

PROGRAMA DEL CURSO

I. Identificación General

Nombre:	Introducción a los Microseguros y la Inclusión Financiera
Horas:	32
Destinatarios:	Gerentes, Subgerentes y jefes comerciales; Gerentes, subgerentes y jefes de productos y servicios; Gerentes, subgerentes de marketing

II. Fundamentación Técnica

El concepto microseguros ha evolucionado a través de los años, pero en general se refiere a un producto de coberturas específicas orientadas a personas de bajos ingresos, quienes normalmente no se encuentran cubiertos por otros seguros convencionales.

Los microseguros se caracterizan porque cubren riesgos específicos estrictamente delimitados y las primas se hallan al alcance de clientes de bajos ingresos. Generalmente se encuentran vinculados con los microcréditos. Por otra parte, en la mayoría de los países, los seguros individuales y los microseguros existen de manera concatenada, lo que dificulta la recopilación de información concreta sobre el tema, ya que se combinan con diferentes categorías de seguro individual y, básicamente, sobre actividades personales y no de negocio.

El grupo objetivo de los microseguros se encuentra concentrado en áreas urbanas marginales y principalmente en áreas rurales. No obstante, no todos los pobres son sujetos de este tipo de servicios. Por ello, las microfinancieras con fines de lucro por lo regular están identificadas con estratos de pobreza no extrema, los cuales poseen alguna capacidad de pago. En dichos subsegmentos, el propósito de la implementación de microseguros es primordialmente social, que por lo general corresponden a la expansión de la cobertura de salud.

El panorama de introducción y adopción de los microseguros es dispar en LATAM, donde algunos países llevan ventaja en la comercialización de estos productos, fruto usualmente por la fortaleza del mercado de los microcréditos (ver cuadro siguiente):

Cuadro 3. Tamaño relativo del mercado de microseguros en ALC.

País	Clientes de IMF (a)	Número de empresas (a)	Cobertura a microempresas (porcentaje) (b)	Vidas cubiertas con microseguros (c)
Argentina	10 649	3 787 634		
Bolivia	548 242	1 736 984	55,7	250 000
Brasil	289 697	22 407 968		
Chile	297 995	1 497 112	28,0	
Colombia	608 282	8 723 336	13,6	2 559 000
Costa Rica	45 607	516 527		
Ecuador	327 065	1 991 091		551 422
El Salvador	143 461	885 748	26,8	
Guatemala	363 286	1 600 041	6,0	105 600
Honduras	143 118	1 036 684	3,9	
Perú	1 174 361	4 993 399	18,7	4 091 292
República Dominicana	145 332	1 399 785	10,1	525
México	1 217 920	10 394 629	6,8	
Nicaragua	399 614	684 885		29 035
Venezuela	44 969	3 247 271	0,8	23 375
Total	5 759 598	64 903 094	17,04	7 610 249

Fuente: a) Navajas y Tejerina 2007; b) Murulanda y Otero 2005; c) Roth *et al.* 2007, citado por Jiménez 2007.

III. Objetivo General

Al término del curso, el participante comprenderá el mercado de los microseguros, entendiendo los segmentos usuarios y su relación con las microfinanzas. Logrará identificar las características de la oferta de valor de un producto tipo microseguros, revisando ejemplos concretos de aplicación en Chile y LATAM y terminando con una propuesta de diseño de un producto/estrategia de abordaje para este segmento.

IV. Desarrollo

Objetivos Específicos	Contenidos
Entender las características del segmento para un microseguro	Unidad I: Situación actual del segmento vulnerable y de bajos ingresos Características del segmento que presenta mejores condiciones para adquirir un microseguro
Conocer modelos de inclusión financiera	Unidad II: Situación actual del segmento vulnerable y de bajos ingresos
Conocer el contexto donde se desenvuelven las microfinanzas y el microseguro.	Unidad III: Microfinanzas, definiciones y mejores prácticas Contexto financiero donde se desenvuelve las microfinanzas Contexto financiero donde el microseguro se ha desarrollado en su gran mayoría
Identificar el contexto histórico de la oferta de microseguros	Unidad IV: Fundamentos Microseguros Contexto histórico de la oferta de microseguros en el mundo Oferta de microseguros en Latam Desarrollo del microseguro en Chile Valor social y económico asociado a la oferta de microseguros Reconocer en el microseguro una nueva forma de hacer negocios
Reconocer la experiencia de microseguros en Chile	Unidad V Desafíos de los Microseguros Experiencia de microseguros en Chile Banca Seguros Casos de éxito y fracaso
Aplicar estrategias de Negocios asociadas a Microseguros o Seguros Inclusivos	Unidad VI: Caso Práctico / Diseño Estrategia de Negocios Desarrollo un ejercicio práctico para la elaboración de una Estrategia de Negocios asociada a microseguros o Seguros Inclusivos

V. Orientaciones Metodológicas

Se realizarán exposiciones del profesor sobre las distinciones teóricas y prácticas de los contenidos del curso. Por su parte, los alumnos realizarán debates grupales sobre los temas expuestos por el docente. Talleres prácticos grupales de análisis de casos.

Es importante destacar que el rol del docente, durante el desarrollo del curso será de tutor y facilitador del trabajo individual y grupal, asegurando que los contenidos se pongan en acción y se generen aprendizajes significativos en los alumnos, vinculados a su desarrollo en el campo laboral.

Las metodologías a ocupar en el curso serán:

- Business Model Canvas/Lean model canvas