

UNIVERSIDAD NACIONAL
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
CENTRO INTERNACIONAL DE POLÍTICA ECONÓMICA PARA EL
DESARROLLO SOSTENIBLE
MAESTRÍA PROFESIONAL EN GERENCIA DEL COMERCIO
INTERNACIONAL

INCLUSIÓN FINANCIERA A TRAVÉS DE MICROSEGUROS: UNA OPCIÓN
PARA EL DESARROLLO Y FORTALECIMIENTO DE LAS PEQUEÑAS Y
MEDIANAS EMPRESAS DEL DISTRITO CENTRAL DE LIBERIA,
GUANACASTE.

MANUEL MEJICANO ORTIZ

PROYECTO FINAL DE GRADUACION PRESENTADO COMO REQUISITO
PARA OPTAR POR EL TITULO DE MASTER EN GERENCIAL DEL
COMERCIO INTERNACIONAL

GUANACASTE, COSTA RICA
MAYO, 2016

HOJA DE APROBACIÓN

Este Proyecto Final de Graduación fue aprobado por el Programa Docente del Centro Internacional de Política Económica para el Desarrollo Sostenible como requisito para optar al grado de Máster en Gerencia del Comercio Internacional

Se debe anotar el nombre
PROFESOR TUTOR

Se debe anotar el nombre
LECTOR No.1

Se debe anotar el nombre
LECTOR No.2

Nombre del Estudiante
SUSTENTANTE

Dedicatoria

Primeramente, doy gracias a Dios, solamente él sabe todos los sacrificios que pasé para poder lograr uno de mis mayores retos hasta ahora, le dedico este triunfo a mi familia los cuales siempre han estado incondicionalmente apoyándome en cada uno de mis proyectos, a todas personas que de alguna manera siempre estuvieron para escucharme a mi novia Daniela Rojas, y a mi gran amigo Omar Hernández.

Agradecimientos

Agradezco primeramente a Dios por darme las fuerzas de seguir cada día luchando por mis objetivos, a mi familia, pilar fundamental en mi vida, y a todas las personas que confían en mí, incluyendo a mi novia Daniela que ha estado apoyándome incondicionalmente en mis distintos proyectos, los profesores de la Universidad tanto de Bachillerato como del Programa de Maestría que trataron siempre de brindarnos las mejores herramientas para poder enfrentarnos a un entorno tan dinámico como el que vivimos actualmente.

Tabla de Contenido

Índice de gráficos	vii
Índice de cuadros	viii
Lista de siglas.....	ix
Resumen.....	x
Introducción.....	xiii
CAPÍTULO 1	1
1. Origen de la Inclusión financiera y los microseguros	1
1.2 Problemática de la Investigación.....	4
1.3 Justificación.....	5
1.4 Objetivos de investigación.....	7
CAPÍTULO 2	8
Marco Teórico.....	8
2.1 Enfoque teóricos.....	8
2.1.1 Inclusión financiera y su impacto en las Pymes.	8
2.1.2 Microfinanzas origen.	9
2.1.3 Características y elementos de las microfinanzas.....	10
2.1.4 Importancia de las microfinanzas para las Pymes	12
2.1.5 Limitaciones de las microfinanzas.....	13
2.2 Antecedentes de las Pymes en Costa Rica.....	14
2.2.1 Definición de Pyme	15
2.2.2 Características de las Pymes.....	15
2.2.3 Marco regulatorio para las Pymes en Costa Rica	16
2.2.4 Importancia de las Pequeñas y Medianas empresas para la economía nacional.....	17
2.2.5 Situación actual de las Pymes en Costa Rica.	17
2.3 Microseguros como elemento de inclusión financiera	22
2.3.1 Definición de microseguro	22
2.3.2 Consumidor potencial de los microseguros.....	23

2.4 Características del producto.....	24
2.5 Indicadores de desempeño técnico y social de los microseguros	26
2.6 Proceso de implementación de un proyecto de microseguros	28
2.7 Canales de comercialización de microseguros	29
2.8 Modelos de prestación de microseguros	30
2.9 Canales de distribución tradicionales	31
2.10 Limitaciones de los microseguros	33
CAPÍTULO 3	35
3. Abordaje metodológico	35
3.1 Técnicas de investigación y fuentes de datos	35
3.2 Fuentes de información	36
3.3 Alcances y limitaciones	38
CAPÍTULO 4	41
4.1 Análisis de resultados	41
CAPÍTULO 5	54
5.1 Conclusiones.....	54
5.2 Recomendaciones.....	55
Bibliografía.....	57
Anexos.....	62
Anexo 1	62
Anexo 2	65

Índice de gráficos

Gráfico 1. Composición porcentual del parque empresarial según tamaño, 2014-2015.....	18
Gráfico 2: Distribución del empleo total, según tamaño de empresa, 2014-2015	19
Gráfico 3. Distribución de empresas Pymes por Región, 2015.....	20
Gráfico 4. Distribución de la muestra de 50 Pymes, según cantidad de empleados, 2016	42
Gráfico 5. Antigüedad de las Pymes estudiadas en el mercado, 2016	43
Gráfico 6. Distribución del ingreso mensual estimado en colones de la muestra de 50 Pymes, 2016.....	44
Gráfico 7. Distribución de las Pymes por sector económico, 2016	45
Gráfico 8. Distribución de las Pymes según tipo de servicio brindado, 2016.....	46
Gráfico 9. Distribución de las Pymes según tipo de comercio, 2016	46
Gráfico 10. Tipos de seguros suscritos por Pymes, 2016.....	48
Gráfico 11: Tipos de siniestros registrados por las Pymes en estudio en los últimos 5 años, 2016.....	49
Gráfico 12. Razones que impiden a las Pymes suscribir seguros en el mercado tradicional, 2016	50
Gráfico 13. Aceptación de alternativas más económicas de seguros (microseguros) en las Pymes de la zona, 2016	51
Gráfico 14. Tipos de microseguros propuestos para las Pymes de la región de estudio, 2016	52

Índice de cuadros

Cuadro 1. Oferta productiva según rama de actividad económica y tamaño de la empresa, 2015.....	21
Cuadro 2. Diferencias entre seguros convencionales y microseguros.....	25
Cuadro 3. Indicadores de desempeño técnico de los microseguros.....	26
Cuadro 4. Indicadores de desempeño social de los microseguros.....	27
Cuadro 5 Alcances y limitaciones	38
Cuadro 6.Perspectivas de éxito en la distribución de microseguros	53

Lista de siglas

Pyme: Pequeña y mediana empresa

Acorde: Asociación Costarricense para Organizaciones de Desarrollo

INS: Instituto Nacional de Seguros

MIDE: Museo Interactivo de Economía

SUGESE: Superintendencia General de Seguros

MEIC: Ministerio de Economía Industria y Comercio

CCSS: Caja Costarricense de Seguro Social

OIT: Organización Internacional de Trabajo

CGAP: Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres

Resumen

La inclusión financiera es un tema que cada día cobra mayor relevancia, y ha sido objeto de atención por organizaciones importantes como lo es el grupo de los G-20 junto con todos sus donantes. El objetivo principal es permitir el acceso a un conjunto de productos y servicios financieros que incluyen, crédito, ahorro, seguros, sistemas de pagos y pensiones, así como educación financiera y protección al consumidor. (MIDE, 2012)

Para el desarrollo de la investigación, se realiza un enlace entre las microfinanzas como mecanismo de inclusión financiera a través de una propuesta de microseguros, con la finalidad de que las Pymes de la zona tengan la oportunidad de poder optar por tomar seguros (a bajo costo) que les permitan tener un escudo ante un eventual siniestro evento fortuito inesperado, que generalmente viene acompañado de considerables pérdidas económicas y ocasiona en el peor de los casos la quiebra de algunas Pymes que no cuentan con el capital para poder reestructurarse.

Una de las barreras que restringen la suscripción de seguros por parte de las Pymes, hacen referencia a los altos costos de las primas a pagar por los seguros que se comercializan actualmente. Aunado a ello, la falta de información en la materia, la agilidad en los procesos tanto de suscripción como de indemnización también se convierten en razones por las cuales este sector se encuentra excluido en materia de aseguramiento de sus riesgos.

Siendo esta la principal razón para promover una iniciativa de inclusión financiera a través de este mecanismo, los microseguros, siendo estos una alternativa que busca más allá de rentabilidad financiera un compromiso social, al permitirles a las Pymes en el caso de este estudio, contar con un respaldo ante eventuales siniestros o eventos no esperados que ocasionan pérdidas económicas, desmejorando sus finanzas que en caso extremo podrían causar hasta la quiebra.

Los microseguros rompen las barreras que se ha creado en el sistema asegurador tradicional al ser inclusivos, permitiéndole a su segmento destino contar con un respaldo financiero que le brinde tranquilidad a los pequeños y medianos empresarios y permitiéndoles una continuidad del negocio por medio de una administración adecuada de sus riesgos.

PALABRAS CLAVE: Inclusión financiera, microfinanzas, microseguros, Pymes.

Abstract

Financial inclusion is an issue that is becoming more important, and has been addressed by major organizations such as the group of the G-20 together with all its donors. The main objective is to allow access to a set of financial products and services that include credit, savings, insurance, payment systems and pensions and financial education and consumer protection. (MIDE, 2012)

For the development of research, a link between microfinance as a mechanism for financial inclusion is done through a proposal microinsurance, in order that Pymes in the area have the opportunity to choose to take insurance (at low cost) that allow them to have a shield against a sinister eventual unexpected fortuitous event, which is generally accompanied by considerable economic losses and causes in the worst bankruptcy of some small businesses that do not have the capital to restructure.

One of the barriers that restrict insurance underwriting by Pymes, referring to the high cost of premiums to pay for insurance currently marketed. Besides this, the lack of information on the subject, agility in the processes of both subscription and compensation also become reasons why this sector is excluded assurance on risks.

This being the main reason for promoting an initiative for financial inclusion through this mechanism, microinsurance, these being an alternative to looking beyond financial profitability social commitment, to enable Pymes in the case of this study, have a backup against possible claims or unexpected events that cause economic losses, degrading their finances in extreme cases could lead to bankruptcy.

Microinsurance break the barriers created in the traditional insurance system to be inclusive, allowing your destination segment have a financial backing that gives peace of mind to small and medium entrepreneurs and enabling business continuity through proper management its risks.

KEYWORDS: Financial inclusion, microfinance, microinsurance, Pymes.

Introducción

En los últimos años, se ha hecho un esfuerzo por promover una mayor inclusión financiera en la población de bajos ingresos al sistema financiero, lo que ha tomado gran relevancia como factor de desarrollo económico y social a nivel global. En el sector asegurador, a través de nuevos productos (microseguros), estructuras de pagos y canales de distribución más eficientes, se pretende cubrir una mayor parte de la población, que por su condición económica le impiden suscribir seguros en el mercado tradicional.

Como infiere (Galor y Zeira , 1993) el objetivo de la inclusión financiera más allá de promover el crecimiento del sistema financiero, es permitir la disminución de los problemas de desigualdad y pobreza presentados en muchos de los países en vías de desarrollo. Aunado a lo anterior menciona que los rezagos del mercado financiero no permiten a las personas de menores ingresos invertir en educación o crear empresas y mantener pequeñas y medianas empresas, lo por lo que el contar con microseguros fomentaría la competitividad de este sector al poder asumir riesgos más grandes y poder brindar seguridad a sus clientes ante eventuales eventos fortuitos (siniestros).

Adicionalmente, es evidente que la población de menores ingresos es más propensa a sufrir situaciones complicadas tales como enfermedades, accidentes y desastres naturales. En este sentido, expertos en el tema de microseguros afirman que la pobreza está profundamente relacionada con el rezago en seguros (Morduch, 2011)

La presente investigación tiene como eje fundamental incorporar los microseguros como mecanismo de inclusión financiera para las Pymes del cantón central de Liberia. Primeramente, se muestra las principales necesidades que posee este segmento del sector empresarial, mediante la aplicación de un cuestionario a 50 pequeñas y medias empresas ubicadas en la zona de estudio.

Posteriormente, y por a través de criterio de expertos en materia de seguros, se elabora una lista de los posibles productos que podrían ser ofrecidos, que les sean útiles, sencillos de suscribir, económicos y sobre todo sostenibles a largo plazo.

La educación financiera es un factor determinante para la implementación de proyectos de esta índole (García y Grifoni, et al, 2013), por lo tanto de nada serviría formular una factible propuesta de microseguros considerando las necesidades más comunes pero sin una metodología adecuada, que impida a las personas a cargo de estas pequeñas empresas tener acceso a información real, fácil de interpretación evitando terminología excesivamente técnica que inclusive en muchas ocasiones ni siquiera son comprendidas por los mismos intermediarios o agentes de seguros.

Adicional a lo anterior como asevera (Salas, 2016), estos instrumentos (microseguros), deben estar diseñados de tal manera que al momento de atender un eventual siniestro o evento inesperado, el tiempo de respuesta sea ágil, oportuno y sencillo, no tener que esperar más de un mes para poder recibir la indemnización por parte de la aseguradora, que en muchos casos por una mala gestión de presentación del reclamo puede extenderse inclusive más tiempo, esto pasa actualmente con el sector asegurador tradicional.

Está de más inferir que estos instrumentos deben de responder de manera inmediata, primero para no ocasionarle un problema a la pequeña o mediana empresa y seguido para no generar una mala imagen de la aseguradora al no cumplir de manera eficiente lo estipulado en la póliza o contrato de seguros.

Posteriormente, para determinar el grado de aceptación de la propuesta de comercialización microseguros, se tomará como referencia una muestra de 50 Pymes del distrito central de Liberia, escogidas mediante un muestreo no probabilístico intencional o por conveniencia, el cual se caracteriza por obtener muestras "representativas" mediante la inclusión en la muestra de grupos supuestamente típicos, en este caso pequeñas y medianas empresas ubicadas

en la región, a las cuales se les aplicó un cuestionario sobre información relacionada acerca de su actual situación en materia del ramo de seguros, y de esta manera conocer un poco sobre sus principales necesidades, en aras de los microseguros ofertados tengan aceptación por parte de los pequeños y medianos empresarios y principalmente que incidan de manera positiva en el mejoramiento de su actividad económica.

Finalmente se dará a conocer cuáles podrían ser los canales de comercialización más adecuados para los microseguros, y de qué manera las Pymes podrían reducir su índice de siniestralidad, a través de una adecuada gestión de riesgos. Esta información será obtenida mediante una entrevista realizada a un experto en seguros, quien cuenta con una trayectoria de más de 20 años de experiencia en la materia, además de otros tópicos relacionados como lo son la gestión de riesgos y continuidad de negocio.

CAPÍTULO 1

1. Origen de la Inclusión financiera y los microseguros

1.1 Antecedentes

Primeramente, es relevante indicar que las microfinanzas son el pilar fundamental de la inclusión financiera y cada vez más se muestran como un componente integrado por diversos actores cuyo fin principal es brindar servicios financieros de la manera más eficiente a las personas y empresas con ingresos bajos. (CGAP, s.f)

Las microfinanzas se desarrollaron inicialmente en Bangladesh y en partes de América Latina a mediados de la década de 1970 para conceder crédito a los pobres que, por lo general, no tenían acceso a servicios financieros formales. El modelo ganó popularidad y desde entonces se ha aplicado en países de ingreso bajo e ingreso alto. (Torralba, 2013)

De acuerdo con (Marconi, 2014), las microfinanzas surgieron, además, de la necesidad de los amplios sectores de la población de encontrar sus propios medios de vida, luego de la catástrofe económica que se percibió a comienzos de los años ochenta y de las políticas de ajuste que aplicaron posteriormente y que dieron lugar a una enorme pérdida de sus puestos de trabajo formales.

Por su parte, en cuanto a los microseguros, existen algunas posiciones sobre su origen, con el que la mayoría de autores coincide se remonta al año 1976, cuando Muhammad Yunus, economista, fundó en Jobra, Bangladesh, el Banco Grameen: banco social orientado a proporcionar pequeños préstamos a grupos

de mujeres pobres. Con éste sistema de microcrédito, favoreció la exportación de su país al resto del mundo. (CONDUSEF, 2013)

Según (Camargo & Montoya, 2014), en los primeros experimentos de microseguros que se llevaron a cabo, aunque la demanda era considerablemente alta, fueron empleados bajo un enfoque de solidaridad y comunidad sin control financiero, sin la intervención de profesionales en la materia, como consecuencia de ello los resultados fueron desastrosos en su gran mayoría.

En la actualidad los microseguros se muestran como una oportunidad de desarrollo principalmente para las micro, pequeñas y medianas empresas, que por su situación económica no pueden optar por la suscripción de seguros en el mercado tradicional. Estos instrumentos ofrecen diferentes ramos que van desde microseguros de vida, gastos funerarios, accidentes personales y daños de patrimonio, siendo estos los más comunes.

Otra evidencia del inicio de este tipo de productos se remonta al siglo pasado, donde la industria de los seguros ya vendía microseguros en las puertas de las fábricas en las principales ciudades de Estados Unidos. La Metropolitan Life Insurance Company, la cual era en aquella época, la compañía aseguradora más grande del mundo, sus productos para la industria, sus iniciativas fueron tomadas por las compañías que conocemos en la actualidad. (Compromiso Empresarial, 2015)

En la última década, el sector privado asegurador ha mostrado un importante interés por los microseguros, lo cual explica muestra la importancia de este instrumento como mecanismo de inclusión financiera. (Camargo & Montoya, 2014)

Por otra parte, en 2005, alrededor de cien expertos de todo el mundo se reunieron en Alemania para analizar y discutir las características, oportunidades

y dificultades que podría tener este tipo de seguro (Churchill, 2006). Este encuentro marcó la entrada formal al mercado del microseguro.

En relación a Costa Rica, desde la apertura comercial en el año 2008, se ha evidenciado un crecimiento importante en el mercado de seguros, a la fecha los consumidores de seguros tienen la oportunidad de optar la suscripción de productos no solamente con el Instituto Nacional de Seguros o Seguros del Magisterio siendo estas las únicas aseguradoras estatales, si no con doce aseguradoras privadas que cuentan con una diversidad de productos en diferentes ramos.

Esta situación evidentemente ha coadyuvado a ser mucho más eficientes, a promocionar mucho más el negocio de seguros en todos los sectores, y obviamente esto ayuda a la dinamización de la economía, así como a la transparencia del negocio, para que el consumidor sea el último y principal favorecido de toda la gestión (Constenla, 2013)

Según (Ulate, 2013), otro aspecto trascendental en la evolución del mercado de seguros en Costa Rica fue la creación del Ley Reguladora de Seguros promulgada el 1 de julio del 2008, con la finalidad de propiciar un marco legal mucho más amplio que el contenido en la Ley de Seguros de 1922, la cual dejada por fuera muchos aspectos relevantes en la actualidad, crenado una institucionalidad y generando confianza al consumidor.

Con la evolución del mercado de seguros y su marco legal regulador en Costa Rica, también se han desarrollados productos con características similares a los microseguros, pero no iguales, llamados seguros autoexpedibles, los cuales se definen como aquellas pólizas de bajo costo, fácil suscripción y que no requieren exámenes previos (Soley, 2016).

Instituciones como ACORDE incorporan dentro de su financiamiento a las MiPymes, microseguros, algunos adheridos al crédito y otros ofrecidos de manera independiente; siendo esta la primera entidad que incorpora ambos

instrumentos de inclusión financiera (microcréditos y microseguros) de manera combinada. (ACORDE, 2015)

1.2 Problemática de la Investigación

Actualmente la tendencia de las primas (pago periódico por el seguro suscrito) de los seguros tradicionales ha tendido al alza, situación que genera una brecha entre los que cuentan con los recursos económicos para asegurar sus bienes y los que no. Es por esta razón que en este proyecto de investigación se presentan los microseguros como un instrumento incluyente para las pequeñas y medianas empresas que no cuentan con la solvencia económica para pagar altas primas en seguros tradicionales.

Esta propuesta tiene como objetivo fundamental, permitir a los pequeños y medianos empresarios poder adquirir seguros que les permitan amparar algunos de riesgos a los que se ven expuestos, los cuales podrían ocasionar desequilibrios importantes en su empresa y familia. El detalle es que como se menciona anteriormente, este tipo de seguros debe de ser diseñado de tal manera que sea útil, fácil de suscribir e interpretar, con pocas exclusiones y por supuesto que responda a las necesidades de los clientes.

En muchas ocasiones las Pymes con el afán de buscar la manera de permanecer en el feroz y dinámico mercado, dejan a un lado aspectos importantes como lo son los seguros, en la mayoría de los casos por cuestión de cuestión de precios y falta de información. Por lo tanto, los microseguros, se presentan como una alternativa para al momento de presentarse algún siniestro o evento inesperado, cuenten con un respaldo que les permita darle continuidad a su negocio a cambio del pago de una prima periódica.

Finalmente, lo más importante de esta iniciativa no es solamente promover la inclusión financiera por medio de los microseguros, sino también, brindarles asesoría en gestión de riesgos y educación financiera a los pequeños y medianos empresarios del distrito central Liberia Guanacaste, en aras de poder expandir el proyecto a los demás distritos del cantón guanacasteco.

1.3 Justificación

En la actualidad las pequeñas y medianas empresas a nivel mundial, juegan un papel fundamental en la económica de los países, tal es el caso de Costa Rica, donde gran parte la actividad económica es generada por micro, pequeñas y medianas empresas generando un importante aporte al Producto Interno Bruto del país. Sin embargo, estos pequeños emprendedores generalmente carecen de recursos y no necesariamente financieros, sino asesorías sobre finanzas, continuidad de negocio, y por supuesto seguros.

Es por esta razón que a través de la propuesta microseguros se pretende incorporar las Pymes al sector financiero, permitiéndoles contar con un respaldo financiero y de la misma manera evitar que se aproximen a los márgenes de pobreza al momento de un posible siniestro o evento inesperado.

La inclusión financiera de este segmento de empresarios por medio de microseguros se muestra como una vía alternativa para poder incorporarlos en el mercado financiero del país, y poder asesorarlas en materia de riesgos en sus actividades, que puedan ocasionarles pérdidas económicas considerables y por supuesto brindarles una herramienta (indemnización) que les permita tener un respaldo ante un eventual siniestro.

Es evidente que existe una dificultad para las empresas pequeñas y medianas al momento de optar por financiamiento o tomar algún seguro convencional contra robo o incendio comercial, seguros de vida para sus familiares, seguros de para sus cosechas, especialmente ahora que se percibe una prolongada sequía en la zona o gastos médicos para sus familias, por ejemplo, puesto que los precios de estos servicios sobrepasarían su capacidad de pago y sus utilidades no alcanzarían para comprarlos.

Está claro que las personas de escasos recursos económicos de alguna u otra manera utilizan los sistemas financieros, pero generalmente lo hacen de manera informal y al tener recursos limitados están obligados a administrar con mucha cautela lo que poseen, es decir acumulando sus recursos para cuando haya escasez.

Cabe que los microseguros están diseñadas, esencialmente, para atender gran parte de las necesidades financieras de los sectores excluidos del sistema formal, por alguna razón, sea falta de información, asesoría, falta de dinero, entre otras. Se debe aclarar que la inclusión financiera no se basa únicamente en el otorgamiento de crédito, las Pymes no solo necesitan financiamiento.

En el caso de la zona de estudio, en los últimos años se ha desarrollado una proliferación de pequeñas y medianas empresas, muchas de ellas no cuentan con seguros fundamentales, como robo de local comercial, incendio comercial, responsabilidad civil, seguro para la flotilla de vehículos y vida para los empleados, familiares y propietarios. Esto da pie a la investigación que se basará primeramente en conocer las principales necesidades en temas de riesgos asegurables y plantear una alternativa que permita a las empresas contar con estos instrumentos financieros (microseguros).

1.4 Objetivos de investigación

1.4.1. Objetivo general:

Investigar la implementación de los microseguros como mecanismo de inclusión financiera en las pequeñas y medianas empresas, ubicadas en el distrito central de Liberia, Guanacaste.

1.4.2. Objetivos específicos:

-Identificar las necesidades de las pequeñas y medianas empresas de los cantones de Liberia, en materia de seguros.

-Determinar los principales productos para la comercialización de microseguros en las Pymes del distrito central de Liberia, Guanacaste de acuerdo a sus necesidades y riesgos inherentes.

-Identificar los canales de comercialización más efectivos para los microseguros en la región de estudio para que puedan ser utilizados por las Pymes de manera ágil y sencilla.

CAPÍTULO 2

Marco Teórico.

2.1 Enfoque teóricos

La presente investigación se fundamenta en estudios previos que permitirán crear un fundamento teórico sobre la inclusión financiera, tomando como referencia uno de los componentes de las microfinanzas, los microseguros que se muestran como alternativa de inclusiva en términos de seguros para las Pymes de la zona en estudio. Se desarrollarán conceptos, características, y fundamentos que coadyuvarán a lograr un mejor entendimiento de la temática.

2.1.1 Inclusión financiera y su impacto en las Pymes.

Primeramente se debe de tener claridad acerca del concepto de inclusión financiera, según (CGAP, 2009) esta se refiere a los procesos que permiten el acceso a una gama amplia de servicios financieros por parte de la población de un país, incorporando a los que hasta entonces estuvieron excluidos, por lo tanto la inclusión financiera se entiende como el aumento de la proporción y eficiencia de los servicios financieros con especial atención a la situación de exclusión o dificultad previa de sus receptores. (Vega C., 1986)

Las dificultades a las que deben de enfrentarse las personas, pequeños y medianos empresarios para obtener financiamiento que van desde estados financieros auditados, estudios de viabilidad, exigencias de garantías reales (hipotecas) o prendas y una serie de trámites burocráticos, se convierten en obstáculos para esta población por ende las microfinanzas se han dirigido a este sector específicamente (Fundación Cajamar, 2012)

Según (CGAP, 2016), en la actualidad las iniciativas de inclusión financiera se canalizan en las labores llevadas a cabo por los prestadores de servicios microfinancieros y que ha mostrado una evolución considerable a través del paso de los años. Lo que comenzó como el otorgamiento de préstamos a personas pobres para que constituyeran microempresas ha evolucionado hasta convertirse en una iniciativa mundial orientada a brindar a los pobres acceso a diversos productos y servicios financieros, incluyendo a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Según las experiencias e investigaciones en diferentes países, se evidencia que las personas y pequeños empresarios, no solo utilizan microcréditos sino también adquieren otros tipos de elementos que conforman las microfinanzas como lo son microahorros y microseguros, los cuales se procura estén disponibles para la población de manera segura, adecuada, eficaz y sobre todo en función de los costos y necesidades.

2.1.2 Microfinanzas origen.

El origen de las microfinanzas se remonta a la década de los setenta, cuando el economista Mohammed Yunus toma la iniciativa de llevar a cabo la creación del Grameen Bank en 1976, una entidad microfinanciera dedica al financiamiento a los pobres. Su origen geográfico se remonta a Asia (Bangladesh), pero poco tiempo después la iniciativa toma relevancia en desarrollar la actividad microfinanciera en la América latina, donde adquiere una gran importancia en la lucha contra la pobreza, la financiación a los pobres y el subdesarrollo, donde se da una evolución especialmente significativa.

Los programas de microfinanzas ofrecen varios servicios financieros y organizacionales, incluyendo créditos, ahorros, seguros y desarrollo comunitario, entre otros, por lo tanto, estos son los elementos que conforman los programas

de microfinanzas, en los cuales se pretende generar al menos la ganancia para que los programas sean auto-financiables.

Las microfinanzas han enfrentado estos desafíos con innovaciones que han dado origen a relaciones directas y mutuamente valiosas entre la entidad y los clientes, creando estructuras de incentivos (compatibles) que han permitido atender a hogares y pequeñas empresas sin activos gravables, sin experiencia previa en el sistema financiero y sin historiales crediticios, para desarrollar carteras de alta calidad (Vega C, 2009)

2.1.3 Características y elementos de las microfinanzas

Según las Naciones Unidas, las microfinanzas deben de contemplar los siguientes aspectos: inicialmente, al acceso al servicio brindado (créditos, seguros o ahorros) a un costo razonable, es decir que este dentro de la frontera de posibilidades de la persona o empresa, posteriormente las compañías que ofrezcan este tipo de servicios financieros deben de mantener una solidez capaz de responder a las necesidades de los clientes ante situaciones adversas, a esto además se vincula la sustentabilidad, elemento muy importante para brindar seguridad de los usuarios y finalmente la presencia de varios actores, lo cual permitirá que las personas o pequeñas empresas excluidas del sector financiero formal, cuenten con alternativas financieras y de aseguramiento a un costo adaptado a sus necesidades y recursos económicos, y que las empresas que ofrezcan este tipo de servicios financieros mantengan una solidez capaz de mantenerlos y responder a las necesidades de los clientes.

Según indica (Camacho, 2010), los servicios financieros que forman parte de las microfinanzas son los siguientes:

- ✚ Microcréditos: Estos son pequeños préstamos destinados a determinados agentes, ya sean empresas o familias. Esta asignación de recursos se realiza previa evaluación de las posibilidades de pago del beneficiario.

- ✚ Microahorro: Este se define como la captación de recursos por parte de las instituciones microfinancieras, que en gran parte son intermediarios que generan microcréditos. Su característica principal radica en los bajos montos y bajas rendimientos, esto debido a que los aportes son pequeños.

- ✚ Servicios de transferencias y pagos: Estos son servicios asociados directamente con las facilidades de la banca electrónica y el pago de servicios. La recepción de remesas es una situación común en las personas de bajos recursos, ya que no es difícil encontrar un familiar que haya migrado al exterior de manera que parte de los ingresos de las familias están constituidos por los ingresos por remesas.

- ✚ Microseguros: Es una protección contra determinados riesgos que se brinda a personas de bajos ingresos a cambio de pago regular de una prima. Las personas de bajos recursos son más vulnerables a los riesgos de enfermedad, desempleo, fallecimiento, por lo que el impacto de dichos riesgos es más frecuente.

2.1.4 Importancia de las microfinanzas para las Pymes

Las microfinanzas canalizan sus objetivos en fomentar una nueva visión en la que se busca la viabilidad financiera futura, de tal manera que los fondos recaudados se usen de manera sucesiva y continua para abastecer a otros pequeños microempresarios tienen la iniciativa de crear sus propios negocios, creando nuevos puestos de trabajo, y al mismo tiempo también incrementan sus ingresos, logrando de esta manera un dinamismo de la economía del país. (Calderón & Rico, 2012)

Paralelamente, este tipo de iniciativas de inclusión financiera han dado origen a una serie de propuestas financieras orientadas a los pobres en los cuales el sistema bancario y asegurador tradicional, no muestra interés, por la razón de que los rendimientos al ser los pagos de créditos o seguros pequeños, irán en la misma cuantía por lo tanto no se visualiza como un negocio rentable.

Cabe destacar además que el desarrollo de programas de inclusión financiera a través de microfinanzas, principalmente en países en vías de desarrollo, no solo se muestra como una oportunidad para millones de personas que no tienen acceso al sistema financiero tradicional, sino también como una transformación del mismo, donde se implementan innovaciones que van desde tecnologías de crédito bancarias tradicionales hacia tecnologías de crédito más apropiadas para la población de escasos recursos, además por medio de canales de distribución masiva pueden reducirse considerablemente los costos operativos generando rentabilidad para poder mantener los proyectos a largo plazo o incluso una reducción en las tasas de interés(créditos) o tarifas (seguros), lo cual evidentemente beneficiará al cliente. (Villalfani & Vega, 2006)

2.1.5 Limitaciones de las microfinanzas

Las microfinanzas son una manera, pero no la única de propiciar la inclusión financiera y como todo proyecto financiero posee un riesgo muy alto (no pago) que podría generar una inestabilidad del mismo a largo plazo. En el caso de América Latina, las microfinanzas se ha desarrollado con mayor éxito en las zonas urbanas, principalmente porque poseen una plataforma de servicios más moderna que les permite ofrecer sus servicios de manera más ágil y rápida. En el caso de las zonas rurales que es evidente que cuentan de igual manera con muchas necesidades posiblemente aún más enmarcadas que la de la población que habita en las zonas urbanas, la falta de plataformas de servicios como telefonía, internet impiden el desarrollo de este tipo de iniciativas, es ahí donde los gobiernos tienen la tarea de hacer su aporte. (Vega, C., 2012)

Por esta razón, uno de los principales desafíos al futuro estará en adaptar las dimensiones exitosas de las microfinanzas urbanas a los requerimientos de las áreas rurales o desarrollar otras innovaciones que superen las barreras especiales a estas áreas.

Aunado a lo anterior se debe tener precisión sobre variables clave para medir el desempeño y sostenibilidad de las instituciones encargadas de desarrollar programas de microfinanzas, tales como tasas de morosidad, rentabilidad, autosuficiencia, cartera en riesgo, capacidad de pago, entre otras, que son vitales para buscar sustentabilidad. (Gutiérrez, 2009)

Es relevante Cabe destacar que las microfinanzas deben de adoptar metodologías más eficientes e innovadoras que el sistema financiero tradicional (Armendáriz & Morduch, 2010), esto debido a que en muchas ocasiones el segmento al que van dirigidas no está muy familiarizado con gestiones de tramites de formalización de créditos o suscripción de seguros. Con la

implementación de estas estrategias se obtiene una mejor relación entre la entidad financiera o / y aseguradora y el cliente.

Adicional, según señala (Vega, C., 2011) se debe tener claro que los clientes de las microfinanzas generalmente son personas que no cuentan con un historial crediticio ni experiencia previa en el sector financiero por lo tanto, se deben aplicar metodologías con incentivos sociales que no exijan garantías reales sobre los clientes, esto por su condición económica y escasez de recursos para poner hipotecar o preñar ante un eventual crédito y de no tener un buen control sobre estos condicionantes podría generar altas pérdidas económicas a las entidades encargadas de desarrollar este tipo de iniciativas

2.2 Antecedentes de las Pymes en Costa Rica

A finales de la década de los 60 el modelo de las grandes empresas entra en crisis. La globalización, la incorporación de nuevas tecnologías, los cambios organizacionales y el avance de los sistemas de información, modificaron radicalmente la estructura económica hasta entonces vigente. Este nuevo escenario dio origen a una producción más diversificada, cambios en la demanda, cada vez más dirigida a la satisfacción de necesidades, con un grado mayor de especificidad. Siendo las pequeñas empresas las que respondieron adecuadamente a las nuevas necesidades, dando origen a las Pymes. (Latiff, 2008)

2.2.1 Definición de Pyme

Primeramente, es importante mencionar que cada país cuenta con su propio significado de Pymes y sus particularidades son distintas. En el caso de Costa Rica, se entiende por pequeñas y medianas empresas (PYMES) toda unidad productiva de carácter permanente que disponga de los recursos humanos, los maneje y opere, bajo las figuras de persona física o de persona jurídica, en actividades industriales, comerciales, de servicios o agropecuarias que desarrollen actividades de agricultura orgánica. Según la definición emitida por la Comisión PYMI y formalizada en el Decreto 26426-MEIC, 6 octubre 1997.

Además, estas se clasifican según actividad empresarial como industriales, comerciales y de servicios, utilizando la Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades Económicas. (Pymes Costa Rica, 2016)

2.2.2 Características de las Pymes

Según indica (Latiff, 2008), las Pymes se caracterizan por contar con una mayor flexibilidad para adaptarse cuando se realizan cambios organizacionales que responden a la demanda del mercado, esto ya que muestran una estructura simple que les permite incorporar a tiempo los cambios necesarios tanto en la gestión productiva como comercialización facilitando la toma de decisiones.

Por otra parte, cuentan con rapidez para diversificarse en su producción respondiendo a demandas cada vez más exigentes y cambiantes. Esta característica ha propiciado que este segmento empresarial tenga desempeño significativo en la generación de empleo, valor agregado, diversidad de la producción e introducción de innovaciones.

Otra particularidad no menos relevante es que al ser las Pymes empresas pequeñas, están operan con poca burocracia lo cual permite que se incorporen

de manera más sencilla nuevos descubrimientos e investigaciones tanto en materia tecnológica como gestión de procesos, para hacer de pequeña y mediana empresa un facilitador de procesos productivos en las grandes empresas ya que con ello pueden participar en redes de abastecimiento y encadenamientos productivos.

Finalmente, es importante aclarar la clasificación de las Pymes de acuerdo a su tamaño, la particularidad que generalmente se utiliza para dicha clasificación es el número de empleados por organización. En este caso se toma como referencia la definición de la Caja Costarricense de Seguro Social (CCSS), tomado como marco regulatorio la Ley N° 8262 del Fortalecimiento de las Pymes, 2002, considerando las empresas privadas registradas en el régimen de salud.

1. Microempresa: 1 a 5 trabajadores.
2. Pequeña empresa: 6 a 30 trabajadores.
3. Mediana: 31 a 100 trabajadores.
4. Grandes: Más de 100 trabajadores.

2.2.3 Marco regulatorio para las Pymes en Costa Rica

En Costa Rica, al igual que en la mayoría de países existe una legislación concreta para este tipo de empresas, que buscan promover incentivos que les permita tener un dinamismo económico importante y por ende seguir aportando beneficios a la economía del país por medio de generación de empleo e ingresos.

El marco legal de las pymes en el país se rige bajo la Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas empresas 8262, la cual tiene como objetivo principal crear un marco normativo que promueva un sistema estratégico integrado de

desarrollo de largo plazo, el cual permita el desarrollo productivo de las pequeñas y medianas empresas. (Asamblea Legislativa de Costa Rica, 2002)

2.2.4 Importancia de las Pequeñas y Medianas empresas para la economía nacional.

De acuerdo con (Miranda, 2008), las Pymes ayudan a diversificar la actividad económica, contribuyen al crecimiento del empleo y mejoran la competitividad. Además, funcionan como moderadores de las grandes corporaciones, son un elemento empresarial vital en las actividades de emprendedurismo e innovación. También juegan un papel importante en la provisión de servicios y programas de desarrollo regional.

Como puede apreciarse, las Pymes son fundamentales para el desarrollo social y el crecimiento económico de Costa Rica. Sin embargo, para que sea un sector dinámico con presencia significativa en términos de desarrollo y crecimiento económico, deben fortalecerse los instrumentos jurídicos, así como el apoyo en términos de infraestructura, financiamiento inclusivo, seguros acordes a sus necesidades, entre otros elementos.

2.2.5 Situación actual de las Pymes en Costa Rica.

Según datos del (MEIC, 2015), la mayor parte de las Pymes se concentran en sectores de servicios (43%), comercio (41%), seguido por la industria un (11%) y TI (5%). Con respecto al empleo el sector servicios fue el que mejor cantidad de empleo representando con un 38% del total de las Pymes, seguido por comercio con 33%, industria 23% y TI un contribuyó con un 6%.

Gráfica 1. Composición porcentual del parque empresarial según tamaño, 2014-2015



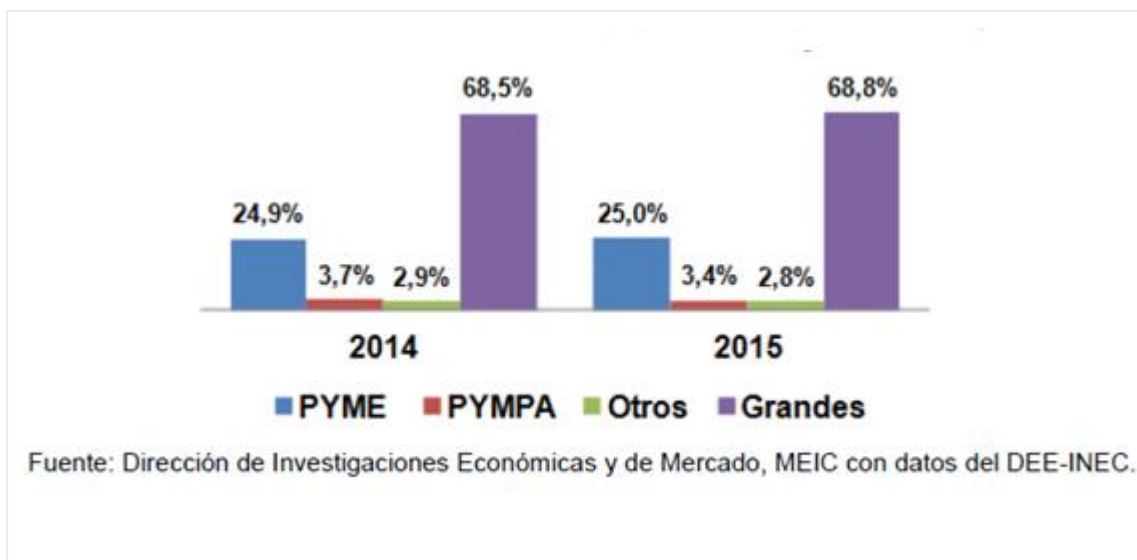
Pyme: Pequeña y mediana empresa

Pympa: Pequeño y Mediano productor agropecuario

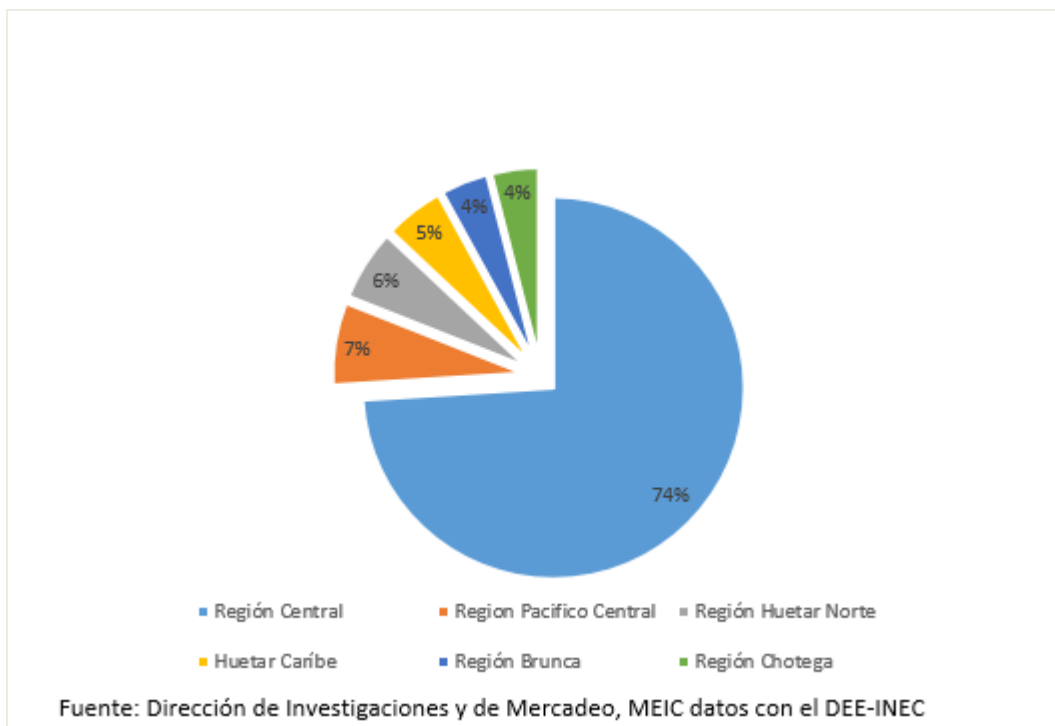
Otros: Empresas con menos de 100 empleados dedicadas a actividades mineras, canteras, actividades financieras y seguros, servicio social humanitario y actividades inmobiliarias

Grandes: Empresas con más de 100 empleados

Gráfico 2: Distribución del empleo total, según tamaño de empresa, 2014-2015



Como se menciona en el párrafo anterior, las Pymes representan una gran participación en la generación de empleo y se ha mantenido constante en los últimos dos años, y la mayor parte de ese empleo generado corresponde al sector servicios (transporte, turismo y comunicación) que ha reflejado un notable crecimiento en los últimos años, seguido también por sector comercial que cuenta además con una participación muy considerable debido a la apertura de nuevos restaurantes, supermercados y locales de venta de comida.

Gráfica 3. Distribución de empresas Pymes por Región, 2015

En el gráfico 3, se muestra la distribución de las empresas Pymes por Región, donde como es evidente, la Región Central concentra la mayor cantidad de pequeñas y medianas empresas del total en el país. Esto obedece a la alta concentración de las empresas ubicadas en la meseta central, por lo tanto, las muchas de las Pymes son proveedoras de productos o servicios de las grandes empresas.

Cuadro 1. Oferta productiva según rama de actividad económica y tamaño de la empresa, 2015

Rama	Micro (a)	Pequeña (b)	Mediana (b)	PYMES (a+b+c)	Grande (d)	Total (a+b+c+d)
Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas	1%	1%	2%	1%	2%	1%
Actividades de atención de la salud humana y asistencia social	7%	3%	2%	6%	1%	5%
Actividades de servicios administrativas y de apoyo	3%	4%	7%	4%	13%	4%
Actividades financieras y de seguros.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Actividades inmobiliarias	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	8%	6%	5%	7%	6%	7%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Alojamiento y servicios de comida.	12%	18%	14%	13%	9%	13%
Comercio al por mayor y al por menor; reparación de los vehículos de motor y de las motocicletas	42%	42%	39%	42%	30%	41%
Construcción	2%	4%	8%	3%	7%	4%
Enseñanza	1%	2%	3%	2%	7%	2%
Explotación de minas y canteras	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Ignorado	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Industrias Manufactureras	13%	9%	8%	12%	10%	11%
Información y comunicaciones.	1%	2%	3%	1%	3%	2%
Otras actividades de servicios	7%	2%	1%	5%	1%	5%
Suministro de agua; evacuación de agua residuales, gestión de desechos y descontaminación	1%	1%	1%	1%	0%	1%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Transporte y almacenamiento	2%	3%	6%	3%	10%	4%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fuente: Dirección de Investigaciones y de Mercadeo, MEIC datos con el DEE-INEC

En el cuadro 1, se pueden apreciar cada una de las actividades económicas desarrolladas por el parque empresarial del país, de acuerdo al tamaño de la empresa, lo cual evidencia en cuales actividades se percibió un mayor dinamismo el año anterior, siendo estas el comercio al por mayor y por menor,

reparación de vehículos de motor y motocicletas, y servicios de alojamiento y comida las que encabezan la lista.

2.3 Microseguros como elemento de inclusión financiera

Es de suma importancia aclarar que la inclusión financiera no solamente está ligada a los microcreditos como generalmente se piensa, inclusive en algunas ocasiones se compara las microfinanzas con microcreditos, dos temáticas que si bien es cierto están relacionadas, no son lo mismo. Por lo tanto, la inclusión financiera tiene un sentido más ambiguo y abarca otras aristas como lo son microahorros, remesas que se reciben de los inmigrantes y por supuesto los microseguros que son el centro de estudio de la investigación.

2.3.1 Definición de microseguro

Existen dos tendencias para definir el concepto de microseguros primeramente en razón al monto asegurado y prima, y luego en razón a quien está dirigido. Según el (CGAP, s.f), el microseguro se define como “la protección de personas de bajos ingresos contra peligros específicos a cambio de pagos regulares proporcionales a la probabilidad y al costo del riesgo (primas)”. La decisión es muy similar a la de un seguro tradicional, la principal diferencia radica en el segmento de la población al cual están orientados, acompañado de que los montos tanto de primas como sumas aseguradas con más bajas también.

Complementado con lo anterior, el grupo CGAP junto con la Fundación Munich Re y la OIT, identifican dos tipos de microseguros, uno canalizado en proporcionar protección a los pobres en ausencia de esquemas apropiados de protección generalmente ofrecidos por el gobierno y el otro enfocado bajo un modelo de negocio rentable y sostenido que ofrece cobertura a las personas de menores ingresos y que es desarrollado por aseguradoras comerciales, asociaciones y sector cooperativo, siendo este el tipo de seguros que nos interesa estudiar.

2.3.2 Consumidor potencial de los microseguros

Según asevera (Camargo & Montoya, 2014), este tipo de seguros están diseñados para una población específica, como se menciona anteriormente, por lo tanto, se debe de entender como consumidor de microseguros a toda persona susceptible de beneficiarse de una cobertura de este producto, englobando tanto el suscriptor, el asegurado y el beneficiario, así como también el cliente, usuario y cliente real de este tipo de seguro.

Ante la formulación de un proyecto de microseguros de vital importancia conocer información social y económica de la población meta a que se pretende llegar, para determinar con ello, la articulación y diseño de los productos más adecuados.

Algunas de las características del consumidor de microseguros son:

- ✚ Estar excluido del sector financiero tradicional, lo cual conlleva a una deficiente educación financiera.
- ✚ Estar distante geográfica, cultural y socialmente del mercado de seguros tradicionales.
- ✚ Personas y/ o empresas con ingresos bajos e irregulares.

2.4 Características del producto.

Una vez tendiendo claro el mercado hacia el cual están dirigidos los microseguros, estos deben de contar con las siguientes características para que su desarrollo sea efectivo.

- ✚ **Incluyente:** El microseguro tiene como objetivo facilitar el acceso de población de bajos ingresos a los productos de seguros con la finalidad de permitirles gestionar sus riesgos, que por alguna razón no pueden ser atendidos por el mercado asegurador tradicional.

- ✚ **Coherente con las necesidades del consumidor potencial:** Para los diseñadores de este tipo de instrumento es necesario analizar cuales riesgos son de necesaria cobertura para el consumidor potencial, esto debido a que, al ser un producto canalizado a una población específica, el interés asegurable debe de estar claramente determinado.

- ✚ **Simple:** Uno de los problemas con los que cuenta el sector asegurador tradicional es la falta de simplicidad en los documentos de suscripción, los microseguros deben de ser desarrollados con otro enfoque, donde los procesos de formalización e indemnización sean más sencillos y fáciles de interpretar.

- ✚ **Asequible:** Los clientes potenciales de los microseguros son personas o pequeñas y medianas empresas que no cuentan con muchos ingresos, por lo tanto, deben de tener un costo acorde a su poder adquisitivo y necesidades. Para ello es necesario reducir los costos operativos y administrativos en la comercialización.

- + **Innovador:** La implementación de nuevas tecnologías se presenta como una estrategia vital para la distribución y comercialización de los microseguros, puesto que por medio de plataformas en internet se podrían ahorrar considerablemente los costos operativos y administrativos, el único detalle sería primero el acceso a internet y seguido una plataforma de servicios completa y eficiente.

Cuadro 2. Diferencias entre seguros convencionales y microseguros

Seguros convencionales	Microseguros
Documento de póliza complicado	Documento de póliza sencillo y fácil de entender
Elegibilidad limitada con exclusiones estándar	Inclusivo en la emisión con exclusiones limitadas
Pagos de primas regulares utilizando transacciones bancarias	Los pagos deben considerar el flujo irregular de ingresos y pagos por otras transacciones
Comúnmente no menores a 12 meses	El periodo de cobertura puede ser menor
Requerimientos de monitoreo pueden requerir examen médico	Limitado a declaración de buena salud
Montos grandes y pequeños	Sólo montos pequeños
Precios basados en edad/riesgo específico	Además, sistema grupal o comunitario
Agentes principales responsables de ventas	Canal puede administrar toda la relación con el cliente: venta, recolección de primas y pagos de siniestros
Mercado objetivo familiarizado con los mecanismos de seguros	Mercado objetivo no está familiarizado con el seguro

Fuente: BID/FOMIN

En el cuadro 2, se enmarcan las diferencias entre los seguros convencionales o tradicionales comercializados por el sector asegurador tradicional y los microseguros, cabe mencionar que la población meta de este tipo de productos hay que trabajarla con mayor cautela, puesto que en la mayoría de los casos no están familiarizados con el tema de los seguros. La educación financiera con énfasis en seguros juega un papel relevante en este sentido.

2.5 Indicadores de desempeño técnico y social de los microseguros

Cuadro 3. Indicadores de desempeño técnico de los microseguros

INDICADORES DE DESEMPEÑO TÉCNICO DE LOS MICROSEGUROS			
Indicador	Definición operacional		
Índice de desempeño neto	Índice de desempeño neto= ingreso neto / primas ganadas		
Índice de gastos incurridos	Índice de gastos incurridos = Gastos operativos / Primas devengadas		
Índice de siniestros ocurridos	Índice de siniestros ocurridos = Siniestros ocurridos / Primas devengadas		
Prontitud en la liquidación de siniestros	Intervalo de días	Cantidad de siniestros	% de siniestros
	0 a 7 días	___	___%
	8 a 30 días	___	___%
	31 a 90 días	___	___%
	Más de 90 días	___	___%
		Cantidad total siniestro	100%
Índice de cobertura	Índice de cobertura= Número de clientes asegurados activos/ Número población objetivo		
Coeficiente de liquidez	Coeficiente de liquidez= Efectivo disponible/ siniestros a pagar a corto plazo (3meses)		

Fuente: Elaboración propia, con datos de Microseguros, según datos de Fundación Mapfre

Cuadro 4. Indicadores de desempeño social de los microseguros

INDICADORES DE DESEMPEÑO SOCIAL DE LOS MICROSEGUROS			
<i>Indicador</i>	<i>Definición operacional</i>		
Índice de siniestros ocurridos	Índice de siniestros ocurridos/ primas ganadas		
Índice de rechazos	Índice de rechazo de siniestros= Número de siniestros rechazados/ número de siniestros para un producto específico		
Índice de renovaciones	Índice de renovaciones= Número de pólizas renovadas/ número de pólizas suscritas del periodo anterior		
Puntualidad en trámites de siniestros	Intervalo de días	Cantidad de siniestros	% de siniestros
	0 a 7 días	___	___%
	8 a 30 días	___	___%
	31 a 90 días	___	___%
	Más de 90 días	___	___%
	Cantidad total siniestro	100%	
Índice de cobertura	Índice de cobertura= Número de clientes asegurados activos/ Número población objetivo		
Índice de quejas	Índice de quejas= Número de quejas registradas/ número total de pólizas		
Índice de ventas transparente	Número de asegurados que recibieron información durante la suscripción/ número de pólizas nuevas		

Fuente: Elaboración propia, con datos de Microseguros, según datos de Fundación Mapfre

2.6 Proceso de implementación de un proyecto de microseguros

Etapa 1

- Estudios de las necesidades de protección de los clientes.
- Mapeo de madurez del sector asegurador local.
- Conocer el nivel de cultura en materia de seguros donde se implementará el proyecto.
- Identificar la legislación en materia de seguros
- Facilidades técnicas existentes (profesionales en la materia)

Etapa 2

- Negociación con las aseguradoras.
- Establecimientos de acuerdos comerciales y administrativos
- Determinación de los ingresos.

Etapa 3

- Conformación del equipo de implementación entre aseguradora e intermediario.
- Establecimiento de ruta crítica
- Operaciones de implementación
- *Manual de procesos
- *Requerimientos técnicos
- *Capacitaciones
- *Publicidad
- *Incentivos
- *Cronograma para cada evento.

Etapa 4

- Tasteo de capacitación realizada
- Prueba de aceptación del producto.
- Efectividad de publicidad y comunicación al cliente

- Prueba de sistemas de comunicación.
- Medición de siniestralidad y comportamiento de la póliza.
- Correcciones al modelo y adaptaciones.

Etapa 5

- Maduración del producto
- Cumplimiento de meta de ventas
- Utilidad del producto.
- Atención de siniestros, medición de los alcances de la póliza.

2.7 Canales de comercialización de microseguros

Al formular estrategias para comercializar este tipo de productos, se debe ser muy creativo y persistente y sobre todo sencillo, recordemos que el segmento de mercado al que están dirigidos generalmente no está familiarizado con los seguros y en muchas ocasiones por factores culturales tienden a creer que los seguros no son más que un gasto innecesario.

Aunado se debe considerar la solvencia económica de estos sectores de la población, según estudios realizados por el Fondo de Innovación de Microseguros de la OIT, la tendencia óptima de este tipo de iniciativas es que la mayor parte de la población de bajos ingresos tengan mejor acceso a una mayor variedad de productos de gestión de riesgos eficaces, y hasta el momento el crecimiento del microseguros ha sido impulsado por algunos países comprometidos, pero en muchas regiones no se ha desarrollado, tal es el caso de Costa Rica, donde el mercado asegurar aún está prematuro en este tipo de seguros.

Los mecanismos más viables para la comercialización de estos instrumentos según la Federación de Aseguradoras Colombianas (Fasecolda), deben de basarse fundamentalmente en el fácil acceso por parte de los consumidores esto

se logrará utilizando canales alternativos que garanticen la venta masiva, agilidad en la suscripción y el recaudo, donde las personas a los que están dirigidos se sientan familiarizados y en confianza, por ejemplo, los supermercados, almacenes y tiendas.

Otro aspecto a que no se puede dejar a un lado y que se ha mencionado en reiteradas ocasiones a lo largo de la investigación es la sencillez con la que deben de estar redactados los formularios para la suscripción de este tipo de seguros, considerando que las personas a las cuales se les está ofreciendo este tipo de productos primero casi nunca tienen tiempo debido a su cantidad de labores cotidianas y segundo porque tampoco generalmente no dominan o conocen con algo sobre seguros y en el peor de los casos algunos siguen con el pensamiento de que los seguros no sirven para nada. Es por esta razón que el mecanismo debe ser claro, rápido y sencillo.

2.8 Modelos de prestación de microseguros

Según señala (Aguela, 2011), existen algunos modelos que se muestran eficientes para implementar la comercialización de este tipo de seguros, para efectos de la investigación mencionaremos únicamente estos tres:

- **Modelo socio-agente:** Este hace referencia a cuando la compañía realiza una alianza comercial con un canal de distribución que necesariamente tenga un contacto o relación comercial con el mercado objetivo para facilitar la información, venta y hasta el cobro de prima. Algunos ejemplos serían supermercados, abastecedores, tiendas, almacenes, entre otros.

- **Modelo de seguro basado en la comunidad:** En este tipo de modelo los mismos asegurados son los que comparten y asumen los riesgos gracias

al principio de mutualidad. De ese modo ellos son los dueños y los gestores del sistema de seguros, concibiendo, desarrollando, vendiendo y negociando los productos. Este no es tan eficiente puesto que, de no tener especialistas en temas de seguros y finanzas, podría no mantenerse a largo plazo.

- **Modelo de asociación entre el sector público y privado:** En este modelo se busca la maximización de las capacidades tanto del sector público, como del sector privado. Generalmente, se utiliza para implementar proyectos de microseguros que en su etapa inicial resultan ser poco viables a nivel comercial y financiero para el sector privado asegurador, sin embargo, gracias a la sinergia entre los dos sectores, es posible impulsar su desarrollo. Normalmente este tipo de asociaciones entre el sector público y privado se evidencia en productos diseñados para la protección de los riesgos de la población en extrema pobreza, o la protección de riesgos naturales.

2.9 Canales de distribución tradicionales

Ligado a los modelos de distribución de los microseguros, se encuentran los canales, que son el mecanismo bajo el cual se van a desarrollar los modelos para llevar al cliente final el producto en este caso los microseguros.

- **Promotores de venta:** Estos son personas físicas que poseen un vínculo laboral o de prestación de servicios cuyo objetivo es ofrecer productos de seguros. En este caso, las entidades aseguradoras son las responsables por todos los actos (errores, omisiones, impericia, o negligencia) que éstos realicen en su representación y en ejercicio de sus funciones, y por los perjuicios que se puedan ocasionar al consumidor de tales productos. Estos deberán estar debidamente capacitados para informar adecuadamente a los potenciales consumidores sobre las características

y condiciones de los productos que se promocionan, en ese caso la responsabilidad de la capacitación está a cargo de las entidades aseguradoras. De igual manera, las entidades deberán contar con un registro de promotores de venta que estará a disposición del ente regulador, en el caso de Costa Rica sería la Superintendencia General de Seguros (SUGESE), brindando la información general, la fecha de inicio de sus actividades, cursos de capacitación realizados, tipos de seguros que ofrecen, volumen de ventas, etc.

- **Corredores de seguros:** Este es un de los canales más efectivos puesto que los corredores de seguros a diferencia de los agentes, pueden colocar seguros de todas las aseguradoras que se encuentren debidamente reguladas, lo cual hace que brinden un panorama más amplio de opciones para los clientes. El detalle en este mecanismo es que la comisión de los corredores no tiene tope y al ser los microseguros de pequeñas primas, la rentabilidad de la aseguradora puede verse reducida si no se compensa con la venta masiva de los productos.
- **Entidades Microfinancieras (IMFs):** Estos son organismos creados específicamente para ofrecer créditos y prestar otros servicios financieros a clientes con bajos ingresos. En su mayor parte han tenido origen en organizaciones no gubernamentales (ONG) que trabajan en comunidades pobres con una fuerte orientación de servicio social. Este canal podría ser muy eficiente puesto que estas instituciones están en constante apego con el mercado objetivo de los microseguros, podría ser un gancho para realizar procesos de venta cruzada y de la misma manera potenciar la educación sobre los beneficios sociales que tienen estos productos.

2.10 Limitaciones de los microseguros

Como todo proyecto de microfinanzas, el diseño de un planteamiento acertado de microseguros es difícil y complejo, requiere conocimientos técnicos especializados y datos específicos que la mayoría de las IMF y las organizaciones basadas en la comunidad no poseen. Las pruebas empíricas suelen ayudar a las instituciones a lograr la combinación correcta de precios y servicios, pero la asistencia técnica les permite resolver esta cuestión y evitar errores costosos.

Otro de los aspectos a considerar es que generalmente en regiones pobres con frecuencia la demanda es pequeña al igual que primas periódicas que los miembros deben pagar, lo cual amerita promover mecanismos de comercialización masiva y eficiente. Por otra parte, en muchas ocasiones, la falta de conocimiento sobre los seguros, y la mala imagen de las aseguradoras se vuelve un obstáculo considerable, “los seguros no sirven para nada”, aun es notorio escuchar frases como esta.

Aunado a lo anterior, se debe de tener si la cantidad de personas aseguradas es excesivamente pequeño, una alta volatilidad en el número de siniestros puede ser catastrófico para el proyecto, puesto que las primas recaudadas no serían suficientes para indemnizar todos los siniestros ocasionando evidentemente pérdidas financieras.

Otro aspecto considerable además es el riesgo covariante, que afecta a cualquier aseguradora, este se refiere tácitamente a que las aseguradoras están acostumbradas atender una proporción pequeña sobre un siniestro determinado del total de la población asegurada, no obstante en presencia de desastres naturales catastróficos, como terremotos, huracanes, maremotos, entre otros, el

nivel de siniestralidad se dispararía de manera incontrolable para la compañía de seguros, lo mismo ocurre con las pestes, pandemias y epidemias.

Finalmente, se encuentra el riesgo moral, este surge cuando las personas tienden a aprovecharse del seguro, para sobrevalorar sus activos para posteriormente efectuar reclamaciones reportando pérdidas por arriba del valor real de sus propiedades. Esta situación en efecto a desestabiliza el sector asegurador de microseguros. (CGAP, 2016)

CAPÍTULO 3

3. Abordaje metodológico

En este capítulo, se describen los mecanismos de recolección de datos que se utilizaron para el desarrollo del proceso de investigación y la obtención del análisis de resultados.

3.1 Técnicas de investigación y fuentes de datos

La investigación se desarrolla en un marco Exploratorio ya que según (Sampieri, 2010), este tipo de investigación se aplica cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no ha sido abordado antes.

Es decir, cuando la revisión de la literatura reveló que únicamente hay guías no investigadas e ideas vagamente relacionadas con el problema de estudio, o bien, si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas. Tal sería el caso de investigadores que pretendieran analizar fenómenos desconocidos o novedosos como o temas poco desarrollados como lo es el caso de los microseguros en Costa Rica, temática que está tomando importancia como consecuencia de la apertura del mercado de seguros y el dinamismo de la comercialización de seguros de venta masiva.

Por otra parte, el enfoque de la investigación es mixto, puesto que se utilizarán métodos tanto cuantitativos como cualitativos con la finalidad de obtener los datos necesarios para poder generar información real de la situación de la Pymes y su entorno.

La recolección de datos se realizará mediante la aplicación de un cuestionario con preguntas estructuradas (en su mayoría cerradas) para conocer las necesidades de las Pymes y promover los microseguros como mecanismo de inclusión financiera en distrito central de Liberia, Guanacaste. Este instrumento se aplicará a 50 pequeñas y medianas empresas de la zona, la cuales serán tomadas como muestra de investigación.

A medida de buscar simplicidad en el proceso de recolección de información el cuestionario se aplica de por medio digital (Google drive-formularios). La información recolectada será revisada y tabulada, para posteriormente realizar el estado del arte de las Pymes en cuanto a la propuesta de microseguros planteada, considerando sus necesidades, ingresos y percepción acerca de los seguros.

Además de los cuestionarios, se llevará a cabo la aplicación de una entrevista a un especialista en seguros con una trayectoria de más de 20 años de experiencia en la materia para conocer la trayectoria que han tenido los microseguros, y como visualiza la propuesta de los microseguros en la zona de estudio y cuáles serían los canales de comercialización más adecuados para que el proyecto muestre factibilidad.

3.2 Fuentes de información

Las fuentes de información son aquellos documentos o medios de información las cuales generan conocimiento sobre un tema específico a investigar, las mismas fundamentan lo que se está investigando con información que se crea de primera mano o ya existente

3.2.1 Fuentes Primarias

Según (Bounocore, 1980) se definen como:

“Las fuentes de información que contienen información original no abreviada ni traducida, algunos ejemplos de ellas son las tesis, libros, monografías, artículos de revista, manuscritos, se les llama también fuentes de información a mano, incluye la producción documental electrónica de calidad.”

Las fuentes primarias de información que serán utilizadas para el desarrollo de la presente investigación serán las siguientes:

- ✚ Revisión de fuentes bibliográficas: libros, revistas y guías en internet.
- ✚ Consulta y revisión a fondo de sitios web especializados en inclusión financiera, microfinanzas y microseguros.
- ✚ Experiencia profesional.
- ✚ Documentos oficiales de entidades públicas.
- ✚ Informes técnicos y de investigación.
- ✚ Periódicos.
- ✚ Tesis.
- ✚ Entrevistas.

3.2.2 Fuentes Secundarias

(Bounocore, 1980) Las define como aquellas que contienen datos o informaciones reelaborados o sintetizados.

Las fuentes secundarias de información que utilizará el presente proyecto de acuerdo al interés de la investigación son las siguientes:

- ✚ Sitios web
- ✚ Bases de datos de bibliotecas digitales.
- ✚ Artículos revistas

3.3 Alcances y limitaciones

Cuadro 5 Alcances y limitaciones

Objetivos específicos	Alcance	Posibles limitaciones
1. Identificar las necesidades de las pequeñas y medianas empresas de los cantones de Liberia, en materia de seguros.	Con el desarrollo de este objetivo se pretende conocer las principales necesidades con las que cuentan las Pymes de la zona en estudio en materia de seguros, para poder diseñar una propuesta de microseguros que sean realmente útiles, ejecutables y que puedan ser tomados por este segmento de la	El tiempo fue una de las primeras limitantes, por esa razón se utiliza un medio digital para la recolección de la información, con el cual se logra obtener la información de manera más ágil.

Objetivos específicos	Alcance	Posibles
<p>2. Determinar los principales productos para la comercialización de microseguros en las Pymes del distrito central de Liberia, Guanacaste de acuerdo a sus necesidades y riesgos inherentes.</p>	<p>población.</p> <p>Una vez teniendo claro cuales, con las posibles necesidades en materia de seguros de las Pymes, se proponen una serie de microseguros bajo criterio de expertos y evidencia en otros países, en aras de conocer cuáles serían los que muestran mayor aceptación para la población a la que están dirigidos.</p>	<p>Una de las limitantes podría ser que los microseguros propuestos no se adaptan a las necesidades de las Pymes en estudio.</p>
<p>3. Identificar los canales de comercialización más efectivos para los microseguros en la región de estudio para que puedan ser utilizados por las Pymes de manera ágil y sencilla.</p>	<p>El fin último de este objetivo es básicamente determinar cuáles serían los canales de distribución más adecuados para la distribución y comercialización de microseguros. Los mismos serán obtenidos a través de una entrevista con una guía de preguntas estructuradas aplicada a un especialista en seguros con una trayectoria de más de 20 años en el sector asegurador, complementado con estudios</p>	<p>-Poca efectividad en canales identificados.</p> <p>-Aumento de costos operativos y administrativos.</p>

Objetivos específicos	Alcance	Posibles
	exitosos de microseguros desarrollados en otros países.	

CAPÍTULO 4

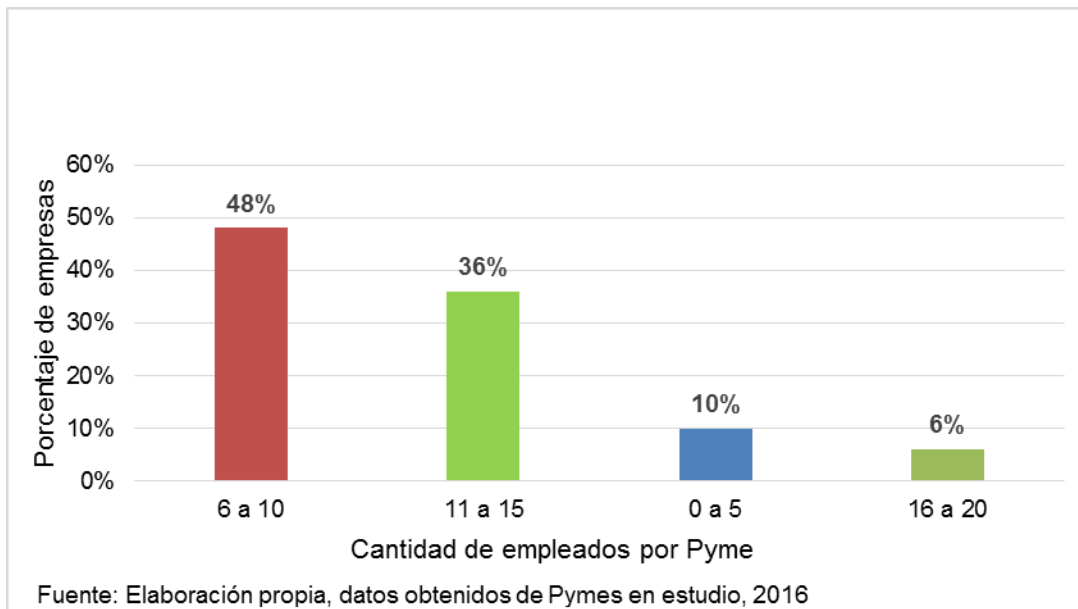
4.1 Análisis de resultados

En este apartado del documento, se analizará a profundidad la información recolectada a través de las técnicas mencionadas anteriormente (cuestionario y entrevista) con la finalidad de plasmar en términos reales la propuesta de microseguros en el distrito central de Liberia, Guanacaste como un elemento de inclusión financiera, generando un aporte para las Pymes del lugar.

Inicialmente, se pretende identificar el tamaño de las Pymes tomando como referencia los dos elementos más comunes: número de empleados e ingreso estimado según lo estipula la (Asamblea Legislativa de Costa Rica, 2002), tomando como referencia la Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas y sus reformas: 8262.

En el grafico 4, se muestra que la mayor parte de las empresas en estudio 48% se clasifican pequeñas empresas, considerando el tamaño que se establece la CCSS en conjunto con la Ley 8262, 2002. De acuerdo al número de empleados con los que cuenta, puesto que el número de colaboradores se encuentra entre el intervalo 6 a 10, cabe destacar que gran parte de estas pequeñas empresas son familiares donde sus miembros participan de alguna u otra manera en la organización. Para efectos meramente de la propuesta de microseguros, resulta satisfactorio ya que un 90% del total se catalogan como pequeñas empresas y el 10% lo componen las microempresas que no es nuestro foco de estudio, debido en muchos casos a altos niveles de informalidad e ingresos extremadamente limitados.

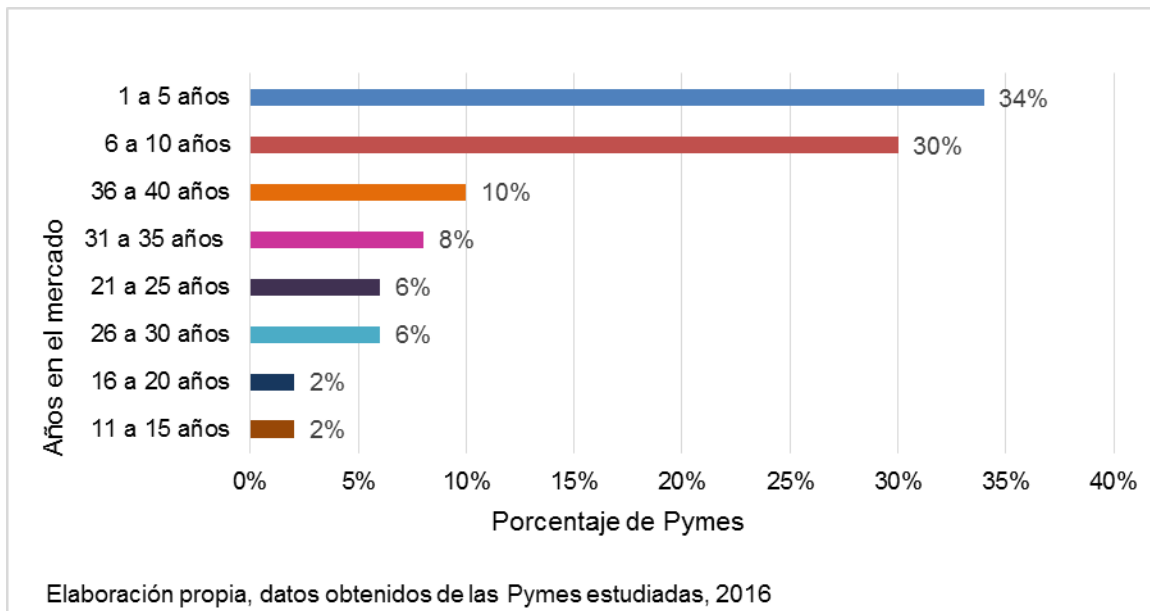
Gráfico 4. Distribución de la muestra de 50 Pymes, según cantidad de empleados, 2016



1. Microempresa: 1 a 5 trabajadores.
2. Pequeña empresa: 6 a 10 trabajadores.
3. Mediana: 31 a 100 trabajadores.
4. Grandes: Más de 100 trabajadores.

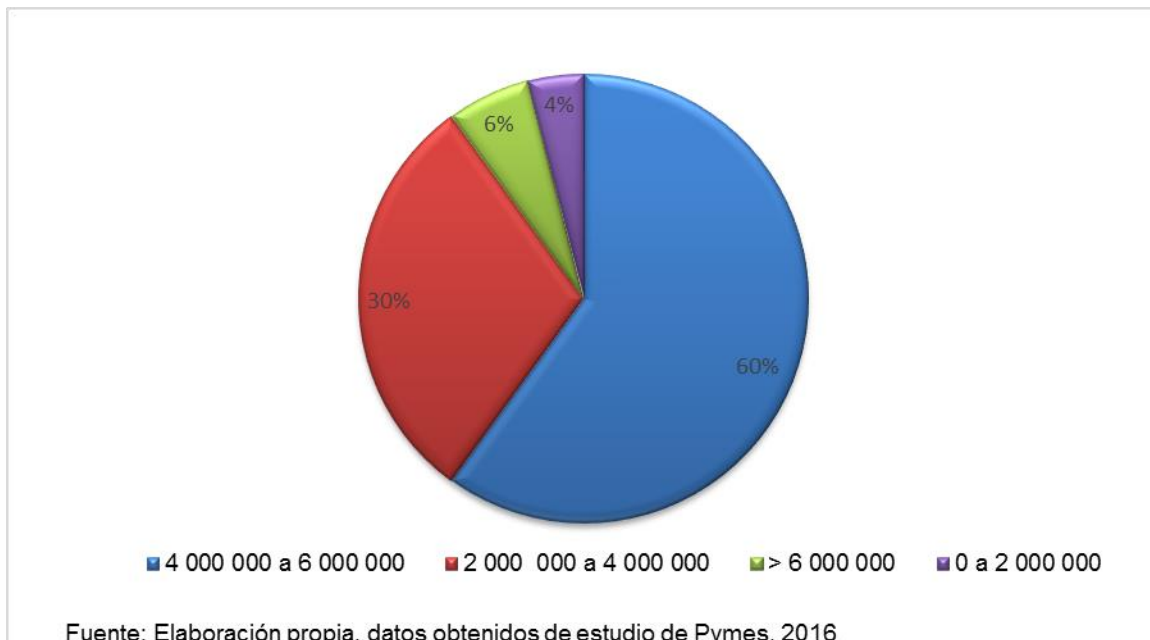
Posteriormente en el gráfico 5, se muestra la permanencia de las empresas en el mercado, donde es evidente que la mayoría se encuentran en un periodo naciente 64% del total no cuentan con más de 10 años de estar activamente en el mercado, tal situación obedece en gran medida al crecimiento del sector de turismo en la zona, lo cual ha fomentado el surgimiento de empresas dedicadas a servicios de transporte, alojamiento; además el sector comercial se ha visto beneficiado también de la misma situación. En cuanto a las empresas con mayor antigüedad representan un 36% del total. En términos de la propuesta de microseguros, se podría aprovechar esta situación para la comercialización de seguros de robo local comercial, incendio comercial, seguro automóviles entre otros.

Gráfico 5. Antigüedad de las Pymes estudiadas en el mercado, 2016

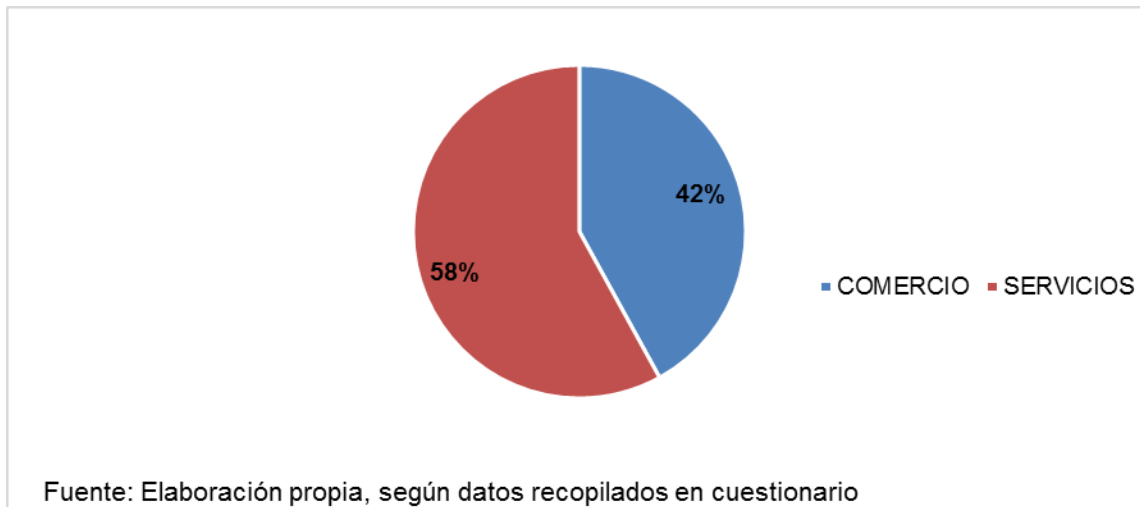


Seguidamente el gráfico 6, muestra la distribución de del ingreso mensual estimado de cada una de las empresas analizadas por medio del cuestionario, donde se percibe que el 60% es decir más de la media del total, entra sus ingresos entre $\text{¢}4\,000\,000$ y $\text{¢}6\,000\,000$ mensuales, la mayor parte de este estos ingresos provienen de empresas dedicadas al sector servicios (transporte, alojamiento), seguido por el sector comercio, representado principalmente por restaurantes. Solamente una pequeña proporción mantiene ingresos inferiores a $\text{¢}2\,000\,000$ mensuales, éstas organizaciones se dedican a asesorías. Como se pueden notar, los ingresos obtenidos por las Pymes, les podrían permitir adquirir seguros a un costo más bajo del acostumbrado sin alterar sus finanzas.

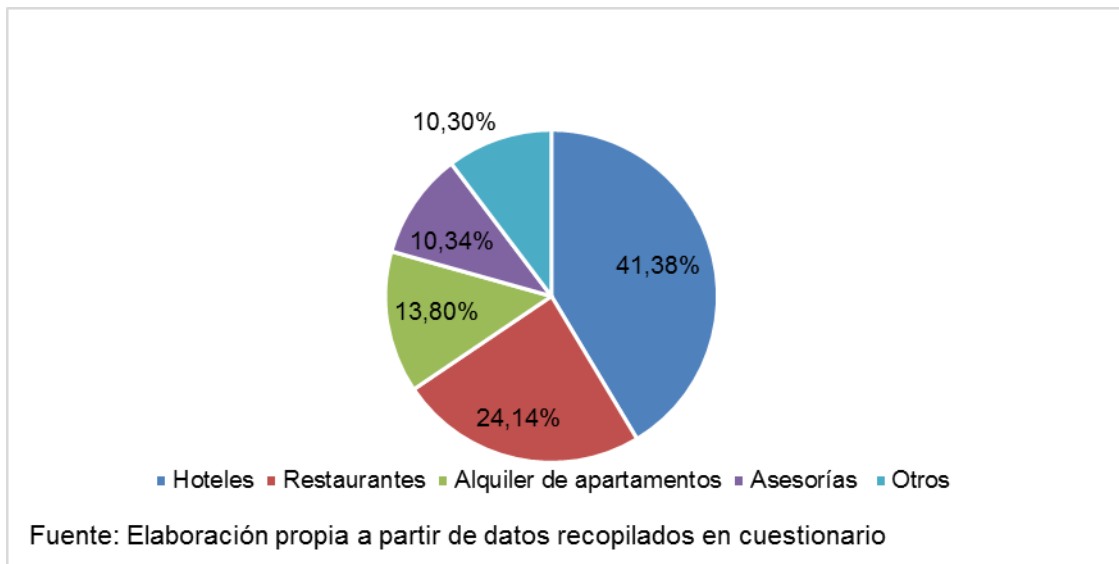
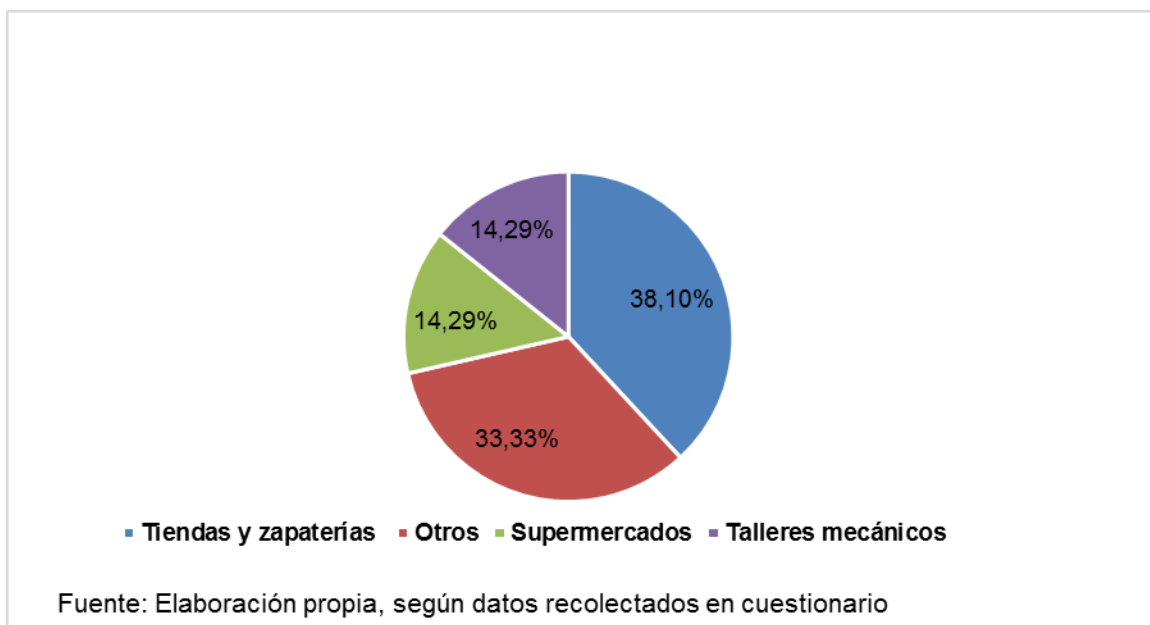
Gráfico 6. Distribución del ingreso mensual estimado en colones de la muestra de 50 Pymes, 2016



En el siguiente gráfico 7, se establece la clasificación de las Pymes de acuerdo al sector comercial, siendo el de servicios y comercio los que predominan en la región, ocupado principalmente por actividades económicas como restaurantes, servicios de transporte y alojamiento. Ambos sectores han tenido una participación importante en la economía de la región.

Gráfico 7. Distribución de las Pymes por sector económico, 2016

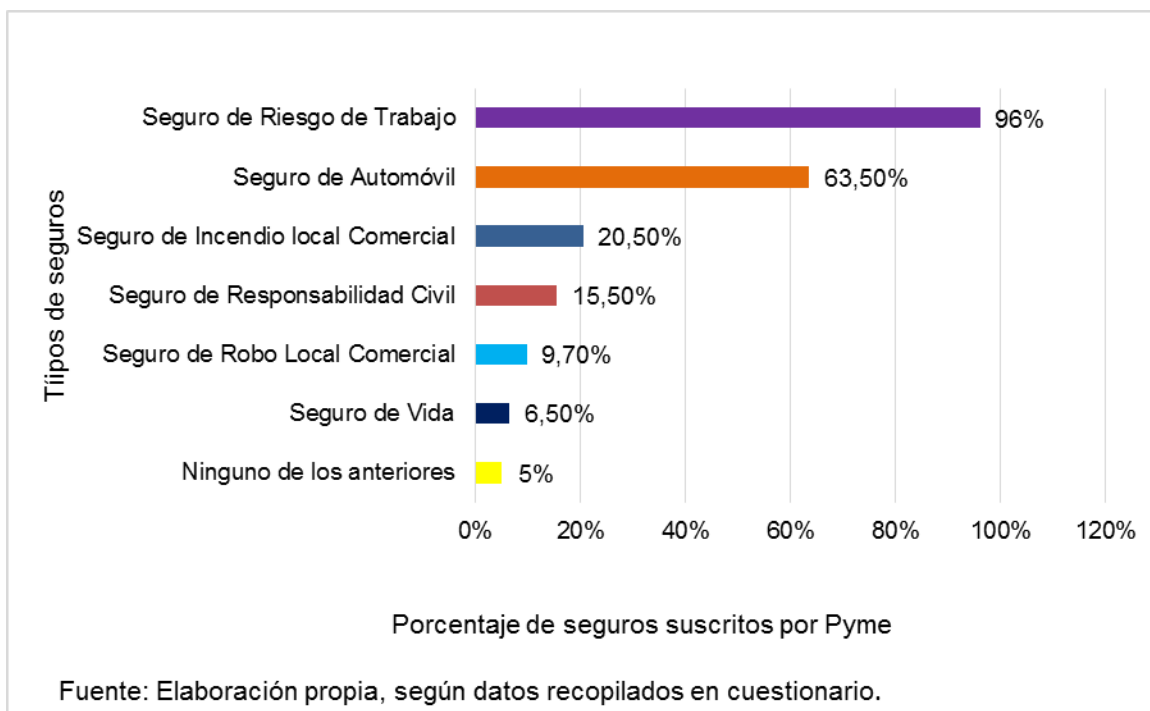
Dando continuidad a los sectores económicos, en el gráfico 8 se muestra la distribución de los servicios brindados por las Pymes, donde se percibe que el sector hotelero tiene una participación importante, representando casi un 50% del total de los servicios desarrollados, posteriormente los restaurantes cuentan con una participación considerable representando casi una cuarta parte 24,14% de los servicios ofrecidos.

Gráfico 8. Distribución de las Pymes según tipo de servicio brindado, 2016**Gráfico 9. Distribución de las Pymes según tipo de comercio, 2016**

En el gráfico 9 se muestra la distribución del sector comercio, de acuerdo a la actividad comercial desarrollada, las tiendas por departamento principalmente de ropa y zapaterías cuentan con una participación relevante 38,10%, al igual que otros (venta de equipos electrónicos, librerías y mueblerías), ocupado un 33.33% del total de comercios. Actualmente en términos generales el cantón de Liberia, ha mostrado un desarrollo económico paulatino pero constante, y gran parte de ese crecimiento y desarrollo económico, lo aportan las Pymes de la zona, en cuanto a generación de empleo y dinamismo de la economía.

En el gráfico 10 Se percibe lo tipo de seguros con los que cuentan actualmente las Pymes estudiadas. Es notorio que las pólizas de riesgos de trabajo al ser un seguro obligatorio para el desarrollo de toda actividad empresarial en el país, al igual que el pago de cargas sociales y tributación, cuenta con un alto porcentaje de participación 96%, sin embargo, datos revelan que incluso hay organizaciones que no cuentan con este tipo de seguros, arrojando un dato alarmante. Posteriormente seguros de gran importancia como los de robo local comercial, responsabilidad civil general, vida e incendio comercial tienen una participación muy baja en términos de seguros adquiridos por ese segmento empresarial, es ahí donde se pretende generar una oportunidad para los microseguros ofreciendo cobertura en relación a esos ramos.

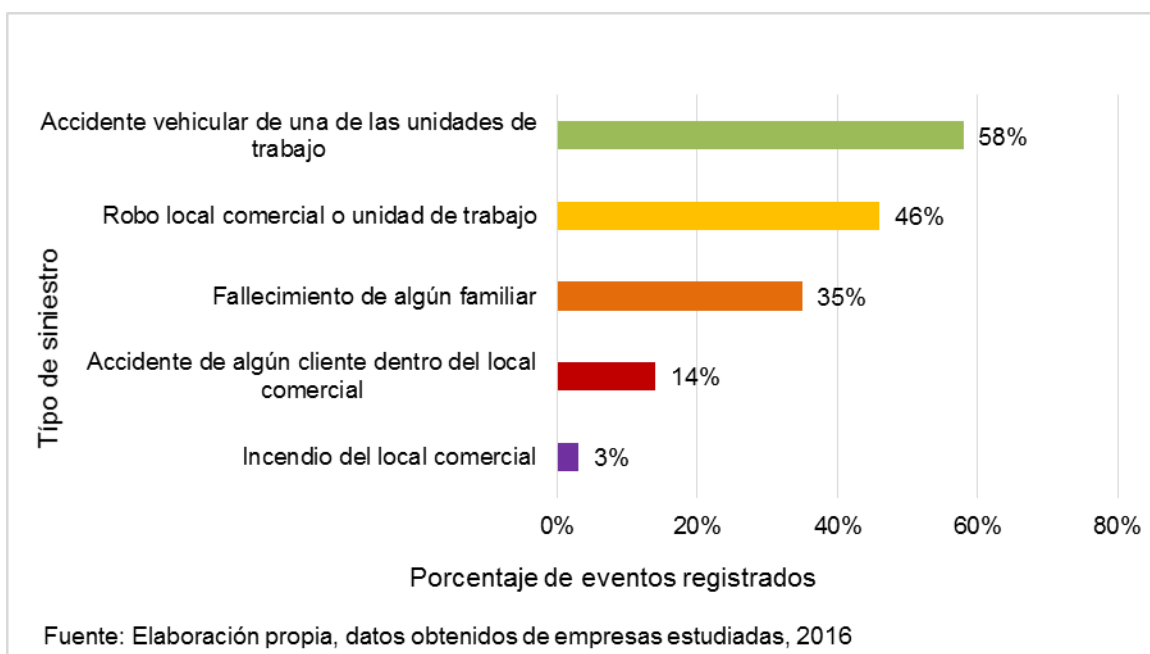
Gráfico 10. Tipos de seguros suscritos por Pymes, 2016



Paralelamente en el gráfico 11, se ilustra la cantidad de siniestros reportados por las Pymes en el lapso de los últimos 5 años, donde se detecta que muchos de los eventos fortuitos ocurridos pudieron haber sido amparados si se hubiese contado con un seguro. Casos como robos en locales comerciales que ha ido en aumento en la zona, accidentes de automóviles, muerte de familiares de empresarios, o accidentes en locales comerciales pueden ser objeto de aseguramiento, para ello se necesita una mayor vinculación de este segmento empresarial el cual en muchas ocasiones sus razones de no suscribir un seguro

van más allá del precio, (aunque claro que es un elemento determinante), como por ejemplo falta de información y asesoramiento.

Gráfico 11: Tipos de siniestros registrados por las Pymes en estudio en los últimos 5 años, 2016

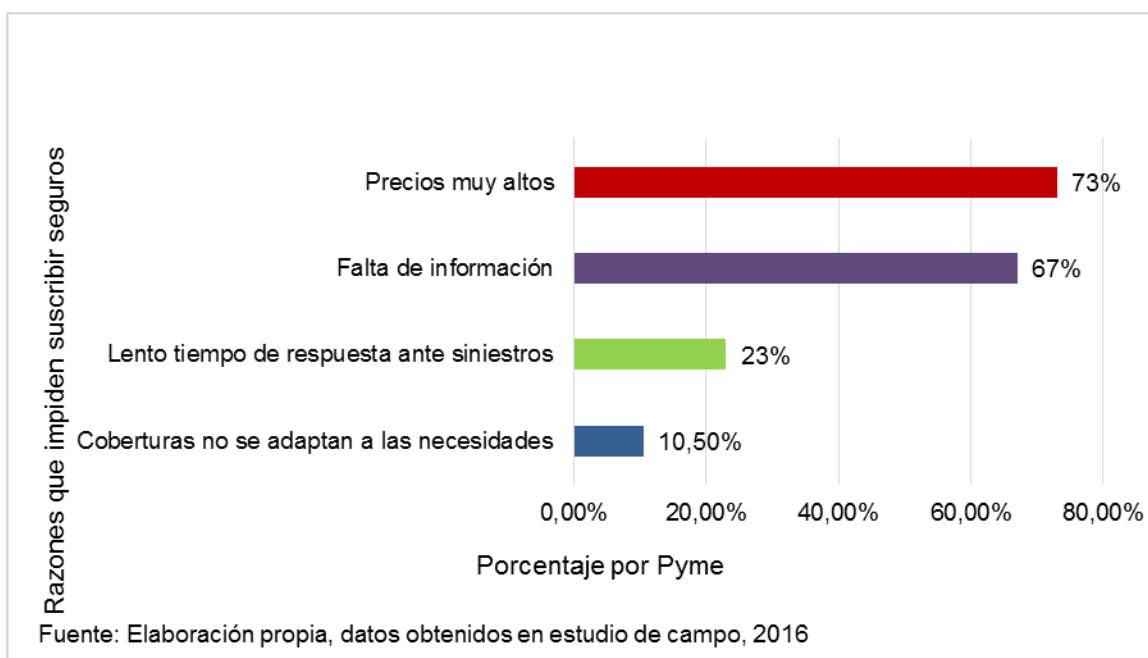


En el gráfico 12 se plasman las razones por la cuales las Pymes no suscriben seguros con regularidad, los datos arrojan a que el precio es uno de los elementos determinantes de la causa, actualmente el mercado asegurador como consecuencia de altos niveles de siniestralidad, principalmente en el seguro de automóviles ha sufrido cambios en políticas de aseguramiento y aumento de primas lo que genera un mayor aislamiento del sector empresarial que no cuenta con tantos recursos económicos para poder pagar altas primas. Es por ello que el diseño de una propuesta más accesible para las personas y empresas de ingresos bajos y medios, cada vez más se vuelve una necesidad inminente. Y

los datos obtenidos ilustran esa realidad, donde un 73% del total de las Pymes estudiadas coinciden en los altos precios de los seguros les impiden suscribirlos, y un 67% indicaron que la falta de información también provoca la misma situación.

Es en estos casos donde los intermediarios, agentes y las mismas aseguradoras tenemos gran responsabilidad puesto que para una mayor inclusión financiera por medio de seguros, los consumidores deben de conocer acerca de los productos que se comercializan en el mercado, esto también esta sincronizado con la asistencia ante eventuales siniestros, ya que si el cliente no sabe cómo opera el seguro adquirido, no lo percibirá como algo importante.

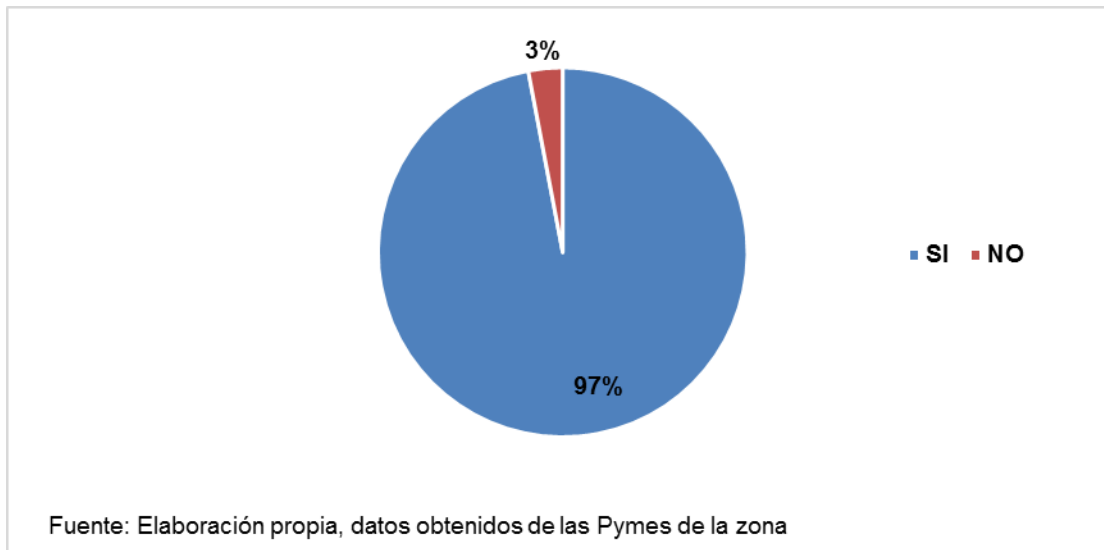
Gráfico 12. Razones que impiden a las Pymes suscribir seguros en el mercado tradicional, 2016



En el gráfico 13, se muestra la opinión de las Pymes acerca de la aceptación de la propuesta de microseguros como instrumento de inclusión financiera, como es de notar casi un 100% de la población en estudio estaría dispuesta a suscribir

seguros con adaptados a sus necesidades y capacidad de pago como se menciona con anterioridad en el documento, el 3% que indica que no, es porque aún siguen con la idea de que “los seguros no sirven para nada”, siendo esta una frase que no tiene fundamento crítico, pero de igual manera es importante rescatarlo.

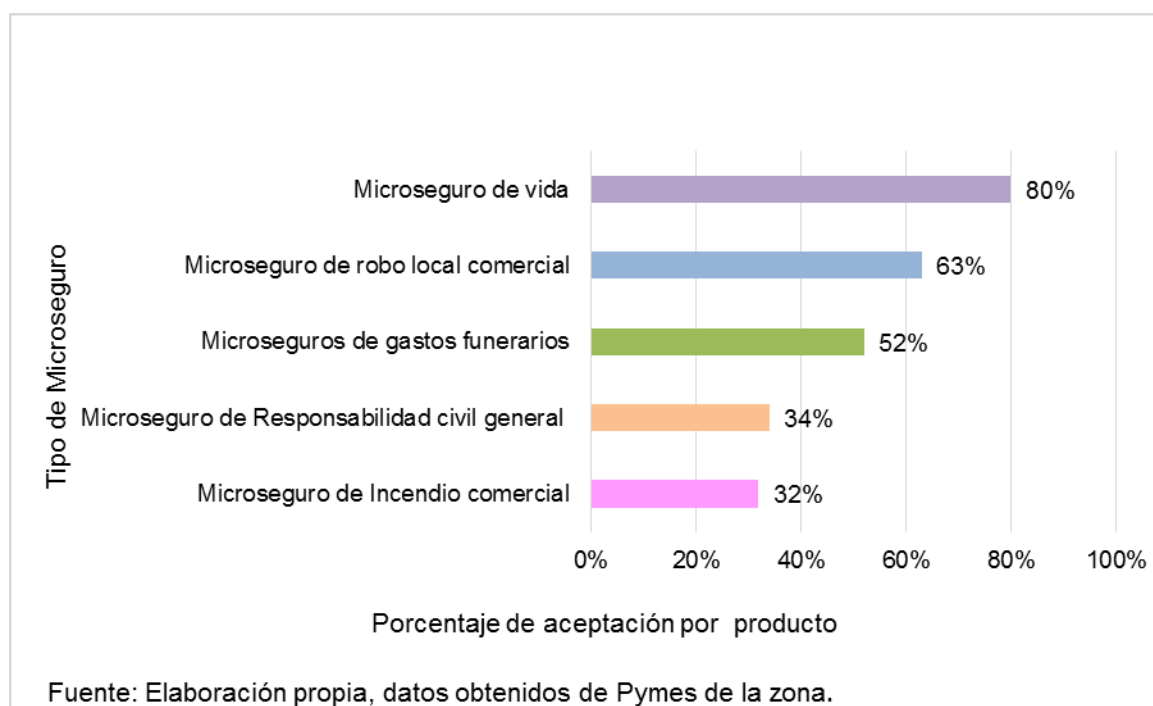
Gráfico 13. Aceptación de alternativas más económicas de seguros (microseguros) en las Pymes de la zona, 2016



El gráfico 14 complementado con el anterior, muestra bajo criterio de expertos, viabilidad financiera y necesidades de los clientes, una serie de posibles microseguros que podrían ser ofrecidos a los pequeños y medianos empresarios de la zona, como instrumento de inclusión financiera a través de los seguros. Los microseguros que muestran mayor aceptación por parte de la población de estudio son los de vida, robo de local comercial y gastos funerarios representados por 80%, 63% y 52% respectivamente. Es importante denotar que las principales necesidades de las Pymes mencionadas anteriormente, obedecen en la misma línea de los microseguros que estarían dispuestos a

suscribir. Es por esta razón que la implementación de este tipo de iniciativas se puede visualizar como oportunidad no solo de negocio sino también de brindar apoyo a uno de los sectores más dinámicos e importantes que tiene el país como lo son las Pymes

Gráfico 14. Tipos de microseguros propuestos para las Pymes de la región de estudio, 2016



Finalmente, en cuanto a los canales de comercialización y distribución se aplicó una entrevista a un especialista en materia de seguros, con una trayectoria de más de 20 años, en la materia, quien infiere que la distribución no solo implica la venta del microseguro, sino que involucra una serie de interacciones que se generan entre la aseguradora y el cliente, entre las cuales se encuentran diseño del producto, definición de políticas de suscripción, estrategias de marketing y cobro de primas, reclamaciones, pago de siniestros y fundamentalmente la

educación al consumidor. Según indica (Salas, 2016), lo ideal al iniciar este proyecto con una plataforma de distribución existente, indica que la reducción de costos operativos y administrativos es uno de los pilares fundamentales para la rentabilidad de los microseguros. Posterior a ello, se puede innovar en cuanto a sistemas digitales para agilizar procesos y abaratar costos, menciona que eso ahora es sencillo puesto que es muy común que las personas tengan acceso a internet y algún dispositivo para navegar.

Cuadro 6. Perspectivas de éxito en la distribución de microseguros

FASES DEL PRODUCTO	PERSPECTIVA DEL NEGOCIO	PERSPECTIVA DEL CLIENTE (O REGULACIÓN)
Desarrollo del Producto	<ul style="list-style-type: none"> - Precios realistas - Facilidad de administración 	<ul style="list-style-type: none"> - Satisfacción de necesidades - Simplicidad
Venta	<ul style="list-style-type: none"> - Es la fase más importante para el negocio. - Lograr la asimilación del producto. - Retención del cliente y persistencia 	<ul style="list-style-type: none"> - Informarse de la decisión de compra. - Comprensión de la propuesta de valor y costos. - Comprensión del producto (mantenimiento y reclamaciones)
Recolección de primas	<ul style="list-style-type: none"> - Bajo costo. - Integración al sistema de gestión de la compañía de seguros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Facilidad/Comodidad - Flexibilidad - Bajo costo de la transacción
Servicio y administración	<ul style="list-style-type: none"> - Presentación de informes de seguimiento y de funcionamiento en tiempo real. - Bajo costo 	<ul style="list-style-type: none"> - Fácil acceso - Comodidad - Bajo costo de transacción
Procesos de Reclamación	<ul style="list-style-type: none"> - Sólo pagar los reclamos legítimos. - Costos eficaces para la evaluación y administración de las reclamaciones. - Monitoreo y gestión. 	<ul style="list-style-type: none"> - Es la fase más importante para el cliente. - Capacidad de reclamar con éxito. - Fácil acceso. - Bajo costo de transacción. - Simplicidad (sin muchos documentos requeridos). - Pago rápido.

Fuente: Lesson for a next wave of microinsurance distribution innovation

CAPÍTULO 5

5.1 Conclusiones

La propuesta de microseguros como mecanismo de inclusión financiera puede considerarse como un proyecto rentable e inclusivo para la población a la cual están diseñados, sin embargo, estos deben de desarrollarse en canales creativos, eficientes e innovadores. Según los datos reflejados por las Pyme en estudio, se muestra un interés considerable para adquirir seguros, no obstante, los altos precios y falta de información figuran como los principales obstáculos para poder hacerlo.

Ante tal situación todos los miembros involucrados en la red de distribución de seguros, tienen la responsabilidad de diseñar y comercializar productos que sean demandados por los consumidores, de acuerdo a sus necesidades, es bueno que se realicen estudios periódicos a la población. El marketing en este sentido juega un papel esencial, ahora se pueden utilizar medios electrónicos para desarrollar campañas de comercialización y educación a los consumidores, Facebook, por ejemplo, podría visualizarse como una herramienta fundamental en este sentido, puesto que una gran parte de la población posee una cuenta en esta red social.

La rentabilidad de este tipo de seguros se percibe con la reducción de costos tanto operativos como financieros, es ahí donde se debe de ser muy creativo para crear canales de distribución eficientes, si no se logra esto, el proyecto sería insostenible a mediano y largo plazo.

Finalmente, las compañías aseguradoras, intermediarios de seguros, agentes, cooperativas entre otros actores de comercialización son responsables de fomentar la educación a los consumidores de seguros, como lo menciono anteriormente, si el cliente no sabe que le está vendiendo, y cuál es la

importancia de contar con microseguros, y como estos pueden darle tranquilidad a su empresa, familia y negocio, muy difícilmente van a optar por suscribirlos.

Como resultado de la investigación se percibe que las pequeñas y medianas empresas de la zona de estudio no se encuentran tan divorciadas del sistema financiero tradicional, pero si en un alto porcentaje del sistema asegurador, tal situación nos indica que aún hay mucha tela de cortar y nos muestra que la inclusión financiera no solo tiene que ver con el otorgamiento de créditos si no va que es un concepto más ambiguo que engloba otras aristas importantes.

5.2 Recomendaciones

La inclusión financiera no debe considerarse únicamente con el otorgamiento de créditos, como tiende a pensarse en Costa Rica, las personas y pequeñas empresas con recursos limitados, cuentan con otras necesidades que los créditos no pueden cubrir que van desde capacitación en educación financiera hasta los seguros. Ambos elementos van de la mano, puesto que en muchas ocasiones el desconocimiento sobre la forma de operar, hace que parte de esta población no muestre interés y los perciba como un gasto más en la organización, en lugar de un valor agregado y garantía financiera.

Otro aspecto no menos importante, es que los microseguros no deben plantearse desde el punto de vista de oferta (como sucede en los seguros tradicionales), sino desde la demanda, por esa razón se debe de conocer muy bien la población para la cual se diseña el producto, máxime que en las Pymes las actividades económicas realizadas son muy diversas, lo que es útil para una no necesariamente lo es para otra, todo depende de la actividad económica que desarrollen. Por tanto, el no tomar en cuenta este tema, podría generar un desequilibrio importante, impidiendo el desarrollo del proyecto.

La implementación de un proyecto de microseguros, no es una tarea sencilla, por la particularidad del producto, debe ser fácil de suscribir, sencillo, con limitadas exclusiones, de prima con bajo costo, entre otras consideraciones. Por ende, las compañías aseguradoras involucradas, deben de tener el capital suficiente para mantener el proyecto en su fase inicial que es quizá la más complicada, y esperar percibir rendimientos a largo plazo. Tal situación es la que genera mayor preocupación para las aseguradoras al momento de emprender este tipo de iniciativas.

Por otra parte en el caso de Costa Rica, donde apenas se inicia a introducir este término al ramo de seguros y que en muchos casos tiene a confundirse con los seguros autoexpedibles, que no son lo mismo, los actores del mercado asegurador deben de promover con mayor importancia este tipo de iniciativas, incluso incorporar dentro de la Ley Reguladora del Mercado de Seguros N^o 8653 un apartado exclusivo para los microseguros, ya que actualmente no existe, por consiguiente al no prevalecer un marco legal, se pueden prestar para muchas irregularidades sin poder ser controladas por la vía legal.

Además, se debería de aprovechar alianzas con organizaciones que desarrollan programas meramente microfinancieros como lo es el caso de REDCAMIF de la cual Costa Rica es miembro y tiene planes de desarrollar proyectos de microseguros en la región centroamericana.

Bibliografía

- ACORDE. (2015). *Microseguros: democracia financiera*. Obtenido de <http://www.acorde.or.cr/microseguros-democracia-financiera>
- Aguela, J. (2011). *Manual genérico para la implementación de microseguros en las zonas rurales*. Lima, Perú: ATN/ME-11055 RG.
- Armendáriz, B., & Morduch, J. (2010). *The Economics of Microfinance*. Massachusetts: MIT Press.
- Asamblea Legislativa de Costa Rica. (2002). *Ley de Fortalecimiento de las Pequeñas y Medianas Empresas y sus reformas: 8262*. Obtenido de <http://costarica.eregulations.org/media/Ley%208262%20PYME.PDF>
- Báez, M. (Agosto de 2005). *Zona Económica: Nueva Economía Institucional*. Obtenido de <http://www.zonaeconomica.com/enfoques-teoria-economica/nueva-economia-institucional>
- Bounocore, D. (1980). *Diccionario de bibliotecología : términos relativos a la bibliología, bibliografía, bibliofilia, biblioteconomía, archivología, documentología, tipografía y materias afines*. Buenos Aires: ISBN: 950-003-052-7.
- Calderón, M. L., & Rico, S. (2012). *MICROFINANZAS EN ESPAÑA:IMPACTO Y RECOMENDACIONES A FUTURO*. Madrid, España: Fundación Nantik Lum. .
- Camacho, L. E. (2010). *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/3374/337428494005.pdf>
- Camargo, L. A., & Montoya, L. F. (26 de enero de 2014). *Microseguros: Análisis de las experiencias destacables en Latinoamérica y el Caribe*. Inter-American Development Bank, FOMIN, FIDES, Fundación MAPFRE.

- CGAP. (2009). *Financial Access 2009. Measuring Access to Financial Services around the World*. Washington DC: MSN P 3-300, 1818 H Street, NW, Washington DC 20433 USA.
- CGAP. (22 de marzo de 2016). *APRENDA MÁS SOBRE MICROFINANZAS*. Obtenido de ¿Qué es la inclusión financiera?: <http://www.microfinancegateway.org/es/what-is-microfinance>
- CGAP. (s.f). *Historia de las microfinanzas*. Obtenido de <http://www.microfinancegateway.org/es/temas/historia-de-las-microfinanzas>
- CGAP. (s.f). *MICROSEGUROS: ASPECTOS BÁSICOS*. Obtenido de <http://www.microfinancegateway.org/es/microseguros-aspectos-b%C3%A1sicos>
- Churchill, C. (2006). *Protecting the poor*. Munich, Germany: International Labour Office, CH 12-11, Geneva, Switzirlan.
- Compromiso Empresarial. (24 de marzo de 2015). *Microseguros. La segunda revolución del desarrollo*. Obtenido de <http://www.compromisoempresarial.com/rsc/2009/12/microseguros-la-segunda-revolucion-del-desarrollo/>
- CONDUSEF. (09 de Agosto de 2013). *El Microseguro en México*. Obtenido de <http://www.condusef.gob.mx/index.php/instituciones-financieras/aseguradoras/informacion-general-sobre-seguros/459-estudio-sobre-microseguros>
- Constenla, G. (2013). Mercado de Seguros: Visión del sector a 5 años de la apertura. *Mercado de Seguros: Visión Internacional y su Evolución en Costa Rica* (pág. 68). San José, Costa Rica: SUGESE.
- Cull, R., & Holne, T. E. (2014). *La inclusión financiera y el desarrollo: Pruebas recientes de su impacto*. The Consultative Group to Assist the Poor .

- Fundación Cajamar. (2012). Profundización financiera rural: políticas públicas, tecnologías de microfinanzas y organizaciones robustas. *Revista mbs de microfinanzas y banca social*, 7-52.
- Galor y Zeira . (1993). Income Distribution and Macroeconomics. *Review of Economics Studies*.
- García y Grifoni, et al. (2013). *La educación financiera en América Latina y el Caribe Situación actual y perspectivas*. Obtenido de https://www.oecd.org/daf/fin/financial-education/OECD_CAF_Financial_Education_Latin_AmericaES.pdf
- Gómez, M. (diciembre de 2002). *Sociedad y Economía*. Obtenido de COMPETITIVIDAD DE LAS PyMES: ¿CÓMO PUEDEN LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS DE COSTA RICA COMPETIR EN EL MERCADO LOCAL E INTERNACIONAL?: <http://www.revistas.una.ac.cr/index.php/economia/article/view/1183/1106>
- Gutiérrez, J. (2009). *Microfinanzas y desarrollo: situación actual, debates y perspectivas*. Obtenido de <http://eii.uva.es/webcooperacion/doc/formacion/gutierrez-2009-las-microfinanzas-situacion-actual-debates-y-perspectivas.pdf>
- Latiff, M. L. (2008). *Particularidades de las Pequeñas y Medianas Empresas* . Obtenido de Consejo Nacional para Investigaciones Científicas y Tecnológicas: http://www.conicit.go.cr/boletin/boletin69/pymes_maria_laura.html
- Marconi, R. (2014). *El milagro de la inclusión financiera* . La Paz, Bolivia: Fundación PIEB; Academia Boliviana de Ciencias.
- MEIC. (2015). *Estado de Situación de las Pyme en Costa Rica* . San José, Costa Rica: Pyme Costa Rica.
- MIDE. (15 de Mayo de 2012). *¿Qué es la inclusión financiera?* Obtenido de <http://midehoyenlaeconomia.blogspot.com/2012/06/que-es-la-inclusion-financiera.html>

- Miranda, M. (2008). Importancia estratégica de las Pymes en Costa Rica . *La Nación*, pág. http://www.nacion.com/ln_ee/2008/abril/04/opinion1484650.html.
- Montero, D. (2010). *Microcrédito y los Seguros en Costa Rica*. San José, Costa Rica: SUGESE.
- Morduch. (2011). *Why finance matters*. Obtenido de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.446.8919&rep=rep1&type=pdf>
- Morduch, J. (2000). *The Microfinance Schism*. New Jersey, USA: Princeton University, New Jersey, USA.
- Moyo, D. (2009). *ÁFRICA: EL FIN DE LA AYUDA AL DESARROLLO (DEAD AID)*. New York: United States by Farrar, Straus and Giroux.
- Pymes Costa Rica. (2016). *Ventana Única Pyme*. Obtenido de <http://www.pyme.go.cr/cuadro5.php?id=1>
- Salas, J. (18 de marzo de 2016). Canales de comercialización más adecuados para los microseguros. (M. M. Ortiz, Entrevistador)
- Salgado, E. (2003). TEORÍA DE COSTOS DE TRANSACCIÓN: UNA BREVE RESEÑA. *Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal*, 63-64.
- Sampieri, R. H. (2010). *Metodología de Investigación*. México, DF: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Soley, T. (2016). *Superintendencia General de Seguros*. Obtenido de http://www.sugese.fi.cr/mercado_seguros/autoexpedibles/autoexpedibles_activos.html
- Torralba, A. (2013). *Microfinanzas: descripción del fenómeno y análisis crítico de su impacto*. Obtenido de http://www.unizar.es/cooperacion-desarrollo/drupal/sites/default/files/Microfinanzas_%20Descripcion%20del_%20fenomeno%20y%20 analisis%20critico%20de%20su%20 impacto.pdf

- Ulate, E. (2013). Mercado de Seguros: Visión del sector a cinco años de la apertura. *Mercado de Seguros: Visión Internacional y su evolución en Costa Rica* (pág. 73). San José, Costa Rica: SUGESE.
- Vega C. (2009). Responsible Regulation: Lessons and Innovations in Microfinance from the Developing World. *MICROFINANCE EVENT: Responsible Regulation*. Roma, Italia: International Development Law Organization.
- Vega C. (1986). *Mecados Financieros y Distribución del Ingreso*. Santo Domingo, Republica Dominicana: Centro de Estudios Monetarios y Bancarios.
- Vega, C. (1986). *Mercados Financieros y Distribucion del Ingreso*. Santo Domingo, Republica Dominicana: Centro de Estudios Monetarios y Bancarios.
- Vega, C. (2011). *Pasado, presente y futuro de las microfinanzas*. Madrid: Presentación en la Tercera Jornada sobre Inclusión Financiera y Desarrollo, Fundación Afi.
- Vega, C. (2012). Profundización financiera rural: políticas públicas, tecnológicas de microfinanzas y organizaciones robustas. *Revista mbs*.
- Villalfani, M., & Vega, C. (2006). *Tasas de interes y desempeño diferenciado de carteras de entidades de microfinanzas ante multiples shocks sistemáticos*. Obtenido de <http://www.iisec.ucb.edu.bo/journal/articulos/0801.pdf>

Anexos

Anexo 1

Centro Internacional de Política Económica-UNA

Cuestionario para la implementación de microseguros como mecanismo de inclusión financiera en las Pymes del Cantón Central de Liberia, Guanacaste.

1. Nombre de la Pyme y actividad económica desarrollada.

2. Actividad económica desarrollada

3. ¿Hace cuantos años se dedica a esta actividad comercial?
4. Además del seguro Riesgo de Trabajo, ¿Cuenta con alguno de los seguros que se le muestran a continuación:

Responsabilidad Civil General ()
Incendio local comercial ()
Seguro básico de accidentes ()
Seguro de robo local comercial ()
Ninguno de los anteriores ()
5. ¿Ha considerado la opción de tomar un seguro de vida?

() SI () NO
Porque_____

6. En los últimos 5 años, ¿Ha presentado alguno de las siguientes eventualidades en su empresa? Puede marcar varias opciones.

- Robo en el local comercial
- Fallecimiento de algún familiar
- Incendio del local
- Accidente vehicular de alguna de las unidades de trabajo.
- Otros_____
- Accidente con alguno de los clientes dentro del local comercial

7. De los seguros de que se comercializan actualmente, ¿Cuáles de las siguientes razones le impiden suscribir alguno?

- Precio muy elevado
- Coberturas no se adaptan a sus necesidades
- Tiempo muy lento ante siniestros
- No existe sucursal cercana de la aseguradora en la región
- Falta de información
- Otros_____

8. ¿Sabe o conoce algo sobre microseguros?

- SI, ¿Qué sabe?_____ NO

9. Ingreso mensual estimado en colones.

- De 0 2 000 000 ()
- De 2 000 0000 a 4000 000 ()
- De 4 000 000 a 6 000 000 ()
- De 6 000 000 o más ()

10. ¿Estaría interesado en estos tipos de productos? , puede enumerar más de uno.

Microseguro de vida ()

Microseguro de gastos funerarios ()

Microseguros de robo ()

Microseguro de incendio comercial ()

Microseguro de Responsabilidad Civil General ()

11. ¿Qué edad tiene?

Entre 15 y 30 ()

Entre 31 y 40 ()

Entre 41 y 50 ()

Entre 51 y 60 ()

Entre 61 y 70 ()

Entre 60 y 69 ()

70 o más

12. Genero

Masculino ()

Femenino ()

Anexo 2

Guía de preguntas para entrevista a Gerente Técnico de CRS Sociedad Corredora de Seguros

La presente entrevista tiene como finalidad conocer los canales de comercialización más aptos para los microseguros para las Pymes ubicadas en el distrito central de Liberia.

1. ¿Cómo visualiza la proyección de desarrollo de los microseguros en Costa Rica, específicamente en el cantón de Liberia, Guanacaste, como mecanismo de inclusión financiera?
2. ¿Considera que este mecanismo podría convertirse en una opción para la lograr de algún modo incorporar financieramente las Pymes de la región?
3. ¿Cuáles con los posibles microseguros que desde su perspectiva tengan una aceptación y se adapte a las condiciones y necesidades de las Pymes?
4. ¿Cuáles serían los mecanismos de comercialización más factible para la distribución de microseguros tanto para clientes como aseguradora?