Estas actividades resultaron ser un factor vital para el éxito de Bradesco Expresso. Además, Bradesco Seguros pensó que esta interacción con los establecimientos sería incluso más importante para un producto financiero complejo como el seguro. Este supuesto resultó estar justificado. La venta de seguros por medio de los corresponsales bancarios requiere una estrecha gestión de la relación con la red que vende seguros. Este apoyo ha sido crítico para persuadir a los corresponsales bancarios de que se hicieran cargo de un producto financiero nuevo y más complejo, y ha posibilitado que Bradesco Seguros amplíe gradualmente la venta de seguros por medio de la red de corresponsales bancarios.

COMBINANDO LO NUEVO CON LO VIEJO

De hecho, los multiplicadores desempeñan un papel doble al momento de ayudar a la venta de seguros. La normativa brasileña requiere la intervención de un agente financiero en toda venta de seguros y marca requisitos especiales para los agentes financieros de microseguros especialmente formados. Por lo tanto, Bradesco Seguros forma a sus multiplicadores como agentes financieros. Estos interactúan con los corresponsales

bancarios en las comunidades y tienen un papel clave al explicar el producto de seguro, sus procedimientos y servicios, y promover la venta. La combinación de interacción cara a cara y el modelo de corresponsalía bancaria con soporte tecnológico proporcionan una forma creativa y efectiva de combinar antiguas técnicas de venta con las actuales. El papel del multiplicador como intermediario financiero ha ayudado a las comunidades a confiar en los corresponsales bancarios y en un nuevo producto.

RESULTADOS

Bradesco Seguros empezó a vender seguros por medio de corresponsales bancarios en mayo de 2012. Dado que la venta de seguros es más compleja que los otros servicios que ofrecen los corresponsales bancarios, Bradesco Seguros analizó a los corresponsales y eligió a aquellos que eran más adecuados para integrar al seguro a sus actividades existentes. Inicialmente, 108 corresponsales bancarios fueron seleccionados de una red total de casi 47.000 corresponsales. Este número se ha ido ampliando gradualmente y ahora vende seguros a través de 775 corresponsales. En marzo de 2014 Bradesco Seguros había vendido más de 50.000 pólizas por medio de esta red.

La madura red existente de corresponsales bancarios de Bradesco Expresso ha posibilitado que el proyecto haya alcanzado rápidamente una gran escala. Sería muy difícil establecer una red de corresponsales bancarios desde cero para la venta de seguros únicamente, pero Bradesco ha podido apalancar una red existente que ya presta servicios financieros. Este ejemplo es un alentador indicador de la potencial efectividad para ofrecer seguros de las redes existentes de agentes, tales como corresponsales bancarios.

CONSEGUIR UNA BUENA GESTIÓN INTERNA

Bradesco Seguros no sólo utilizó las lecciones aprendidas gracias a su experiencia con los corresponsales bancarios; aplicó también su eficaz sistema de gestión interna, que había desarrollado para su negocio de seguro de salud. Utiliza un administrador de servicios que ayuda a procesar las operaciones a través de un eficiente sistema de tecnología de gestión interna. Para el producto de microseguros, el administrador de servicios autoriza cada nueva afiliación en tiempo real, contrastándola respecto a ciertos parámetros para evitar fraude. También ayuda a los clientes a presentar los documentos necesarios al reportar un siniestro, y procesa y evalúa dichos documentos. Este eficiente procedimiento de tramitación de siniestros reduce el tiempo de pago de siniestros y proporciona un mejor apoyo para mejorar la experiencia del cliente.





Basado en el Programa de Finanzas Sociales 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 inició actividades en 2008 con el apoyo de una generosa subvención de la **Fundación Bill y Melinda Gates** para contribuir a que la cobertura del seguro llegue a millones de personas de bajos ingresos y promover las lecciones aprendidas sobre microseguros. Se ha beneficiado también de subvenciones de **diversos donantes** entre ellos la **Z Zurich Foundation** y **AusAID**.

Ver más en
www.ilo.org/microinsurance

