

Trabajo Final de Graduación

Maestría en Finanzas UTDT

Año Académico 2020

Alumno: Aroma Julieta Vallejo

Tutor: María López Isnardi

Impacto social y rentabilidad de los microseguros: el Caso de Triunfo Seguros

Contenido

ABSTRACT.....	3
INTRODUCCION	4
CAPÍTULO I: DEFINICIONES Y CONCEPTOS GENERALES SOBRE INCLUSIÓN FINANCIERA .	5
1. Exclusión social y financiera	5
1.1. La exclusión social y su situación en América Latina.	5
1.2. Definición y alcance de exclusión financiera.....	5
2. Inclusión Financiera.....	5
3. Microseguros: definición y características.....	6
3.1. Origen y definición de Microseguros.....	6
3.2. Características de los microseguros.	8
3.3. Diferencias con otros instrumentos microfinancieros.....	8
3.4. El rol social de los microseguros.	8
3.5. Canales de oferta para los microseguros.....	10
3.6. Tipos de productos que se ofrecen.	11
4. El panorama actual de los microseguros en América Latina y Argentina	11
4.1. Algunas cifras para entender el alcance de los microseguros.	11
4.2. Marco regulatorio en los países de Latinoamérica.....	12
CAPÍTULO II: CONCEPTOS GENERALES SOBRE SEGUROS E INDICADORES DE COSTOS, GESTIÓN Y RENTABILIDAD	15
1. Ingresos de las compañías aseguradoras	15
1.1. Cálculo de primas para seguros en general.	15
1.2. Primas para microseguros.	15
2. Egresos de las compañías aseguradoras.....	15
3. Estado de resultados para las empresas de seguro.	16
3.1. Resultado técnico de seguros directos.....	16
3.2. Resultado técnico.	17
3.3. Resultado financiero.	17
3.4. Resultado del ejercicio.	17
4. Indicadores de costos, gestión y rentabilidad.....	17
CAPÍTULO III: MEDICIÓN DE IMPACTO EN MICROSEGUROS	19
1. Medición y Gestión de impacto.	19
1.2. Métricas de IRIS	19

2. Indicadores de desempeño social para microseguros.....	19
2.1. Principios clave para el desempeño social.....	20
2.2. Indicadores claves para medir el desempeño social.....	20
3. Desafíos en la aplicación de indicadores en Argentina.....	25
CAPITULO IV: CASO DE ESTUDIO.....	26
1. Introducción al Caso de Estudio.....	26
1.1. Acerca de la compañía analizada.....	26
1.2. Misión y visión de la empresa.....	26
1.3. División Motovehículos.....	27
2. Característica de la cartera de Triunfo Seguros.....	32
2.1. Análisis de las personas aseguradas.....	32
2.2. Análisis de los vehículos asegurados.....	33
2.3. Análisis de los seguros ofrecidos.....	35
3. Costos, gestión y rentabilidad del negocio.....	37
3.1. Indicadores de costos.....	37
3.2. Indicadores de gestión.....	38
3.3. Indicadores de rentabilidad.....	39
3.4. Conclusiones del análisis de rentabilidad.....	40
4. Impacto social del negocio.....	41
4.1. Métricas IRIS aplicadas al caso de estudio.....	41
4.2. Otros factores que indican impacto.....	44
4.3. Conclusiones del análisis de impacto.....	46
CONCLUSIONES.....	48
ANEXO I.....	49
ANEXO II.....	50
BIBLIOGRAFIA.....	51

ABSTRACT

En el presente trabajo se buscará dar una respuesta a la pregunta de si es posible que una empresa persiga fines monetarios y sociales, y lograr ambos al mismo tiempo. Para ello se analizará una compañía de seguros de capitales nacionales, estudiando sus indicadores de rentabilidad e impacto, para comprobar que en este caso particular se puede alcanzar ese doble objetivo. Previo a ello, se describirán en detalle las características y métricas tenidas en cuenta para llegar a la conclusión del estudio.

Para el análisis sobre los resultados operativos que genera la aseguradora, se tomarán indicadores utilizados en el mercado argentino por la Superintendencia de Seguros de la Nación, cuya información es totalmente pública.

Respecto a la medición de impacto social, al ser un campo relativamente nuevo en el mundo de las finanzas, primero se investigará sobre las condiciones que cumplen actualmente distintos programas de microseguros en el mundo. Para, por un lado, entender qué tipo de canales, productos, tarifas y modelos de negocio se utilizan generalmente en estos programas, y por el otro lado, analizar si el caso de estudio está en línea con estas premisas.

También se tendrán en cuenta indicadores cuantitativos creados a partir del consenso global de distintos organismos que trabajan activamente en este tipo de programas, que, al aplicarlos al caso de estudio derivarán en una incógnita más, ¿están las compañías de seguro en Argentina preparadas para llevar un seguimiento de este tipo de métricas? ¿o no se generan incentivos suficientes desde la parte legislativa para que se lleve un control más estricto sobre este tema? La legislación argentina sobre microseguros es muy reciente a comparación de otros países de la región y, aún insuficiente, con pocos requisitos explícitos y más bien orientada a promover un objetivo bastante amplio: ampliar la base asegurativa del país. Esto presenta un desafío para estudios como este, que buscan darle un valor en números al impacto social.

De todo este estudio se desprende que, por el lado financiero, la compañía presenta valores adecuados dada la composición de su cartera de clientes y estructura en general. Y por el lado social, la conclusión a la que se llega es una reflexión a partir de varios enfoques distintos, que el caso de estudio realmente genera un beneficio en la sociedad.

INTRODUCCION

Desde su origen a principios de la década de los años 70's hasta la actualidad, las microfinanzas han ido evolucionando continuamente, cada vez con mayor variedad de productos para cubrir las crecientes necesidades de a quienes estos van dirigidos. Varios papers e investigaciones sobre estos “nuevos métodos” de inclusión para las personas con menos recursos o marginadas socialmente en el sistema financiero global, tratan de explorar su viabilidad tanto operativa como económica y financiera. Para no caer en una mera filantropía, es que los prestadores de estos servicios persiguen un modelo de negocio que no solo genere impacto social en las comunidades, sino también que les resulte rentable. Y es aquí donde surge la pregunta que trata de responder este estudio: ¿pueden las microfinanzas generar un impacto social, y a su vez operar eficientemente?

Dentro de este universo de productos que se mencionó en el párrafo anterior, se encuentran los microseguros, que básicamente, buscan la inclusión financiera de los grupos sociales más vulnerables al mercado asegurador.

El desarrollo de este trabajo se centra en realizar un review de la literatura existente acerca de cómo medir el alcance del impacto social que generan las empresas que se dedican a la producción de microseguros. Para ello en el Capítulo I, se realizará una exposición general de qué son las microfinanzas, y dentro de ellas, particularmente, las características que suelen cumplir los programas de microseguros aplicados en todo el mundo; por otro lado, y desde un enfoque más cuantitativo, se desarrollará el Capítulo III, en donde se listan los principales indicadores para la medición de impacto, utilizando como referencia el manual “Social performance indicators for microinsurance” publicado por ADA (Appui au Développement Autonome) en colaboración con BRS (Belgian Raiffeisen Foundation), GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit), Grameen Crédit Agricole Microfinance Foundation y la MicroInsurance Network, las cuales, son organizaciones reconocidas mundialmente por su “expertise” en el tema de seguros de impacto.

Como la pregunta que busca responder esta investigación es si los microseguros tienen una doble finalidad: producir impacto social y rentabilidad económica, es que en el Capítulo II se exponen indicadores de costos, gestión y rentabilidad utilizados en las compañías de seguros en Argentina, elaborados por la Superintendencia de Seguros de la Nación. Previo a esto, se explicarán algunos conceptos claves del negocio de los seguros para que luego, todas las métricas mencionadas en el resto del Capítulo II y en todo el Capítulo III puedan ser comprendidas fácilmente por los lectores.

Por último, en el Capítulo IV, se buscará aplicar lo relevado en la primera parte a una empresa de seguros nacional que se dedica a la venta masiva de seguros de motos mediante un modelo de negocios que acerca la oferta de sus productos a clientes que tienen difícil acceso a este tipo de servicios financieros. Con este primer nexo que establecen con el cliente a través del seguro de la moto, aprovechan para ofrecer al asegurado otros tipos de seguros como vida y accidentes personales. Este tipo de estrategia comercial permite a miles de personas de bajos recursos y/o zonas marginadas poder introducirse en el mundo de los seguros. El objetivo final de este análisis es poder detectar, por un lado, el impacto social generado por esta compañía; y por el otro, examinar cuan rentable le resulta asegurar a este sector de la sociedad, para llegar a la hipótesis principal de esta tesis: en el caso de la empresa estudiada, ¿puede ayudar a la sociedad y también tener un incentivo monetario propio?

CAPÍTULO I: DEFINICIONES Y CONCEPTOS GENERALES SOBRE INCLUSIÓN FINANCIERA

1. Exclusión social y financiera

1.1. La exclusión social y su situación en América Latina.

El Banco Interamericano de Desarrollo define en su artículo Exclusión social: causas y remedios a la exclusión social como (BID, 2003) “una escasez crónica de oportunidades y de acceso a servicios básicos de calidad, a los mercados laborales y de crédito, a una infraestructura adecuada y al sistema de justicia”. Tal y como lo indica esta definición la exclusión social no es solo un problema meramente económico, el acceso limitado a los beneficios del desarrollo no solo tiene impacto en las personas de menos recursos, sino que también afecta a otras minorías como a indígenas, grupos de ascendencia, mujeres, o personas con discapacidad.

Al igual que el BID, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) hace hincapié en el correcto significado de exclusión social distinguiéndola de la pobreza. Según la OIT, en el Programa global Estrategias y Técnicas contra la Exclusión social y la Pobreza, la exclusión social y la pobreza no son necesariamente sinónimos, se puede estar en una situación de pobreza, pero no estar excluido socialmente, y viceversa.

Citando el texto elaborado por el BID (2003):

En América Latina y el Caribe los excluidos no son una parte minoritaria de la población. En varios países los indígenas y grupos de ascendencia africana constituyen la mayoría... Cerca de 40 millones de indígenas viven en América Latina y el Caribe y constituyen el 10% de la población de la región, pero el 25% del total de pobres. En Brasil, Perú, Bolivia y Guatemala, los grupos étnicos (afrodescendientes e indígenas) constituyen la mayoría de la población y el 60% de la población que vive en condiciones de pobreza.

1.2. Definición y alcance de exclusión financiera.

Existe una amplia variedad de formas para explicar el significado de exclusión financiera, y no subsiste un consenso sobre la definición de la misma. Muchos autores la asocian directamente con la exclusión social, pero en este trabajo se tomará de referencia la definición de Sinclair (2001), quien la expresa como la incapacidad de acceder a los servicios financieros básicos de una forma adecuada. Aquí se resalta que el acceso debe ser de una forma adecuada; esto indica que no solo depende de la mera existencia de una oferta de servicios financieros, sino también que esta sea a precios razonables, que las personas que los demandan estén capacitadas para utilizarlos y que este acompañada de una adecuada regulación macroeconómica.

2. Inclusión Financiera

La Asociación Global para la Inclusión Financiera (GPFI, por sus siglas en inglés) y el Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres (CGAP, por sus siglas en inglés) se refieren a la inclusión financiera como (GPFI & CGAP, 2011) “una situación en la que todos los adultos en edad de trabajar, incluidos aquellos actualmente excluidos del sistema financiero, tienen acceso efectivo a los siguientes servicios financieros provistos por las instituciones formales: crédito, ahorro (incluyendo cuentas corrientes), pagos y seguros”.

En los últimos años la inclusión financiera ha tomado relevancia en las agendas de los organismos mundiales. Uno de los casos es el del Grupo de los Veinte (G-20) que desde la Cumbre de Pittsburgh de 2009 estableció el tema como uno de sus pilares para el desarrollo. Otro ejemplo es el del Banco Mundial que impulsó el objetivo global de acceso universal a servicios básicos de transacción como un hito importante en el camino hacia la total inclusión financiera.

A raíz de esta nueva tendencia, han aparecido en el mercado una amplia variedad de productos y servicios que apuntan a incluir financieramente a las personas de más bajos recursos, como lo son, los microcréditos, microseguros, micropensiones, entre otros.

Figura 1: Cuadro de la inclusión financiera



Fuente: Arruti F.J.G (2016)

3. Microseguros: definición y características.

3.1. Origen y definición de Microseguros.

La noción de los microseguros nace como una figura complementaria a la de los microcréditos, como la necesidad de cubrir el préstamo en caso de que algo le sucediera al prestatario. Con el tiempo se fueron transformando en una alternativa diferenciada de gestión de los riesgos para el segmento de bajos recursos, incorporándose como un producto financiero inclusivo.

Para los propósitos de este trabajo se utilizará la definición de microseguro desarrollada por Craig Churchill (jefe del equipo del Fondo para la innovación en microseguro de la OIT y presidente de la MicroInsurance Network), la cual es citada en varios trabajos de investigación y papers.

“El microseguro es la protección de personas de bajos ingresos contra riesgos específicos a cambio de pagos regulares de prima proporcionales a la posibilidad y costo del riesgo envuelto” Churchill (2006). Tal y como lo dice en su libro, esta definición es básicamente la misma que podría utilizarse para el seguro regular, excepto por el mercado claramente establecido que quiere atender: personas de bajos ingresos.

Pero ¿Qué implica ser personas de bajos ingresos? ¿A quiénes alcanza esta definición de microseguros? Siguiendo con la línea de pensamiento de Churchill, estas respuestas pueden variar según el país, pero en general, trata de incluir a aquellas personas que quedan fuera del mainstream comercial de las aseguradoras. Un caso puntual que se menciona en el libro es el de los trabajadores de la economía informal, quienes no tienen acceso a protección social por parte de sus empleadores directamente, o mediante el gobierno a través de los empleadores.

A demás de esta visión de microseguros, que apunta al segmento a los que están dirigidos estos seguros, la organización MicroInsurance Network, en el informe El Panorama del Microseguro en América Latina y el Caribe 2017 expone otros dos criterios más para definir el concepto (MicroInsurance Network & Munich Re Foundation, 2017):

- Agente de riesgo: el gobierno no debe ser el único transportista de riesgo, el producto debe ser manejado sobre la base de principios de seguro.

- Niveles de prima modestos / asequibilidad: el monto de la prima anual básica debe ser proporcional al nivel de ingresos del sector de clase baja de cada país, de acuerdo con los riesgos asegurados.

Tabla 1: Primas anuales máximas por país 2017

País	Moneda Local	Vida / Accidentes - 1% del PBI per capita		Salud - 4% del PBI per capita		Propiedad/Agricultura - 1% del PBI per capita	
		Local	USD	Local	USD	Local	USD
Argentina	ARS	1.744	135	6.976	539	2.616	202
Antigua y Barbuda	XCD	370	137	1.481	549	555	206
Bahamas	BSD	228	228	919	919	342	342
Belice	BZD	98	49	390	195	146	73
Bolivia	BOB	211	31	844	123	317	46
Brasil	BRL	344	87	1.375	347	515	130
Barbados	BBD	312	154	1.247	617	468	231
Chile	CLP	95.137	134	381.010	537	142.879	201
Colombia	COP	191.936	61	767.745	242	287.904	91
Costa Rica	CRC	68.115	113	239.373	450	89.898	169
Cuba	CUP	77	77	306	306	115	115
Dominica	XCD	3.319	71	13.321	285	5.002	107
República Dominicana	DOP	2.951	65	11.759	259	4.404	97
Ecuador	USD	62	62	248	248	93	93
Granada	XCD	249	92	995	368	373	138
Guatemala	GTQ	298	39	1.191	156	447	59
Guyana	GYP	8.337	41	33.349	165	12.506	62
Honduras	HNL	564	25	2.256	101	846	38
Haití	HTG	463	8	730	33	274	12
Jamaica	JMD	6.061	51	24.242	204	9.091	77
San Cristobal y Nieves	XCD	426	158	1.703	631	639	237
Santa Lucía	XCD	209	77	835	309	313	116
México	MXN	1.563	90	6.253	360	2.345	135
Nicaragua	NIO	581	21	2.326	83	872	31
Panamá	PAB	133	133	531	531	199	199
Perú	PEN	204	60	817	241	306	90
Paraguay	PYG	234.655	41	938.619	163	351.982	61
El Salvador	USD	42	42	169	169	63	63
Surinam	SRD	379	95	1.518	379	569	142
Trinidad y Tobago	TTD	1.109	173	4.434	693	1.663	260
Uruguay	UYU	4.672	156	18.689	623	7.008	234
San Vicente y las Granadinas	XCD	182	67	728	270	273	101
Venezuela	VEF	866	138	3.465	550	1.299	206

Fuente: MicroInsurance Network y Fundación Munich Re (2017)

La tabla de arriba proporciona una lista de los topes de primas anuales por tipo de producto, calculados en base al PIB per cápita del sector de bajos ingresos en cada país y los porcentajes estimados del PIB per cápita constituidos por Vida / Accidente (1%), Salud (4%) y Propiedad / Agricultura (1,5%), respectivamente.

Para ser más exactos respecto al nivel de ingresos de las clases bajas, la Organización Internacional del trabajo (OIT) establece que el costo mensual de la prima debe estar cercano al 2% del salario mínimo vital y móvil del país donde se emita (Selva, 2018).

3.2. Características de los microseguros.

Adicionalmente al costo adecuado que deben tener estos contratos, existen múltiples características que hacen que un seguro sea considerado como un instrumento de las microfinanzas, por ejemplo, Maximiliano Selva, especialista en microseguros enumera las siguientes (Selva, 2018):

- Contratación sencilla: Tanto en la adquisición como en el objetivo del contrato. Apuntando, por un lado, a simplificar los requisitos que el contratante debe cumplir a la hora de emitir la póliza, como los mecanismos para el cobro de primas periódicas. Y por el otro a que el cliente comprenda lo que está adquiriendo.
- Sumas aseguradas accesibles: Los límites de indemnización regularmente son pequeños debido a que los riesgos a cubrir también lo son.
- Agilidad en la liquidación de siniestros: para no ocasionar perjuicios adicionales a los asegurados.

3.3. Diferencias con otros instrumentos microfinancieros.

A parte de estas características propias de los seguros, es importante resaltar las diferencias que tienen los microseguros con otros productos financieros que se ofrecen a la base de la pirámide. Para ello se utilizará de guía el manual publicado por Belgian Raiffeisen Foundation (BRF) en colaboración con Appui au Developpement Autonome (ADA) y MicroInsurance Network (Wipf, 2008).

En este manual se describen 5 características que distinguen a los microseguros del resto de las microfinanzas:

- Demanda del producto: En general cuesta gran esfuerzo alentar y educar a quienes cuentan con escasos recursos, para que compren seguros; por el contrario, los microcréditos tienen una gran demanda ya que en muchos casos el beneficio es tangible y se puede disfrutar en vida, muchas veces destinados a satisfacer necesidades de consumo.
- Con fines de lucro: Otra diferencia es que las microfinanzas, casi en su totalidad, comenzaron como proyectos sin fines de lucro, subvencionados por donantes. En los microseguros, sin embargo, la mayoría de los programas involucran compañías de seguros comerciales con fines de lucro.
- A diferencia del resto de las microfinanzas, los programas de microseguros a menudo tienen múltiples socios involucrados en su implementación. Por otro lado, los productos son más diversos y complejos que el de las microfinanzas, estas complejidades hacen que el rendimiento deba medirse a través de múltiples socios.
- En los microseguros, la educación es vista como una parte integrada en la entrega del producto.
- Los indicadores por lo general son promovidos por los propios practitioners, y no por los donantes o inversionistas.

3.4. El rol social de los microseguros.

Por lo general las personas de menos recursos viven bajo condiciones más riesgosas. Ya sea por no tener acceso a los servicios básicos de agua y saneamiento, o por trabajar informalmente en labores que implican esfuerzo físico sin los elementos de seguridad necesarios, quienes se encuentran en la base de la pirámide son más vulnerables a sufrir enfermedades y/o accidentes que produzcan discapacidades o incluso la muerte. En tales casos se hace muy difícil, o casi imposible poder afrontar los gastos de asistencia médica o farmacéutica, o aún más, si el siniestro le ocurre al jefe de hogar, puede desencadenar también la pérdida de flujo de ingresos habituales del mismo.

Otro riesgo que se corre son los daños a bienes materiales. Instalaciones eléctricas o de gas en malas condiciones, o la falta de ingresos suficientes para poder costear sistemas de seguridad para el hogar expone a esta clase social a pérdidas de activos por incendios o robos, respectivamente.

La oferta de seguros a los sectores de la sociedad más humildes no solo sirve para mitigar los peligros a los cuales pueden enfrentarse dada sus condiciones de vida, sino también por aquellas situaciones en las cuales

todos podemos vernos afectados, como desastres naturales o provocados por el hombre. Al tener muy poca o casi nula capacidad de ahorro, eventos como estos perjudican gravemente a este nicho. Por ejemplo, a aquellos que viven de cultivos de pequeñas parcelas, una catástrofe natural podría dejarlos sin sus fuentes de ingreso, y al no tener dinero guardado “para días lluviosos” les sería muy difícil salir de esa situación.

Todos estos factores hacen que la sociedad caiga en la trampa de la pobreza y que la misma persista en el tiempo. Mecanismos como los microseguros podrían ayudar a frenar este círculo vicioso y permitir bajar el nivel de incertidumbre que se manejan en estos hogares.

Aquí cabe aclarar, que el fin de lo microseguros no apunta a reducir la exposición a riesgo de los asegurados, sino que su propósito es atenuar el impacto de las pérdidas económicas que un siniestro podría causar a un asegurado, cuyo patrimonio o ingresos son limitados y/o irregulares.

3.4.1. Costos sociales de siniestralidad vial.

Para entender mejor el caso de estudio que se expondrá en el Capítulo IV, a continuación, se explicaran los costos asociados a los siniestros viales según el enfoque utilizado por la Agencia Nacional de Siniestralidad Vial en su estudio Estimación de los costos de la siniestralidad vial en argentina (2019).

En este artículo se destacan 5 (cinco) costos a saber (ANSV, 2019):

Costos médicos: *son los costos que resultan del tratamiento médico de las lesiones causadas por el siniestro vial. Estos gastos pueden incluir desde los primeros auxilios en el lugar del hecho, el transporte de emergencia en ambulancia, la atención hospitalaria de urgencia, el tratamiento hospitalario, el seguimiento del paciente, la rehabilitación, los medicamentos, las prótesis y los dispositivos, hasta las adaptaciones del hogar para los discapacitados. Este tipo de costos pueden ser de largo o de corto plazo, dependiendo de la severidad de la lesión, y recaer sobre el sector público, sobre el privado o una mezcla de ambos.*

Costos por pérdida de productividad: *se refiere a las mermas en las que se incurre en la economía como consecuencia de la pérdida de capacidad productiva de aquellas personas que se ven afectadas por una lesión (ya sea ésta temporaria o permanente) o la muerte, como consecuencia de un siniestro vial. En general, es uno de los elementos más importantes de los costos en los países en desarrollo, y puede ir desde la merma de ingresos por un día sin trabajar a causa de una lesión leve, hasta décadas de ingreso perdidos por muerte prematura o discapacidad (TRL & Ltd., 2003). En algunos estudios, incluso, se incorpora la pérdida de ingresos o de la producción de las personas que deben disminuir o renunciar a su jornada laboral para hacerse cargo del cuidado de la víctima, o la pérdida de ingresos de aquellos trabajos que no pasan por el mercado (por ejemplo, el trabajo en el hogar), o los costos friccionales de contratar y entrenar a nuevo personal en 15 reemplazo de la víctima del siniestro. Este concepto de costo, a su vez, puede ser muy relevante, dado que gran parte de las víctimas ocasionadas por el tránsito se encuentran dentro del grupo de menores de 45 años (OMS, 2018).*

Costos humanos: *son los costos inmateriales del dolor, sufrimiento y penas generadas por la pérdida de la calidad de vida, o la vida misma. Este concepto puede incluir la pérdida de las expectativas y calidad de vida de las víctimas, y el sufrimiento de familiares y amigos (Tooth, 2010) (DGT, 2015). Es el componente más desafiante desde el punto de vista metodológico, y su incorporación necesariamente involucra juicios de valor para su estimación.*

Daños a la propiedad: *en este concepto se incluye el daño a los vehículos, las calles, rutas, avenidas, autopistas, etc., y la señalética. En general, el mayor costo en este concepto es el relativo a los daños a los vehículos. Asimismo, en aquellos siniestros viales en los cuales se produce una*

muerte, los daños a la propiedad en general representan una muy pequeña proporción siendo los costos relacionados con la pérdida de productividad y el costo humano los más importantes.

Costos administrativos: son en general los costos de gestión de los servicios policiales, las brigadas de incendio, las cortes judiciales y los costos de seguros. En general, este componente tiene una baja representación dentro del costo total de un siniestro vial, e inclusive en algunos documentos se recomienda no destinar demasiados esfuerzos a su estimación (TRL & Ltd, 2003), salvo que los organismos responsables de estas funciones requieran información sobre la carga económica que requiere lidiar con estas problemáticas.

3.5. Canales de oferta para los microseguros.

Como se mencionó anteriormente, una de las características principales de estos seguros es que deben ser de fácil adquisición. Es por ello que existen múltiples canales de distribución, desde las instituciones financieras tradicionales, hasta operadores de redes móviles y otros canales alternativos.

En la literatura no existe una lista de canales específicos para ofrecer microseguros, cada caso implica una forma distinta para distribuirlos. Para poder dar cuenta de ello, se mencionarán algunos ejemplos de proyectos aplicados los últimos años, extraídos de la página web especializada en seguros de impacto de la OIT.¹

- **Instituciones financieras:** en el proyecto *Distribución de seguros para clientes de bajos recursos* llevado a cabo por el Grupo Asegurador Banco do Brasil y Mapfre en los suburbios más pobres de grandes ciudades de Brasil, se utiliza como canal de venta a los mismos habitantes de la comunidad, los cuales no solo se desempeñan como agentes de venta, sino también son a quienes se debe recurrir en caso de necesidad. Este método logra generar confianza en el resto de los residentes y también funciona como una fuente generadora de educación y empleo.
- **Redes móviles:** el uso de la tecnología se ha convertido en algo muy común dentro de la distribución de los microseguros. Un ejemplo de ello es el proyecto de Tata AIG que pretende introducir la tecnología móvil en el procesamiento de las afiliaciones y los siniestros para su producto de seguro ganadero en zonas rurales de los estados de Gujarat y Uttarakhand (India). La idea es poder, a través de un teléfono celular, cargar información de los clientes y fotografías de los animales a asegurar, para luego transmitirlos a un servidor central con el objetivo de una afiliación y emisión de póliza instantáneas.
- **Minoristas:** muchas aseguradoras han comenzado a crear alianzas con pequeños comercios para ofrecer sus productos, como el caso de Bradesco Seguros en Brasil, que ha implementado una red de dispositivos de punto de venta (DPV) que posibilitan las transacciones en tiempo real. Los mismos se han instalado en pequeñas tiendas y farmacias ubicadas en zonas marginadas, ofreciendo a quienes lo usen un seguro de accidentes personales.
- **Otros canales:** Según datos del INDEC, a agosto de 2018, el 88% de los habitantes de Argentina gozaba de acceso a la red pública de agua potable. Por otro lado, el Energy Progress Report elaborado por la Agencia Internacional de Energías Renovables y el Banco mundial señala que Argentina se encuentra como uno de los países del mundo que logra tener acceso universal a la energía a partir de 2016. Estos datos indican lo masivos que son estos servicios y cuales se pueden utilizar como medio de cobro para pólizas de seguros colectivos. Un ejemplo reciente es el utilizado por la Cooperativa Eléctrica de Godoy Cruz en Mendoza, Argentina, en donde añaden, si el tomador del servicio lo desea, un seguro de sepelio a la boleta de luz.

¹ www.impactinsurance.org

3.6. Tipos de productos que se ofrecen.

El portal FINDEV, una plataforma independiente de intercambio de conocimientos del CGAP, donde la comunidad global de inclusión financiera comparte lecciones e ideas, lista 6 tipos de microseguros a saber:

Seguro de vida y préstamo: Generalmente va atado a un préstamo y paga el saldo pendiente de la deuda al prestamista en caso de que el prestatario fallezca. Muchas veces se exige como condición para otorgar el mismo.

Seguro temporal de vida o accidentes personales: Al igual que el anterior suele ofrecerse junto con el seguro de vida y préstamo para cubrir a la familia en caso de fallecimiento del prestatario. Muchas otras veces el seguro se vende individualmente y cubre gastos Asistencia Médica y farmacéutica e indemniza al asegurado o a su familia en caso de muerte o incapacidad permanente parcial o total.

Seguro de vida y ahorro: su fin principal, como su nombre lo dice, es incentivar el ahorro a través del pago pequeñas primas las cuales se irán invirtiendo en activos que generen rentabilidad, y luego a un plazo determinado, el asegurado recibirá el saldo generado en ese periodo.

Seguro de salud: en la mayoría de los casos este seguro apunta a facilitar el acceso a medicamentos y ayudar a solventar gastos de tratamientos e intervenciones quirúrgicas. Sin embargo, también es el más complejo ya que existe información asimétrica entre el asegurado y la compañía aseguradora. Esta información asimétrica, por un lado causa problemas de riesgo moral, debido a que no genera incentivos a los asegurados a cuidarse más ya que saben que ante cualquier problema de salud tendrán su seguro para cubrirlos, y por el otro, da lugar a niveles potencialmente más altos de selección adversa, ya que las primas se fijan en base al estado de salud promedio de una población, y en el caso de los hogares de menos recursos pueden estar más expuestos a sufrir ciertos malestares físicos debido a las condiciones de vida que mencionamos en párrafos anteriores. Es por esto que las aseguradoras tradicionales prefieren evitar este tipo de seguros. Una de las soluciones son las organizaciones creadas en forma de mutuales de ahorro, en donde se puede atacar los problemas de riesgo moral aprovechando la información local y la presión de sus pares, y reducir el riesgo de selección adversa mediante la afiliación en bloque.

Seguro sobre la propiedad a diferencia de los anteriores, este seguro tiene como objeto asegurable un bien material. Es el más común en la industria aseguradora y puede incluir seguros para vehículos, hogares, comercios y hasta para el ganado. En el caso de las personas de niveles sociales más bajos, por lo general está vinculado a un préstamo. Un ejemplo claro son las hipotecas que, en caso de que el inmueble sufra algún tipo de daño a causa de algún incendio o inundación, el prestatario podría continuar reembolsando su deuda gracias al seguro.

Seguro agrícola aquellas personas que viven en espacios rurales y cuya fuente de ingresos provienen de la agricultura, pueden asegurar sus parcelas contra condiciones climáticas desfavorables que potencialmente puedan afectar sus cultivos. El principal problema aquí es la dificultad para calcular las probabilidades de pérdida, ya que existen múltiples factores que puedan afectar las cosechas. A esto se le suma la insuficiencia de las primas pagadas para poder hacer frente a los siniestros, ya que casi siempre, cuando un asegurado ve afectada su producción, lo mismo ocurre al resto. Esto se debe a que generalmente los daños son producidos por causas naturales que afectan a todos al mismo tiempo.

4. El panorama actual de los microseguros en América Latina y Argentina

4.1. Algunas cifras para entender el alcance de los microseguros.

Para concluir este capítulo se mostrarán algunos de los números que presentan los microseguros en la región latinoamericana, usando como referencia el informe El panorama del Microseguro en América Latina y el Caribe 2017, publicado por las organizaciones MicroInsurance Network y Munich Re Foundation (MicroInsurance Network & Munich Re Foundation, 2017).

Imagen 2: Visión de conjunto del marco regulatorio del microseguro en Latinoamérica y el Caribe



Fuente: MicroInsurance Network y Fundación Munich Re (2017)

Nuevamente se hará hincapié en la clasificación argentina, en donde aún no existe un marco regulatorio definido, pero la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN), organismo regulador de las entidades aseguradoras, el 9 de febrero de 2018 dictó la Resolución 126 que incorpora al Reglamento General de la Actividad Aseguradora (Res SSN 38.708/2014) el punto 23.8., por el cual se establece la comercialización, implementación y las pautas mínimas para su diseño.

En este mismo punto la SNN se compromete a diseñar una normativa específica, definiendo pautas mínimas a efectos de la implementación de Microseguros.

4.2.1. Comercialización, implementación y pautas mínimas para el diseño de microseguros en Argentina.

En la primera parte del punto 23.8 del Reglamento General de la Actividad Aseguradora, la SSN establece que (SSN, 2018): “el objetivo de los Microseguros es ampliar la base asegurativa argentina, ofreciendo coberturas de fácil contratación, plazos acotados y rápida resolución en ocasión del acaecimiento de un siniestro”. Tal y como lo dice esta oración, se busca que el seguro sea simple y sencillo de entender para el cliente, es por ello, que a los elementos exigidos para aprobar una cobertura de seguros se agregan las “Pautas Mínimas para el Diseño de Microseguros”, que entre sus condiciones contienen (SSN, 2018):

La entidad aseguradora deberá presentar y/o depositar los siguientes elementos:

- *El objetivo público-social, donde se incluya el grupo asegurable al cual se encuentra dirigido, identificando las necesidades a cubrir, formas de comercialización y canales de distribución que se empleará.*
- *Discriminación de las sumas aseguradas por cobertura y su justificación.*

También, tendrá que presentar un formulario de Solicitud-Certificado y/o la Póliza Simplificada con los siguientes requisitos:

- Contener el nombre comercial del Plan de Microseguro.
- Incluir una guía explicativa para el asegurado, confeccionada en lenguaje claro y sencillo.
- En caso de existir, incorporar el detalle de los riesgos excluidos.
- Certificar que el asegurado, previo a firmar el contrato de seguro, tuvo acceso al contenido integral de las condiciones generales de la póliza.
- Hacer referencia en la misma a la página web oficial de la entidad, en la cual estará publicada para cualquier persona que ingrese, la guía explicativa de la cobertura del microseguro junto con el texto de las condiciones contractuales y el mecanismo de cobro de primas, denuncia y pago de siniestros.
- Listar los pasos a seguir y documentación necesaria para efectuar el reclamo del pago del beneficio, incluyendo el plazo para el pago del mismo.
- Informar sobre el procedimiento para la atención de quejas y reclamos.
- Explicar que las comunicaciones, reclamos y pagos efectuados a los Productores Asesores de Seguros, Sociedad de Productores o Agentes Institorios por las coberturas otorgadas, tienen el mismo efecto que si se hubieren dirigido directamente a la entidad aseguradora correspondiente.
- Detallar el número de matrícula/registro, nombre y apellido completo o denominación social de los Productores Asesores de Seguros, Sociedad de Productores o Agentes Institorios.

CAPÍTULO II: CONCEPTOS GENERALES SOBRE SEGUROS E INDICADORES DE COSTOS, GESTIÓN Y RENTABILIDAD

1. Ingresos de las compañías aseguradoras.

Las compañías de seguro obtienen ingresos a través del pago que reciben de sus clientes (de forma periódica o solo una vez) por la cobertura brindada. En la definición del contrato de seguro que figura en la Ley de Seguros de la República Argentina (N.º 17.418), este pago se denomina prima, y se menciona que (SSN, 1967): “...el asegurador se obliga, mediante una prima o cotización a resarcir un daño o cumplir la prestación convenida si ocurre el evento previsto...”.

1.1. Cálculo de primas para seguros en general.

Según el Manual de Principios Técnicos del seguro de la Federación de Asociaciones de Productores de Seguro de Argentina (FAPASA, 2019) la prima del seguro se determina a través de principios estadísticos, usando como indicadores principales para el cálculo: la frecuencia con la que se produce el hecho que desencadena la cobertura y el valor actual del riesgo futuro por correr, es decir, la suma asegurada que tendrá que pagar la empresa aseguradora en caso de que se produzca el hecho.

Para determinar la frecuencia en que este hecho sucede, se agrupan los bienes o personas asegurables de características y comportamientos semejantes frente al riesgo asegurado observando sus experiencias siniestras y fijando una tasa que resulte de esto mismo.

1.2. Primas para microseguros.

Para el caso de los microseguros, si se aplica el criterio mencionado en el párrafo anterior se podría generar un fin contrario al que buscan este tipo de seguros, debido a que, si para el cálculo de la prima se tiene en cuenta la frecuencia con la que produce el hecho, y también se agrupan personas de características similares, se podría perjudicar a los sectores de ingresos más bajos, ya que, como se mencionó en el capítulo previo, son más vulnerables a ciertos riesgos.

Retomando con lo que se dijo sobre las tarifas adecuadas para la venta de microseguros (Capítulo I, sección 3.1.), en muchas partes del mundo el costo mensual del microseguro no debe superar el 2% del salario mínimo vital y móvil. Como es el ejemplo de Perú que mediante la Resolución 2829-2016 de la Superintendencia de banca, seguros y AFP establece ese principio como propio de los microseguros.

En el caso de Argentina, la resolución de la SSN que incluye el anexo de los microseguros entra en vigor 2 años más tarde que en el mercado peruano, y aunque no define exactamente una regla para fijar las primas de este tipo de coberturas, si hace algunas menciones sobre las características que se deben cumplir respecto de la misma (SSN, 2018):

- Primas proporcionales al perfil de riesgo asegurado y a su poder adquisitivo.
- Los Microseguros se comercializarán sin opción de cláusulas de participación de utilidades, reajuste de primas, o cláusulas similares que impliquen devolución de primas pagadas.
- Los gastos de producción y explotación deberán definirse individualmente. La suma de ambos conceptos no puede exceder el TREINTA POR CIENTO (30%) de la prima de tarifa.

2. Egresos de las compañías aseguradoras.

Los egresos de las aseguradoras provienen principalmente de los siniestros pagados. Cada vez que un cliente tiene un siniestro y cuenta con cobertura, la compañía aseguradora debe indemnizarlo por los daños sufridos, ya sea en forma de dinero o su equivalente.

Por otro lado, pero en menor medida, se encuentran los gastos de producción y explotación que son todos aquellos que están relacionados con la actividad de la empresa. En el primer caso, se contemplan aquellos gastos ligados a la comercialización de los productos, en otras palabras, las comisiones que se pagan a la

estructura comercial. En cuanto a los gastos de explotación, están orientados a los gastos administrativos de la empresa, como publicidad y propaganda, sueldos y cargas sociales, honorarios, entre otros.

3. Estado de resultados para las empresas de seguro.

Para este párrafo se utilizarán como guía los criterios de aramado de Estados Contables que la SSN exige a las aseguradoras en Argentina, quienes debe presentar sus balances trimestralmente, y cuyo ejercicio económico se cuenta del 1 de julio de un año al 30 de junio del otro.

3.1. Resultado técnico de seguros directos.

La Fundación Mapfre define este concepto como el resultado que proviene propia y exclusivamente del ejercicio de la actividad aseguradora, sin tener en cuenta otra serie de ingresos y gastos que pueda tener la empresa ajenos a la citada actividad, como puede ser su gestión financiera o de inversiones.

El valor de este número se obtiene de la diferencia entre las **primas netas devengadas** y los **siniestros netos devengados, gastos de explotación y producción, rescates, y rentas vitalicias y periódicas**.

$$\text{Resultado técnico seguros directos} = \text{primas netas devengadas} - \text{siniestros netos devengados} - \text{gastos de explotación} - \text{gastos de producción} - \text{rescates} - \text{rentas vitalicias y periódicas}$$

Primas netas devengadas:

$$\text{Primas netas devengadas} = \text{Primas emitidas} - \text{Primas cedidas} - \text{Variación en RRC}$$

Siendo:

- **Primas emitidas:** Primas correspondientes a contratos perfeccionados o prorrogados en el ejercicio, cuyos recibos se hayan emitido durante el ejercicio.
- **Primas cedidas:** Corresponde a la parte de la prima directa o prima aceptada, que las compañías traspasan al reasegurador a través de contratos de reaseguro proporcional.
- **Variación de RRC:** La reserva de riesgos en curso (RRC) se constituye para cubrir aquellas pólizas que continúan con vigencia el próximo ejercicio, pero su prima total se contabilizó en el anterior, ante la posibilidad de ocurrencias de siniestros. La variación hace referencia a la diferencia de esta cuenta entre el ejercicio vigente y el ejercicio anterior.

Siniestros netos devengados:

$$\text{Siniestros netos devengados} = \text{Siniestros pagados} - \text{Recuperos o salvatajes} - \text{Siniestros reintegrados} - \text{Variación del RSP}$$

Siendo:

- **Siniestros pagados:** importe de los siniestros pagados durante el ejercicio.
- **Recuperos o salvatajes:** cuando una aseguradora indemniza a un cliente por algún siniestro sufrido, tiene el derecho de resarcirse de su propia pérdida, ya sea mediante la venta de los restos que quedaren del siniestro (salvatajes), u obteniendo del tercero culpable o civilmente responsable el reembolso del siniestro pagado (recupero).
- **Siniestros reintegrados:** son aquellos siniestros cuya plata fue reintegrada a la compañía por cualquier motivo.
- **Variación del RSP:** La reserva de siniestros pendientes (RSP) es aquella que se realiza por los siniestros ocurridos, pero no reportados (o no suficientemente), que se produjeron durante la vigencia de la póliza, pero que se conocen con posterioridad a la fecha de cierre de ejercicio. Esta reserva equivale al 5% de las primas emitidas el último trimestre. La variación hace referencia a la diferencia de esta cuenta entre este ejercicio y el ejercicio anterior.

Rescates y Rentas vitalicias y periódicas:

Estos dos conceptos están relacionados a los seguros de vida, siendo nulo o casi nulo su valor para los seguros patrimoniales. Para efectos prácticos no se profundizará sobre estas definiciones.

3.2. Resultado técnico.

Si al Resultado técnico de seguros directos, se le suma el **resultado técnico de reaseguros activos** (primas menos siniestros y gastos de reaseguros), se le suman **otros ingresos**, y se le restan los **gastos de prevención, otros egresos y otras indemnizaciones y beneficios**, se obtiene el resultado técnico del ejercicio.

$$\text{Resultado técnico} = \text{resultado técnico seguros directos} + \text{resultado técnico de reaseguros activos} + \text{otros ingresos} - \text{gastos de prevención} - \text{otros egresos} - \text{otras indemnizaciones y beneficios}$$

Este indicador representa el resultado operativo total de una compañía, ya que, al resultado de seguros directos, también se le suma el resultado a cargo de la reaseguradora.²

3.3. Resultado financiero.

Por lo general, las aseguradoras obtienen sus ganancias del resultado financiero, más que del operativo. Esto se debe a que tienen flujos de ingresos periódicos, y salida de dinero eventualmente cuando un asegurado tiene un siniestro (cobra hoy y paga mañana). Esta diferencia de días entre lo que se paga y se cobra, permite a la compañía obtener una renta financiera a cambio de invertir el dinero que tiene hoy en sus manos.

La FAPASA define al resultado financiero como (FAPASA, 2019): *“el resultado económico que obtiene el asegurador de la colocación de su capital en los distintos activos financieros, de acuerdo con lo permitido por la Superintendencia”*.

3.4. Resultado del ejercicio.

Finalmente, con todos los conceptos antes mencionados, se calcula el resultado final del ejercicio, el cual resulta del Resultado de operaciones ordinarias (Resultado Técnico más Resultado Financiero) y operaciones extraordinarias, descontando impuesto a las ganancias, en caso de que corresponda.

$$\text{Resultado del ejercicio} = \text{Resultado Técnico} + \text{Resultado Financiero} + \text{Resultado operaciones extraordinarias} - \text{Impuesto a las ganancias}$$

4. Indicadores de costos, gestión y rentabilidad.

Se extraerán algunos de los indicadores de rentabilidad y gestión de la Memoria Anual que elabora la SSN (SSN, 2018). En este apartado se verán los cálculos, fórmulas e interpretaciones que publica este organismo, y en los capítulos próximos se tendrán en cuenta los números para hacer comparaciones con el caso de estudio elegido.

Indicadores de costos: la SSN menciona tres indicadores de costos, uno teniendo en cuenta los gastos de producción, otro los gastos de explotación y, por último, los gastos totales de la compañía (incluyendo los gastos a cargo del reaseguro).

$$\% \text{ Gastos de explotación} = \text{Gastos de explotación} / \text{Primas emitidas}$$

² Las compañías de seguros transfieren parte de sus riesgos a compañías reaseguradoras, quienes a su vez se hacen cargo de los riesgos asumidos por esta entidad de seguros.

$$\% \text{ Gastos de producción} = \text{Gastos de producción} / \text{Primas emitidas}$$

$$\% \text{ Gastos Total} = (\text{Gastos de explotación y producción} - \text{Gastos a cargo del reasegurador}) / \text{Primas emitidas}$$

Indicadores de gestión: los indicadores de gestión que expone la SSN, se centran en los siniestros y rescates relacionados con la empresa.

$$\% \text{ Siniestros} = \text{Siniestros netos devengados} / \text{Primas netas devengadas}$$

Indicadores de rentabilidad: en este análisis se incluye el resultado total de compañía (técnico de seguros directos, técnico con reaseguros incluidos, y financiero), patrimonio neto y activos.

$$\text{Resultado técnico de seguros directos} / \text{Primas netas devengadas}$$

$$\text{Resultado técnico} / \text{Primas netas devengadas}$$

$$\text{Resultado del ejercicio} / \text{Primas netas devengadas}$$

$$\text{Resultado del ejercicio} / \text{Patrimonio (ROE)}$$

$$\text{Resultado del ejercicio} / \text{Activo (ROA)}$$

$$\text{Resultado del ejercicio} / \text{Primas Emitidas (ROS)}$$

CAPÍTULO III: MEDICIÓN DE IMPACTO EN MICROSEGUROS

1. Medición y Gestión de impacto.

Uno de los organismos más reconocidos en el ámbito de las finanzas de impacto en el mundo es el Global Impact Investment Network (GIIN). Básicamente, lo que busca este ente es lograr consensos sobre temas de inversión de impacto a través del intercambio de conocimientos de quienes conforman esta red, y, a través de estos concesos, lograr definir criterios para llevar a cabo programas de inversión que causen impacto social y ambiental, y puedan ser medidos de manera correcta.

Dentro el GIIN se desarrolla la sección Impact Measurement & Management (IMM) con el fin de orientar, informar, y brindar herramientas y otros recursos a los inversores para que puedan navegar e implementar la gestión de impacto en sus prácticas operativas diarias. Para comprender mejor que implica la medición y gestión de impacto, tal y como se aclara en la página web del organismo³: “*Incluye identificar y considerar los efectos positivos y negativos que las acciones comerciales de una persona tienen sobre las personas y el planeta, y luego descubrir formas de mitigar lo negativo y maximizar lo positivo en alineación con las metas de uno*”.

1.2. Métricas de IRIS

Una de las herramientas que brinda la sección IMM del GIIN, es un catálogo de métricas de impacto que cuentan con una gran aceptación por parte de los principales inversores de este estilo. Las mismas están diseñadas para medir y administrar el desempeño social, ambiental y financiero, y evaluar acuerdos. Dicho catalogo es conocido como IRIS y es ofrecido gratuitamente a inversores para respaldar la transparencia, la credibilidad y la responsabilidad en la medición del impacto y las prácticas de gestión en toda la industria de inversión de impacto.

IRIS utiliza distintos sectores de enfoque para agrupar los índices que proporciona, entre ellos se pueden nombrar la agricultura, educación, servicios financieros, entre otros, dando lugar a métricas comunes a todos ellos y a específicas del sector.

1.2.1 Métricas IRIS para microseguros

Tal y como se mencionó en el párrafo anterior, uno de los sectores de enfoque de las métricas IRIS es el de los servicios financieros, dentro del cual se encuentran los microseguros.

Como bien se dijo anteriormente, las métricas IRIS surgen del consenso general de los principales participantes de las finanzas de impacto. En el caso particular de los microseguros IRIS se alinea con los indicadores de desempeño social y financiero desarrollados por MicroInsurance Network en su manual *Social performance indicators for microinsurance*.

2. Indicadores de desempeño social para microseguros.

Siendo el manual más promovido sobre la medición de impacto en los microseguros, se utilizará como guía el manual *Social performance indicators for microinsurance* publicado por ADA (Appui développement autonome) en estrecha colaboración con BRS Banque, GIZ (Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit), Grameen Crédit Agricole Microfinance Foundation y Microinsurance Network.

Aquí se pueden apreciar dos tipos de indicadores a saber: aquellos que son cualitativos y definen las pautas y políticas a seguir en el accionar de una compañía para que la misma sea considerada como una proveedora de microseguros, y por otro lado los cuantitativos, que con un número indican el grado de impacto social que los microseguros generan.

³ <https://iris.thegiin.org/introduction/>

2.1. Principios clave para el desempeño social.

Este manual comienza explicando ocho principios sociales básicos los cuales considera críticos para alcanzar un adecuado desempeño social. Es decir, que el management de una compañía aseguradora, para constatar que está llevando a cabo un negocio que produzca verdadero impacto social, debe seguir estos principios y responder a las siguientes preguntas (Wipf, 2008):

- 1- **Foco en el cliente:** ¿Los objetivos y la misión del esquema de microseguros están enfocados hacia cliente? En otras palabras, ¿están basados en la perspectiva del cliente y coordinados con sus necesidades?
- 2- **Inclusión:** ¿El producto está diseñado de tal manera que limita su acceso a ciertos grupos (adultos mayores, personas con condiciones preexistentes)? ¿La compañía utiliza algún tipo mecanismo, por ejemplo, subsidios cruzados entre productos, para hacerlos más accesibles? ¿Tiene la infraestructura adecuada para llegar a clientes en áreas marginadas?
- 3- **Evaluación de riesgos del cliente:** ¿La evaluación de riesgos se realiza en la etapa de desarrollo y diseño del producto? ¿Dicha evaluación considera a los más vulnerables de la población, considera los riesgos que impactan a nivel comunidad?
- 4- **Evaluación de la satisfacción del cliente:** ¿Los clientes valoran el producto? ¿Qué tan apropiado es el producto y sus mecanismos de pagos para las necesidades del cliente?
- 5- **Protección de datos personales:** ¿La compañía comparte o vende los datos de sus clientes a terceros? ¿La compañía asegura la confidencialidad?
- 6- **Transparencia:** ¿Todos los cálculos de prima, procedimientos, recolección de dato y reportes siguen el principio de la transparencia? ¿Los datos de la compañía están accesibles y disponibles al público?
- 7- **Políticas y procedimientos auditados y alineados a la misión y visión de la compañía:** ¿La compañía tiene su misión y visión claramente definidos? ¿El área de microseguros está sujeta a auditorías internas y externas? ¿Los recursos de la compañía esta entrenados para tratar con los clientes de una manera transparente?
- 8- **Política medioambiental:** ¿Todos los sectores involucrados en microseguros tienen políticas medioambientales adecuadas?

2.2. Indicadores claves para medir el desempeño social.

Siguiendo con el marco de referencia sobre mediciones en microseguros establecidos en el manual *Social performance indicators for microinsurance*, en la próxima sección se detallan once indicadores claves para medir el desempeño social de un programa de microseguros.

Cabe aclarar que el enfoque principal de los mismos es la viabilidad financiera, no siendo este el objetivo principal del programa, pero si una condición necesaria para proporcionar productos de microseguros eficientes.

Para esta sección se procedió a unificar criterios con el Capítulo II (indicadores y definiciones de la SSN), de esta manera será más viable el cálculo para el caso de estudio.

Ratio de siniestros incurridos:

Indica que tan valioso es el programa para el asegurado ya que mide la prima promedio que recibe devuelta en forma de beneficios. Coincide con el cálculo de porcentaje de siniestros descrito en el capítulo anterior.

Cálculo:

$$\text{Ratio de siniestros incurridos} = \text{Siniestros netos devengados} / \text{Prima neta devengada}$$

Interpretación:

Si el valor de este ratio es demasiado alto puede deberse a problemas como: selección adversa, riesgo moral, y otros, lo que podría resultar en el colapso del programa, y así, una disminución en la protección social y financiera para las personas de menos recursos. Aun así, un valor elevado, también puede ser visto como una buena señal para los asegurados, ya que indica que están recuperando el costo pagado por su seguro.

Al contrario, si su valor es muy bajo, puede que sea debido a dificultades en la hora de hacer los reclamos, o a que el producto sea irrelevante.

Ratio de siniestros rechazados:

Representa la proporción de siniestros cuyos pagos fueron rechazados, cualquiera sea el motivo.

Cálculo:

$$\text{Ratio de siniestros rechazados} = \text{Cantidad de siniestros rechazados} / \text{Cantidad de siniestros en total}$$

Interpretación:

En este caso, si el ratio presenta un valor alto, podría interpretarse como una falta de entendimiento por parte del asegurado, probablemente, por falta de capacitación y explicación (por ejemplo: en la cobertura, período de vigencia del contrato, plazos para realizar la denuncia, condiciones preexistentes que no permite la cobertura, etc.) a la hora de emitir el seguro, o también, por problemas de fraude.

Por otro lado, si este es menor de lo esperado, cabe la posibilidad de que sea por una inadecuada gestión de los reclamos.

Ratio de renovaciones:

Es la proporción de asegurados que renueva su programa de microseguros cuando el contrato expira, indicando principalmente, que tan satisfechos están los asegurados con el servicio.

Cálculo:

$$\text{Ratio de Renovaciones} = \text{Cantidad de Renovaciones} / \text{Cantidad de Renovaciones potenciales}$$

Siendo:

- Cantidad de renovaciones potenciales igual a todos aquellos clientes que durante el periodo no dejaron de ser asegurables (por ejemplo: tuvieron un siniestro o dejaron de cumplir alguna condición preestablecida).

Interpretación:

Un alto nivel de renovaciones siempre se traduce en algo positivo, ya que es una clara señal de que las necesidades de los clientes fueron entendidas, de que los precios son los correctos, y los niveles de servicio son adecuados.

En cambio, si el ratio es bajo, puede atribuirse a lo contrario, es decir, a que no cumple con las expectativas del cliente; el vendedor del seguro no logró generar la conciencia suficiente acerca de los riesgos de no tener seguro; o bien, a que los asegurados no saben cómo funciona el proceso de renovación. Es por este último motivo que, si es posible, las renovaciones deberían hacerse de manera automática, siendo preautorizado por parte del asegurado.

Rapidez en la liquidación de siniestros:

Es una medida del tiempo que transcurre entre que sucede el siniestro hasta que el asegurado recibe el beneficio o, en caso de que se trate de un rechazo, la comunicación del mismo.

Cálculo:

Cantidad de días	Cantidad de siniestros	% total de siniestros
Menos de 8 días	—	—%
Entre 8 y 30 días	—	—%
Entre 31 y 90 días	—	—%
Mas de 90 días	—	—%
total	—	100%

Para completar el cuadro se debe seleccionar todos los siniestros ingresados durante un periodo de tiempo específico viendo la cantidad de días que transcurrieron desde que el evento ocurrió hasta que el beneficio es recibido o denegado, y agrupándolo en el grupo correspondiente.

Interpretación:

Se supone que mientras más rápido se resuelva el caso, mejor se considera el servicio. Pero algunas compañías de seguros advierten ciertos problemas externos a ellas, que hacen extender los plazos, como, por ejemplo: los clientes no poseen cuentas bancarias para poder hacer efectivo el depósito de sus beneficios; leyes que imponen a las aseguradoras solicitar documentación a los clientes que puede resultar difícil de conseguir; o no se puede encontrar al beneficiario.

Del otro lado, las demoras pueden deberse a que:

- El beneficiario no sabe cómo realizar el reclamo, ya sea porque es analfabeta o porque hay pocos canales disponibles al público para realizar el mismo.
- El proceso para realizar el reclamo es incómodo y largo, haciendo que el asegurado gaste dinero, tiempo y esfuerzo.

Desde el punto de vista social, por lo general, las personas necesitan el dinero inmediatamente después de que ocurre el siniestro, es por ello que en el caso de que existan demoras las mismas deben recurrir a préstamos, o venta de bienes productivos, u otros recursos que hacen que el propósito principal del microseguro quede obsoleto.

Ratio de Inversión Social:

Este ratio representa la cantidad de recursos implementados en información, comunicación, educación y prevención.

Cálculo:

$$\text{Ratio de Inversión Social} = \text{Inversiones Sociales} / \text{Total de Gastos}$$

Siendo:

- Inversiones Sociales igual a gastos en campañas y actividades de información, comunicación, educación y prevención.
- Total de Gastos igual a la totalidad de los gastos incurridos, incluyendo comisiones, amortizaciones y depreciaciones, costos de desarrollo de software.

Interpretación:

Grandes montos de inversión social permiten que los clientes accedan a más educación e información y, por lo tanto, tengan un mayor entendimiento del producto y de los procesos, lo que conduce a un mejor uso del microseguro.

También las campañas de prevención apuntan a disminuir el porcentaje de reclamos ya que generan conciencia en los asegurados, implicando menor desembolso de dinero para la compañía.

Ratio de Cobertura:

Es el porcentaje de población objetivo que se encuentra asegurada en el programa.

Cálculo:

$$\text{Ratio de Cobertura} = \text{Cantidad de asegurados vigente} / \text{Población target}$$

Siendo:

- Población objetivo igual a la cantidad de personas que cumplen con las condiciones que el programa persigue.

Interpretación:

Un alto ratio de cobertura refleja el grado de éxito del programa, permitiendo la sustentabilidad del mismo a largo plazo.

Ratio de pobreza alcanzada:

Este índice refleja el porcentaje de personas que se encuentran bajo la línea de pobreza del total de clientes.

Cálculo:

$$\text{Ratio de Pobreza alcanzada} = \text{Cantidad de clientes bajo la línea de pobreza} / \text{Cantidad de asegurados vigente}$$

Siendo:

Clientes bajo la línea de pobreza, aquellas personas cuyos salarios familiares no superan el umbral establecido según el lugar y condiciones en que viven.

Interpretación:

Como bien se dijo en capítulos previos, las personas de bajos recursos son más vulnerables a los riesgos a los que se encuentran expuestas. Por lo tanto, una gran proporción de clientes bajo la línea de la pobreza, indica que el producto y su distribución están diseñados para superar el difícil acceso a estos servicios por parte de los pobres.

Ratio de población rural alcanzada:

Al igual que el ratio anterior, con este índice se busca encontrar la proporción de personas rurales que se encuentran entre los asegurados.

Cálculo:

$$\text{Ratio de población rural} = \text{Cantidad de clientes viviendo en áreas rurales} / \text{Cantidad de asegurados vigente}$$

Siendo:

- Áreas rurales definidas como: lugares alejados de las ciudades y pueblos, como villas o aldeas en donde el principal medio de vida proviene de la agricultura.

Interpretación:

Uno de los mayores desafíos de la población rural es la lejanía de los lugares de contratación y pagos de seguros. Es por ello que la compañía debe demostrar “creatividad” a la hora de superar estas barreras físicas, adoptando mecanismos innovadores y alternativos de distribución y pagos. Esto también debe extenderse a los distintos procesos de la compañía como la denuncia y seguimiento de reclamos.

Ratio de quejas:

Este ratio señala que tan fácil es para los clientes poder presentar sus quejas ante la aseguradora, por lo tanto, es uno de los principales indicadores de la protección de los asegurados.

Cálculo:

$$\text{Ratio de quejas} = \text{Cantidad de quejas registradas} / \text{Cantidad de asegurados vigentes}$$

Interpretación:

Que sea fácil o no presentar una queja depende de varios factores. Desde el canal donde uno puede presentarla hasta el tiempo de demora para procesarla son factores claves que influyen directo en el número.

Por el otro lado, también se puede leer como que hay muchos asegurados con una queja para hacer, lo cual no es favorable para la compañía.

Es por ello que es importante que este ratio vaya acompañado de un análisis de qué porcentaje de las quejas fue resuelta (tanto a favor del cliente como a favor de la empresa) y en qué tiempo se resolvió con el objeto de poder mejorar la atención al público.

Ratio de transparencia en las ventas:

Para este ratio es fundamental centrarse en la información provista al cliente antes y durante la compra del microseguro. Entendiéndose que, mientras más información se proporciona, más transparente resulta la venta, y también contribuye, a el uso correcto del producto y servicios.

Cálculo:

$$\text{Ratio de transparencia en las ventas} = \text{Cantidad de asegurados que recibieron información antes y durante la venta} / \text{Cantidad de asegurados vigentes}$$

Siendo:

- Clientes que recibieron información igual a aquellas personas que expresaron conformidad en la adquisición del seguro mediante la firma de un recibo, y declarando que al momento de la venta tenía información suficiente sobre el precio, los términos, condiciones y exclusiones del contrato.

Interpretación:

Las aseguradoras deberían apuntar a que este ratio alcance el 100%, no solo prestando atención a la cantidad de información proporcionada, sino también, a la manera de comunica dicha información.

Adicionalmente, es recomendable que se haga un seguimiento continuo de los conocimientos que tienen los asegurados sobre el microseguro, por ejemplo, realizando cuestionarios periódicos a los clientes sobre los productos que poseen.

Ratio de retención de staff:

Es una medida del nivel de satisfacción de los empleados hacia la compañía.

Cálculo:

$$\text{Ratio de retención de staff} = \text{Cantidad de empleados permanentes} / \text{Cantidad promedio de empleados}$$

Siendo:

- Cantidad de empleados permanentes igual a la variación en la cantidad promedio de empleados entre un periodo y el anterior.

Interpretación:

Un alto grado de permanencia resulta de un buen trato hacia los empleados y a buenas condiciones laborales en la compañía. Este a su vez afecta positivamente al trato que reciben los clientes de parte del staff que los atiende en la aseguradora.

3. Desafíos en la aplicación de indicadores en Argentina.

Como se indicó al final del Capítulo I, los requisitos y reglamentación en Argentina para operar con microseguros, no es solo muy reciente, sino también que es breve. La mayoría de las condiciones a cumplir son de carácter cualitativo. Solo se hace mención de que los gastos de producción y explotación no deben superar el 30% de la prima, pero no indican nada acerca de verdaderos indicadores de impacto.

Aunque las métricas desarrolladas durante todo este capítulo no sean de cumplimiento obligatorio, si suponen un buen marco de referencia para verificar que los programas de microseguros implementados funcionen correctamente y vayan en dirección al fin que persiguen, después de todo, como se dijo al inicio del capítulo, todas surgen del común acuerdo de una red de expertos sobre el tema. Probablemente muchas de las compañías de seguros nacionales no lleven cuenta de este tipo de métricas actualmente.

Aun así, que la aplicación de este tipo de seguros en este país sea tan reciente, seguramente de lugar a un periodo de prueba, y así, permitirá obtener de la experiencia, los mejores indicadores aplicables a la coyuntura nacional, que puede que coincidan o no con los expuestos por en el manual publicado por ADA.

CAPITULO IV: CASO DE ESTUDIO.

1. Introducción al Caso de Estudio.

Antes de comenzar a describir el caso de estudio se harán algunas aclaraciones.

La compañía de seguros analizada no ha presentado ante la SSN los elementos técnicos-contractuales necesarios para la aprobación de microseguros dispuestos en la Resolución 12/2018 del Reglamento General de la Actividad Aseguradora, por lo que a los efectos legales y a ojos de la SSN esta compañía no opera con microseguros.

Aun así, se demostrará a lo largo de este y los siguientes capítulos, que cumple con varios de los requisitos que la SSN plantea para estos seguros, y también comparte algunas de las características que presentan las compañías de microseguros globalmente, las cuales fueron desarrolladas en el Capítulo I.

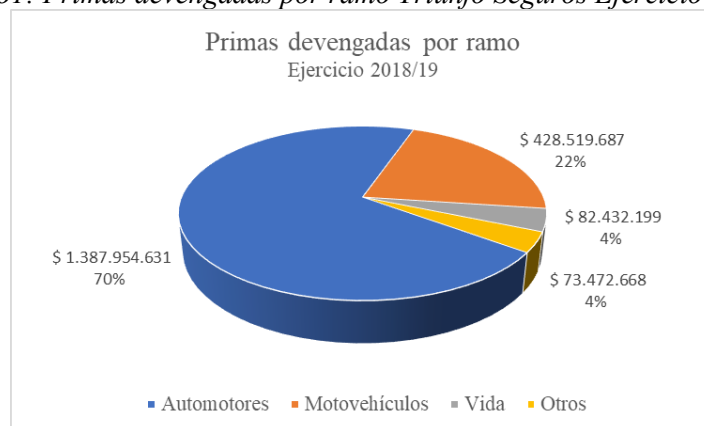
1.1. Acerca de la compañía analizada.

Triunfo Seguros es una cooperativa que está autorizada por la SSN a comercializar seguros patrimoniales y de vida. La misma nació en la provincia de Mendoza, Argentina en el año 1967, expandiéndose a lo largo y ancho del territorio argentino, contando actualmente con presencia en la mayoría de las provincias.

A inicios del año 2020, Triunfo Seguros cuenta con alrededor de 600 empleados distribuidos en una red de 51 oficinas y más de 500 puntos de ventas.

Dentro de los productos que comercializa, se encuentran los seguros de automotores, motovehículos, vida, bicicleta, hogar e integral de comercio, entre otros, logrando entre todos ellos un total de \$1.972.379.185 en primas devengadas a cierre del ejercicio 2018-2019.

Gráfico1: Primas devengadas por ramo Triunfo Seguros Ejercicio 2018/19



Fuente: elaboración propia en base a los EECC presentados a la SSN

El 92% de las primas devengadas de Triunfo Seguros se centra en los seguros patrimoniales del ramo automotores (con un 70%) y motovehículos (con un 22%), quedando en tercer lugar los seguros de vida con un 4% del total.

1.2. Misión y visión de la empresa.

Triunfo Seguros se define como una compañía con una amplia trayectoria en el mercado asegurador, dedicada a brindar seguridad y protección a las personas y su patrimonio (Triunfo Seguros, 2020).

En una entrevista personal con el Gerente de comercial de la compañía comenta:

Nos distinguimos por atender de cerca a sus clientes con criterios y productos flexibles y amplia capacidad de respuesta, pretendiendo al mismo tiempo cumplir una función social mediante acciones preventivas y educativas para la disminución de la siniestralidad, contribuyendo al desarrollo económico de sus clientes y comunidad en general.

El principal objetivo de la empresa es avanzar en una sólida proyección nacional con colaboradores capacitados y motivados, productores identificados con la compañía, y una alta dirección comprometida con el desarrollo de la compañía y procesos basados en la tecnología, que sustenten la satisfacción y fidelidad de sus clientes.

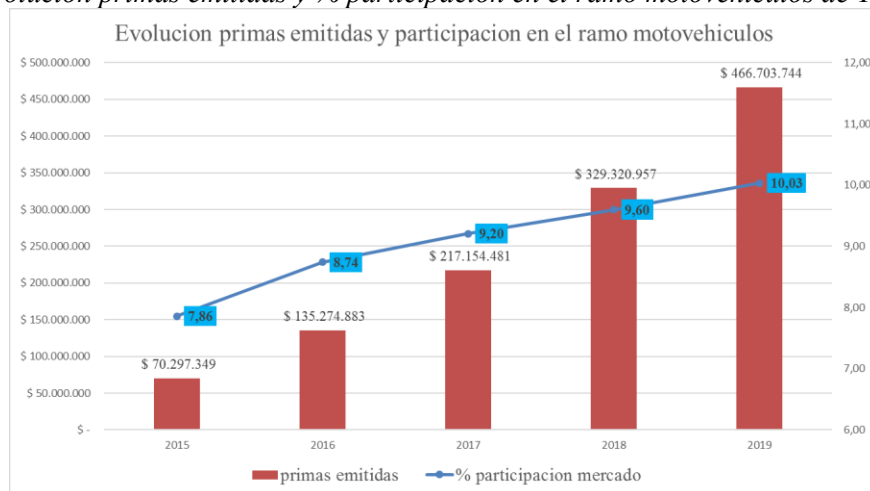
A su vez, el vicepresidente de la empresa confirmó en una nota con el diario local MDZ: "Triunfo Seguros se ha expandido por todo el país. Hoy decimos que somos una empresa nacional porque sólo nos falta estar en un par de provincias, donde llegaremos a la brevedad, con una política expansiva y atomizada... Buscamos trabajar con el interior y con el interior del interior, fundamentalmente en la venta de productos masivos" (MDZ Radio, 2017).

1.3. División Motovehículos.

En 2014 Triunfo Seguros se introdujo en el mercado de motos, siendo pionera a nivel nacional en este tipo de seguros, expandiendo su producción a todo el país y logrando una gran participación en este segmento.

Según el ranking por ramos elaborado por la revista Estrategas con información extraída de la SSN, al 30 de junio 2019, Triunfo Seguros se encuentra en la segunda posición respecto a las primas emitidas en el ramo de motovehículos, teniendo una participación el 10% en las primas emitidas totales durante el ejercicio 2018/19.

Gráfico 2: Evolución primas emitidas y % participación en el ramo motovehículos de Triunfo Seguros



Fuente: elaboración propia en base a datos extraídos de la Revista Estrategas

1.3.1. Modelo de negocio, distribución y canales de venta.

La División Motovehículos de Triunfo Seguros comercializa sus seguros de motos a través de una amplia red de concesionarios aliados, que se distribuyen todo el país. Es decir, que cada vez que una persona ingresa a comprar su moto en alguno de estos concesionarios, ya sea, personal de Triunfo Seguros o del mismo lugar de venta les ofrecerá, no solo la cobertura necesaria para circular en la vía pública con su vehículo, sino también una cobertura que cuidará los daños producidos en su moto en caso de accidente, y adicionalmente un seguro de vida que incluye accidentes personales y sepelio.

1.3.1.1. Alianza con los concesionarios de motos.

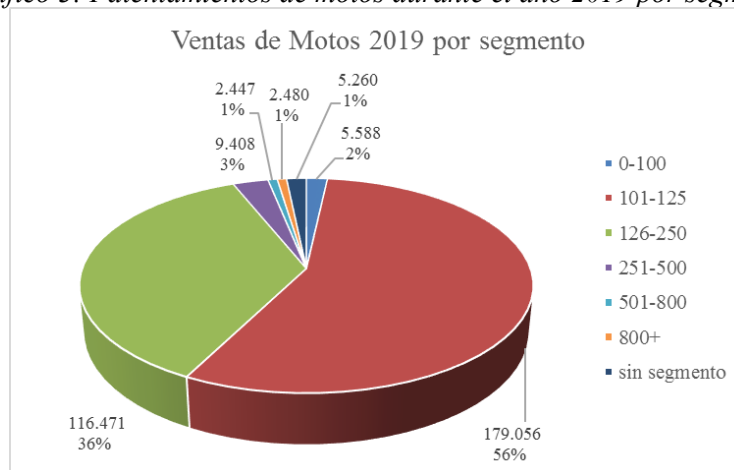
Triunfo Seguros se asocia con los concesionarios para poder vender los seguros a través de sus oficinas, dándoles a cambio una parte de la cuota pagada por el cliente. De esta manera, Triunfo Seguros acerca la oferta de sus productos a quienes lo necesitan, y el concesionario gana un extra, ya sea, participando en la gestión de comercializar el producto, o solo por “alquilar” parte de su oficina para que un asesor de Triunfo lo haga.

1.3.1.2. Algunos números para entender el negocio.

Mercado de motos:

Durante el año 2019 en Argentina se vendieron más de 320.000 motos, de las cuales más de la mitad corresponde a motos de 101 a 125 cc (ABECEB, 2020). En la actualidad, los precios de las motos de esta cilindrada van desde **\$40.000 a \$70.000 (equivalentes a de USD 635 a USD 1.111)**⁴, considerándose una de las gamas más económica del mercado, y siendo accesible para la mayoría del público. Otro factor importante por lo cual estas motos son consideradas económicas es el poco consumo de nafta que generan: solo 1,5 a 2,2 litros de nafta cada 100km.

Gráfico 3: Patentamientos de motos durante el año 2019 por segmento



Fuente: elaboración propia en base a datos extraídos de ABECEB (2020)

Del párrafo anterior podría concluirse que las motos son un medio de transporte orientado a personas que buscan recortar sus gastos. También constituyen una herramienta para trabajar o para ir al trabajo.

Siguiendo con la misma línea, si se observa la cantidad de patentamientos por provincia durante 2019, el 37% de las ventas de motos fue en el NOA y NEA (18% y 19% respectivamente), un 27% en la provincia de Buenos Aires, y un 11% en Santa Fe, sumando entre los tres el 75% de los patentamientos.

⁴ Conversión a tipo de cambio de pesos a dólar para la venta vigente al cierre del 31/12/2019. Fuente: Banco Nación.

Tabla 2: Patentamientos de motos durante el año 2019 por provincia

PROVINCIA	PATENTAMIENTOS 2019
BUENOS AIRES	87.713
CABA	17.339
CORDOBA	28.414
LA PAMPA	2.576
SANTA FE	35.872
TOTAL CENTRO	171.914
TUCUMAN	15.918
SALTA	12.238
SANTIAGO DEL ESTERO	14.121
LA RIOJA	4.509
JUJUY	5.907
CATAMARCA	3.959
TOTAL NOA	56.652
ENTRE RIOS	8.806
CHACO	21.644
CORRIENTES	12.328
FORMOSA	10.937
MISIONES	8.499
TOTAL NEA	62.214
MENDOZA	10.408
SAN JUAN	4.839
SAN LUIS	4.657
TOTAL CUYO	19.904
NEUQUEN	3.588
RIO NEGRO	3.920
SANTA CRUZ	506
CHUBUT	1.691
TIERRA DEL FUEGO	321
TOTAL SUR	10.026

Fuente: elaboración propia en base a datos extraídos de ABECEB (2020)

Observando estos datos también podría decirse que las motos tienen mayor penetración en las provincias del norte argentino, donde de manera paralela, los ingresos son más bajos que en el resto del territorio nacional.

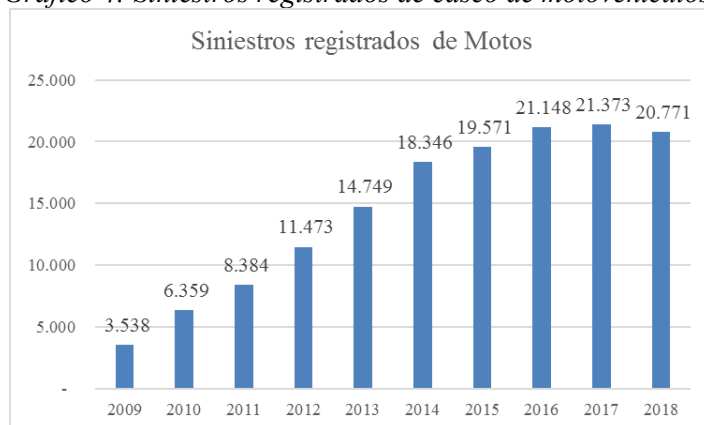
Según una nota del diario El Economista (2017), en base a datos de la consultora Muñoz y Asociados, en Argentina existen provincias cuyos PBI per cápita se asimilan a países europeos, como lo es el caso de Tierra del Fuego (US\$ 35.000), CABA y Santa Cruz (US\$ 30.000), Neuquén (US\$ 25.000) y Chubut (US\$ 20.000); mientras que del otro lado se encuentran provincias con un nivel inferior a los mencionados, concentradas en el norte del territorio nacional, como lo son Misiones, Corrientes, Formosa, Santiago del Estero y Tucumán que apenas superan un ingreso per cápita por encima de los US\$ 5.000.

Repasando lo descripto en esta sección, la gran venta de motos de baja cilindrada, y la distribución geográfica de estas ventas, concentradas en mayor parte en provincias con ingresos per cápita bajos, se puede concluir que las motos son un bien en el cual las personas de menos recursos suelen invertir, ya sea para usar como medio de transporte o como una herramienta de trabajo (ejemplo: deliverys).

Siniestros y accidentes viales en moto:

Según el informe estadístico anual sobre siniestros de casco de la SNN, en 2018 hubo 20.771 siniestros (incluye daños, robo e incendio) registrados del ramo moto vehículos.

Gráfico 4: Siniestros registrados de casco de motovehículos.

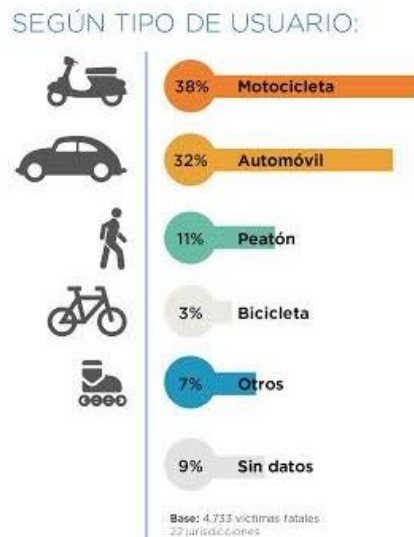


Fuente: Fuente: elaboración propia en base a datos extraídos de la SSN (2018)

Aun así, estas estadísticas solo representan aquellos siniestros que fueron denunciados en las entidades aseguradoras que operan con este ramo. Es decir, que aquellos siniestros ocurridos a gente que no goza de una cobertura de casco, no se ven reflejados en este número, ni tampoco existen estadísticas concretas que puedan determinarlo.

Por otro lado, datos del Anuario Estadístico de siniestralidad vial de la Agencia Nacional de Seguridad Vial (2017) demuestra que el 38% del total (5.420) de accidentes viales con víctimas fatales corresponde a usuarios de motos, llevándose la mayor cantidad en la categoría por tipo de usuario.

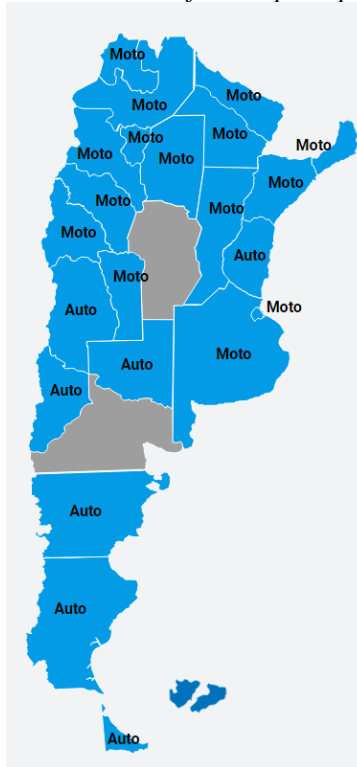
Imagen 3: Accidentes viales con víctimas fatales por tipo de usuario.



Fuente: ANSV (2017)

El informe también expone el tipo de vehículo que concentra la mayor proporción de víctimas fatales por provincia, observándose una clara diferencia entre el norte y el sur del país, donde en un caso las motos predominan los accidentes fatales y en el otro los autos, respectivamente. Esta información va de la mano con lo que se mencionó anteriormente sobre patentamientos de motos, donde el 75% se concentraba entre el NEA, NOA, Santa Fe y provincia de Buenos Aires.

Imagen 4: Accidentes viales con víctimas fatales por tipo de usuario por provincia.



Fuente: ANSV (2017)

Mercado de seguros de motos:

Triunfo Seguros fue una de las primeras compañías en “apostar” a este ramo de seguros. Si se revisa el ranking de producción histórica de seguros de motos, se puede ver como esta compañía fue abriendo camino a otros jugadores a dicho negocio.

Al cierre de ejercicio de junio 2014, solo dos compañías concentraban el 98% de las primas emitidas por el ramo motovehículo (Revista Estrategas, 2019), la primera, que poseía el 84% de la producción es la aseguradora A.T. Motovehicular, y en segundo lugar se encontraba Triunfo Seguros con una participación del 14%. Con el tiempo, más aseguradoras se fueron sumando al mercado de motos, siendo 24 a fines de septiembre 2014, luego 32 a diciembre 2014, y en la actualidad existen más de 50 empresas operando con estos seguros. Lo que ha quedado intacto a través de los años, es el liderazgo de estas dos compañías de seguros en el segmento de motos, representando entre ambas alrededor del 40% de las primas emitidas totales a cierre de cada ejercicio.

Tabla 3: % Participación en primas emitidas ramo motovehículos

	jun-14	sep-14	dic-14	jun-15	jun-16	jun-17	jun-18	jun-19
A. T. MOTOVEHICULAR	84,32	42,03	37,48	30,10	28,01	31,45	32,08	30,34
TRIUNFO SEGUROS	14,61	11,31	9,86	7,86	8,74	9,20	9,60	10,03
TOTAL AMBAS EMPRESAS	98,94	53,34	47,34	37,95	36,75	40,65	41,68	40,38

Fuente: Fuente: elaboración propia en base a datos extraídos de la Revista Estrategas

Es este aspecto podría decirse que Triunfo Seguros lleva una trayectoria en este ramo que ha ido en sintonía con el principal objetivo que la SSN pone a los microseguros: ampliar la base asegurada argentina (SSN, 2018).

2. Característica de la cartera de Triunfo Seguros.

Al cierre del ejercicio 2018-2019 la cartera de Triunfo Seguros se compone con alrededor de 800 mil pólizas, más de 670 mil clientes y 740 mil vehículos asegurados (autos y motos).

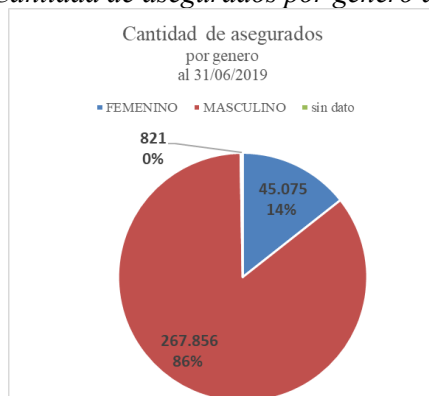
De estos números, 320 mil pólizas (40% del total de la cartera) corresponden a seguros de motos, equivalentes a 314 mil clientes (46% del total) y a 325 mil motovehículos asegurados (43% del total de vehículos), es decir, que casi hay una moto por persona asegurada. Aun así, no significa que estos clientes posean solo un contrato de seguro con la compañía, adicionalmente pueden contratar seguros para su auto y bicicleta en caso de que tengan, y no menos importante, junto con el seguro de la moto, se ofrece un seguro de vida que incluye cobertura de accidentes personales y sepelio, lo que contribuye aún más al impacto social de esta compañía (se desarrollará más sobre este punto al final de esta sección, y en la sección 4 de este capítulo).

2.1. Análisis de las personas aseguradas.

A continuación, se realizará un análisis sobre el grupo al que va destinado estos seguros, en base a los datos provistos por los mismos asegurados al momento de contratar la cobertura, o actualizaciones de datos posteriores.

De los 314.000 clientes con los que cuenta la División Motovehículos solo un 0,1% corresponde a seguros a nombre de empresas, es decir que la mayor parte de la cartera de clientes está compuesta por personas físicas. De este universo el 86% son hombres, siendo solo aproximadamente 45 mil mujeres las que componen la totalidad de clientes.

Gráfico 5: Cantidad de asegurados por género al 31/06/2019



Fuente: Elaboración propia en base a datos internos de la empresa

Siguiendo con los datos demográficos, casi el 50% de los clientes de motos tienen entre 25 y 44 años, concentrándose la mayoría en el rango etario de 25 a 34. Esto tiene sentido ya que esta clase de vehículos suele ser una buena opción para los más jóvenes quienes buscan adquirir un primer medio de transporte económico. Distinto al ramo automotores, donde la mayoría de los clientes se acumula en el rango etario de 35 a 44 (28% de los clientes de este seguro) y hay mayor porcentaje en los grupos de 55 a 64 y más de 65 (26% acumulado entre los dos rangos). Esto se puede ver como una oportunidad para introducir a los más jóvenes al mundo de los seguros y generar, a su vez, conciencia aseguradora desde temprana edad.

Tabla 4: Cantidad de asegurados por rango etario al 31/06/2019

Rango etario	Cantidad asegurados	% asegurados
18 - 24	29.082	9%
25 - 34	78.567	25%
35 - 44	68.808	22%
45 - 54	43.854	14%
55 - 64	21.642	7%
mas 65	8.021	3%
sin dato	63.778	20%
Total general	313.752	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos internos de la empresa

Pasando a los datos geográficos de estos clientes, se advierte que casi el 70% de los mismos se concentran en las provincias de Buenos Aires, Santa Fe, Córdoba, Mendoza, Chaco y Tucumán (en ese orden).

Tabla 5: Cantidad de asegurados por provincia al 31/06/2019

Provincia	cantidad asegurados	% asegurados
BUENOS AIRES	51.708	16%
SANTA FE	46.881	15%
CORDOBA	39.389	13%
CAPITAL FEDERAL	7.243	2%
LA PAMPA	4.539	1%
MENDOZA	32.188	10%
SAN LUIS	6.705	2%
SAN JUAN	5.185	2%
CHACO	23.140	7%
CORRIENTES	14.993	5%
FORMOSA	4.611	1%
MISIONES	3.915	1%
ENTRE RIOS	2.998	1%
TUCUMAN	16.628	5%
SANTIAGO DEL ESTERO	11.476	4%
SALTA	10.832	3%
CATAMARCA	6.306	2%
JUJUY	5.508	2%
LA RIOJA	2.991	1%
NEUQUEN	9.942	3%
RIO NEGRO	4.643	1%
CHUBUT	1.441	0%
SANTA CRUZ	412	0%
TIERRA DEL FUEGO	67	0%
-	11	0%
Total general	313.752	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos internos de la empresa

Si se realiza el análisis de la cartera de clientes por región, al igual que se analizaron los patentamientos de motos en la sección 1.3.1.2 de este capítulo, se llegan a las mismas conclusiones: 33% de la cartera se concentra en el norte argentino (17% en el NOA y 16% en el NEA), 16% en provincia de Buenos Aires y 15% en Santa Fe, acumulando entre los tres casi un 65% de los clientes.

2.2. Análisis de los vehículos asegurados.

Continuando con el análisis de cartera, se dará paso a explorar las motos aseguradas de esta sección, haciendo foco en: marca, modelo y segmento, suma asegurada del contrato (que da una idea del valor del vehículo), y la forma de pago que tiene el seguro.

En cuanto a la marca y modelo, como las mismas varían año a año, la cartera de motos que tiene Triunfo Seguros se clasifica en aproximadamente 3.000 tipos distintos de modelos. Es por lo que en la tabla que se expone debajo solo se tiene en cuenta en ranking top 10 de los vehículos asegurados. Estos representan solo un 30% de todas las motos que tienen seguros contratados con la compañía, pero, aun así, sirven para dar una idea de las principales marcas que componen el stock de vehículos de la compañía analizada.

Tabla 6: Cantidad de vehículos asegurados por Marca-Modelo (TOP 10) al 31/06/2019

Marca Modelo	Vehículos asegurados
HONDA WAVE	18.872
GILERA SMASH	11.653
CORVEN ENERGY	11.384
BAJAJ ROUSER	11.308
HONDA XR	9.671
HONDA CG 150	9.608
YAMAHA YBR	9.211
ZANELLA ZB	7.739
MOTOMEL B 110	6.878
YAMAHA FZ	5.525

Fuente: Elaboración propia en base a datos internos de la empresa

Como se observa en la tabla anterior, se tratan de todos modelos económicos de motos, es decir, que la cartera de la compañía apunta a segmentos bajos en la gama de motovehículos, accesibles para el público en general, y para los que menos recursos tienen.

Lo mismo se demuestra cuando se analizan las motos por cilindrada, concentrando un 92% del stock de pólizas vigentes en motos de entre 90 y 250 cc, que, como se mencionó anteriormente, corresponden a vehículos económicos (tanto en su inversión como en su mantenimiento periódico).

Tabla 7: Cantidad de vehículos asegurados por Segmento al 31/06/2019

Segmento	vehículos asegurados	% vehículos asegurados
MOTO H. 90 CC	7.372	2%
MOTOS 90-250 CC	299.725	92%
MOTOS + 250 CC	9.907	3%
sin categoria	7.167	2%
Total general	324.171	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos internos de la empresa

Siguiendo la misma línea, si se realiza la apertura por suma asegurada especificada en el contrato, coincide con lo que se viene diciendo hasta ahora: la mitad de las motos tienen valores de entre \$30.000 a \$70.000, llevando nuevamente a la misma conclusión de que se trata de vehículos dirigidos a clases sociales medias y bajas. Aun así, la suma asegurada promedio de la cartera de motos de la compañía de estudio es de \$90.500, número que se tendrá en cuenta más adelante para el cálculo promedio de cuota.

Tabla 8: Cantidad de vehículos⁵ asegurados por Suma asegurada al 31/06/2019

Rango Suma Asegurada	vehiculos asegurados	% vehiculos asegurados
hasta 30k	30.855	15%
entre 30k y 70 k	98.466	48%
entre 70k y 150k	53.885	26%
mas de 150k	20.485	10%
Total general	203.691	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos internos de la empresa

Por último, pero no menos importante, se detalla la cartera de vehículos asegurados según forma de pago. Por lo general se incentiva a los asesores de seguros que vendan los productos con una forma de pago que permita al asegurado estar al día con sus cuotas. Las tarjetas de crédito y los débitos bancarios, que representan el 71% de los medios de pago vigentes al 31 de junio de 2019, permiten a los clientes asegurarse de contar siempre con cobertura ya que siempre tendrán las primas de sus seguros pagas.

Tabla 9: Cantidad de vehículos asegurados por Forma de pago al 31/06/2019

Forma de pago	vehiculos asegurados	% vehiculos asegurados
TARJETA	167.212	52%
BANCO	61.951	19%
PLAN DE PAGO	95.008	29%
Total general	324.171	100%

Fuente: Elaboración propia en base a datos internos de la empresa

Esto también alienta a que, aquellos que vivan en zonas rurales o marginadas, no se preocupen por tener que encontrar un lugar de pago, que probablemente, dado en lugar en donde habitan, no quede cercano a su domicilio.

Por otro lado, podría decirse que la mayoría de los clientes se encuentran bancarizados, por lo tanto, pueden pagar sus seguros a través de estos medios. No resulta equivalente, pero la mayoría de las personas que se encuentran bancarizadas es debido a que tienen una fuente de ingresos “en blanco” y cuentan con un trabajo estable. Aun así, dados los recientes programas para la inclusión financiera y bancaria implementados en el país, podría decirse que estar bancarizado no significa necesariamente tener un trabajo dentro de la economía formal. El mismo ejemplo puede verse en quienes cobran alguno de los programas sociales implementados por el gobierno argentino, como la Asignación Universal por Hijo, que lo hacen mediante cuentas bancarias pero pueden que estén precarizados laboralmente.

2.3. Análisis de los seguros ofrecidos.

2.3.1. Composición de cartera por cobertura.

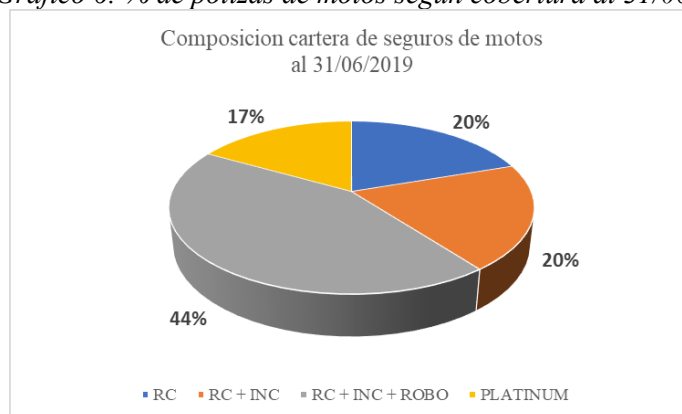
Triunfo Seguros ofrece a sus asegurados cuatro tipos distintos de coberturas para sus motos: una que solo comprende el seguro de Responsabilidad Civil obligatorio para circular sobre la vía pública, y otros tres que adicionalmente incluyen cobertura de casco (incendio, robo y daños). Todas las coberturas son totales, tanto incendio, como robo y daños, es decir, que el vehículo debe haber sufrido una pérdida del 80% del valor del mismo para ser considerado destrucción total, ya sea por fuego o por accidente, o deben haber robado la unidad en su totalidad (no solo un accesorio o rueda).

⁵ No se tienen en cuenta aquellas motos que no poseen cobertura de casco, ya que las mismos no cuentan con suma asegurada en el contrato.

En el gráfico de abajo se muestra la composición del stock de pólizas vigentes al cierre del ejercicio 2018/19. Siendo cada una de las coberturas:

- RC: Responsabilidad civil
- RC + INC: RC + Incendio Total
- RC + INC + Robo: RC + INC + Robo total
- Platinum: RC + INC + Robo + Daños totales

Gráfico 6: % de pólizas de motos según cobertura al 31/06/2019



Fuente: Elaboración propia en base a datos internos de la empresa

El 80% de los clientes cuentan con cobertura de casco, y un 61% con seguro contra robo. Es decir, que la mayoría no solo adquiere el seguro porque sea un requisito legal para circular, sino que muchos también cuidan su patrimonio ante posibles siniestros.

2.3.1. Cálculo de tarifas por cobertura.

En cuanto a las tarifas, las mismas se dividen por zona, atendiendo la probabilidad de ocurrencia de siniestros en cada una de ellas, y también, los ingresos promedios por habitante.

Las coberturas de RC y de RC + INC tienen un monto fijo para todos los valores de vehículo, es decir, que un vehículo de un valor de \$90.000 paga la misma cuota que uno de \$30.000 o de \$250.000. Mientras que para las coberturas que incluyen Robo se aplica una tasa a la suma asegurada. Estos montos fijos y tasas varían según la zona en donde se encuentre la moto.

Tabla 10: Cuota promedio⁶ por zona a enero 2020

Cobertura	Cuota promedio		
	ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3
RC	\$ 320	\$ 285	\$ 258
RC + INC	\$ 369	\$ 334	\$ 307
RC + INC + ROBO	\$ 1.007	\$ 816	\$ 686
PLATINUM	\$ 1.196	\$ 891	\$ 766

Fuente: Elaboración propia en base a datos internos de la empresa

Siendo:

- Zona 1: CABA y conurbano bonaerense (Gran Bs. As. – AMBA) Hasta Pilar, Luján y La Plata.

⁶ Para calcular la cuota promedio de las coberturas que contienen Robo, se utilizó la suma asegurada promedio de la cartera calculada en la sección 2.2. (\$90.500).

- Zona 2: Provincias de Santa Fe - Mendoza – Córdoba – San Juan – San Luis – Chubut – Tucumán – Neuquén – Santa Cruz – La Pampa – Tierra del fuego – Rio Negro y resto de la Provincia de Bs. As. (Excluido Zona I).
- Zona 3: Provincias de Jujuy – Salta – Catamarca – La Rioja – Formosa – Misiones – Corrientes – Entre Ríos – Santiago Del Estero y Chaco.

2.3.2. Seguro complementario de vida.

Trayendo nuevamente lo que se dijo al inicio de esta sección, la División Motovehículos de Triunfo Seguros no solo comercializa seguros de motos, sino que también vida es un ramo importante dentro de sus ventas, siendo siempre la “punta de lanza” para la comercialización de todos los seguros, el retiro de la moto en el concesionario.

A fines de diciembre 2019 y mirando 12 meses atrás, se descubre que en promedio cada mes, se dieron de alta 4,4 seguros de vida cada 10 seguros de motos vendidos.

Dicho seguro cubre 3 tipos de riesgos a la vez:

- **Vida:** Seguro de vida para el titular de la póliza por sumas aseguradas que van desde \$30.000 a \$500.000, y adicionalmente, se cubre la incapacidad parcial o total por accidente o enfermedad, y se otorga una indemnización extra por muerte accidental y/o por pérdidas parciales por accidentes
- **Accidentes Personales:** Asistencia médica y farmacéutica a consecuencia de un accidente, cubierto hasta la suma de \$30.000
- **Sepelio:** Gastos de sepelio para el titular del seguro por \$50.000.

Finalmente, en cuanto a tarifas se trata, el valor de la cuota de estos seguros es bastante bajo. Aunque también dependa de la suma asegurada elegida para la cobertura de vida, el 90% de los seguros que se vendieron en el periodo enero 2019 a diciembre 2019 fue con una suma de \$30.000, siendo la cuota mensual promedio durante ese año de \$75.

3. Costos, gestión y rentabilidad del negocio.

Utilizando los indicadores desarrollados en el Capítulo II, a continuación, se realizará un análisis de los números del negocio de motos de Triunfo Seguros, comparándolos con:

- Ramo automotores de la misma compañía.
- Total de la misma compañía.
- Compañía comparable (con similar estructura)⁷.
- Total de compañías de seguros patrimoniales y mixtas.
- Total de mercado (que además de patrimoniales y mixtas incluye riesgos de trabajo, seguros de vida, de retiro y transporte público de pasajeros).

Todos los indicadores son calculados al cierre de balance junio 2019 extraídos de la SSN. En el Anexo I se pueden observar los números en detalle.

3.1. Indicadores de costos.

Si se observan los indicadores de costos la División Motovehículos de Triunfo Seguros presenta las siguientes conclusiones:

⁷ Para la compañía comparable se eligió la aseguradora Cooperación Mutual Patronal ya que opera en los mismos ramos que la empresa del caso de estudio, y presentan números similares de producción de acuerdo a los EECC 2018/19 presentados a la SSN.

Tabla 11: Indicadores de costos Ejercicio 2018/19

	ramo motovehículos TS	ramo automotores TS	Total Triunfo Seguros	compañía comparable	empresas patrimoniales y mixtas	total mercado
% Gastos de explotación	13%	38%	32%	34%	24%	22%
% Gastos de producción	40%	35%	38%	21%	21%	17%
% Gastos total	53%	73%	70%	56%	43%	37%

Fuente: elaboración propia en base a los EECC presentados a la SSN

- Respecto de los gastos de explotación, su porcentaje sobre primas emitidas es el más bajo comparado con el resto de los puntos analizados. Es decir, que todos aquellos gastos que no tienen que ver con el pago de comisiones por ventas, representan solo un 12% de los ingresos de este ramo, presentando una mayor carga para el ramo automotores y para la compañía en su totalidad.
- En cuanto a gastos de producción, se observa que el indicador es el más alto del resto de los comparables. Esto indica que los gastos que dependen de las ventas (ejemplo: comisiones ganadas por el equipo comercial) son un 40% del importe que ingresa por las mismas. En cambio, en el ramo automotores y el total de la compañía ese porcentaje es ligeramente menor, siendo 35% y 8% respectivamente. Si se lo compara con el resto del mercado, la diferencia es aún mayor siendo la mitad de lo que representa para el ramo motovehículos en Triunfo Seguros.
- Finalmente se expone el porcentaje de gastos totales, que para la División Motovehículos es menor que para el ramo automotores, el total de la compañía y la compañía comparable, representando un 53% de las primas emitidas, y siendo mayor que el total del mercado asegurador, y de las compañías patrimoniales y mixtas.

En conclusión, en esta división tienen un gran peso de gastos variables que van atados a las ventas, mientras que los gastos que se mantienen más o menos fijos en el tiempo (que no dependen en gran medida de las ventas) representan una pequeña parte de las primas emitidas. Esto tiene lógica cuando se piensa en el modelo de negocios que, en lugar de pagar una renta fija de alquiler, se pagan parte de las cuotas de los seguros dados de alta a la red de concesionarios.

2.2. Indicadores de gestión.

La siniestralidad es un indicador propio de las compañías de seguro, permitiendo saber cómo va la gestión de su negocio. Se trata de la principal fuente de egresos que tiene la misma, por ello es fundamental analizarlo.

El porcentaje de siniestros de una aseguradora dice mucho acerca de cómo está compuesta su cartera de clientes. Por ejemplo: si geográficamente la cartera se concentra donde más siniestros ocurren, mayor será el porcentaje de los mismos sobre las primas devengadas. Como se mencionó en el Capítulo III este indicador también mide el impacto social del seguro, pero en esta sección se hará hincapié el costo que representa, más que enfocarse en el cliente promedio.

Tabla 12: Indicadores de gestión Ejercicio 2018/19

	ramo motovehículos TS	ramo automotores TS	Total Triunfo Seguros	compañía comparable	empresas patrimoniales y mixtas	total mercado
% siniestros	101%	102%	97%	72%	62%	84%

Fuente: elaboración propia en base a los EECC presentados a la SSN

Un 101% de las primas devengadas en el ramo moto vehículos de Triunfo Seguros se van en pago de siniestros, es decir, que egresa más dinero del que ingresa. Para el ramo automotores el comportamiento es

igual, pero para el total de la compañía este número disminuye, pudiéndose deber a una menor siniestralidad en el resto de los ramos con los que opera la empresa.

Comparando con el resto del mercado, Triunfo Seguros tiene una mayor siniestralidad, superando por 25 puntos a la empresa comparable, por 35 puntos al resto de las empresas patrimoniales y mixtas, y por 13 puntos al total del mercado.

3.3. Indicadores de rentabilidad.

3.3.1. Resultado Operativo.

Con respecto a los resultados que genera el negocio en sí (sin tener en cuenta resultados financieros ni operaciones extraordinarias) se observa lo siguiente:

Tabla 13: Indicadores de rentabilidad Ejercicio 2018/19

	ramo motovehículos TS	ramo automotores TS	Total Triunfo Seguros	compañía comparable	empresas patrimoniales y mixtas	total mercado
Resultado técnico seg directos / primas devengadas	-59%	-76%	-71%	-30%	-14%	-37%
Resultado técnico / primas devengadas	-59%	-76%	-71%	-26%	-14%	-28%

Fuente: elaboración propia en base a los EECC presentados a la SSN

En Triunfo Seguros, tanto en los dos ramos analizados, como en el total de la compañía, el resultado técnico de seguros directos como el resultado técnico total presentan el mismo porcentaje respecto de las primas devengadas. Esto se debe a que los resultados generados a cargo del reaseguro son mínimos, y es por ello que ambos resultados son similares.

Si se compara el sector de motovehículos con el de automotores y el total de la compañía puede concluirse que, aunque los resultados sean negativos, el resultado operativo mejora para este sector, representando las pérdidas un 59% de las primas que se devengan, comparado con un 76% y un 71% para autos y total de Triunfo Seguros, respectivamente.

En el análisis comparativo con la compañía comparable, total de empresas patrimoniales y mixtas y total de mercado, se tomará en cuenta solo el resultado técnico, que representa la rentabilidad operativa total de una aseguradora, variando con el del seguro directo principalmente por el peso que está a cargo del reaseguro.

Aquí se ve claramente que las pérdidas de estos tres grupos de comparación son menores a las de Triunfo Seguros respecto de las primas devengadas por cada uno de ellos, siendo 26% para la compañía comparable, 14% para las aseguradoras que operan con ramos patrimoniales y mixtos, y 28% para el total del mercado asegurador argentino. Esto sigue la lógica que se venía presentando en los dos análisis anteriores (de costos y de gestión), donde Triunfo Seguros genera mayores egresos relativos por gastos y siniestros que el del resto de los jugadores analizados.

3.3.2. Resultado Total.

Como se pudo apreciar en la sección anterior, todos los ítems analizados presentan resultados operativos negativos, es decir, que las empresas de seguro generalmente operan con pérdidas.

El verdadero negocio de estas se encuentra en la diferencia de días entre que se reciben los ingresos, es decir, el pago de primas periódicas -principalmente mensuales- por parte de los asegurados, y que la empresa debe afrontar sus pagos, mayormente proveniente de siniestros que suceden unas pocas veces por año. Esto permite a las compañías aseguradoras invertir el dinero recibido y obtener una ganancia financiera a cambio.

Del resultado del ejercicio surge el análisis de los cuatro indicadores que se detallan a continuación. Para el caso de Triunfo Seguros, no se pudo realizar la separación por ramos que se venía haciendo hasta esta sección ya que el resultado financiero es total de la compañía (no se distingue por ramos).

Otro punto para aclarar aquí es que tanto Triunfo Seguros como la compañía comparable son cooperativas, por lo tanto no pagan impuesto a las ganancias, entonces su resultado del ejercicio no se le resta este tipo de impuesto como si sucede con otras empresas patrimoniales y mixtas y del total del mercado asegurador que contienen sociedades anónimas y sucursales de entidades extranjeras en su composición.

Tabla 14: Indicadores de rentabilidad Ejercicio 2018/19

	Total Triunfo Seguros	compañía comparable	empresas patrimoniales y mixtas	total mercado
rdo ejercicio / primas devengadas	0,034%	2%	15%	15%
ROE	0,026%	3%	26%	25%
ROA	0,014%	1%	8%	6%
ROS	0,032%	2%	12%	11%

Fuente: elaboración propia en base a los EECC presentados a la SSN

Las conclusiones de este apartado varían con respecto al resultado operativo en cuanto a cómo administra su dinero cada uno de los jugadores analizados. En otras palabras, en qué activos invierte el dinero disponible cada compañía. Estas decisiones de inversión pueden variar con la coyuntura del país.

Por ejemplo, si se comparan los indicadores de Triunfo Seguros con el de la empresa comparable, la principal diferencia radica en el resultado del ejercicio ya que sus primas devengadas, activo, patrimonio neto y primas emitidas son similares (ver Anexo I). La diferencia entre el resultado del ejercicio de Triunfo Seguros y su comparable es del orden del 5410%, a favor de la empresa comparable. Esto se debe, no solo a un mejor resultado técnico por parte de la comparable (56% más que el resultado de la empresa del caso de estudio), sino también por un mayor resultado financiero (181% mayor que el de Triunfo Seguros).

Entonces, para finalizar esta sección, se concluye que la mayor diferencia en estos cuatro últimos indicadores de rentabilidad no tiene demasiada relación con el tipo de negocio y/o producto y/o segmento al que se dirige, sino más bien con la administración de la cartera de inversiones de cada empresa. Es por lo que, a fines prácticos del trabajo, no se hondara mucho más en estos números. Sin embargo, se desarrollará más sobre el tema de inversiones en los indicadores de impacto, poniendo énfasis en aquellas que realiza la compañía analizada y que generan impacto social, tal y como se vio en el Capítulo III.

3.4. Conclusiones del análisis de rentabilidad.

Para finalizar el análisis sobre los indicadores de costos, gestión y rentabilidad de la División Motovehículos de Triunfo Seguros, a continuación, se listan algunos puntos a resaltar:

- En cuanto a los indicadores de gastos, se puede decir que este negocio de microseguros es relativamente más barato que el resto de los jugadores analizados. En otras palabras, los costos que hacen que esta división funcione son bajos a comparación del ramo automotores, al total de compañía y a la empresa comparable – y no tan lejanos a los del total de empresas patrimoniales y mixtas y al total del mercado. Desde este enfoque, el modelo de distribución no necesita demasiada inversión en publicidad y propaganda, ya que funciona buscando la demanda en los concesionarios de motos, que es de donde surge la necesidad misma de tener un seguro en primera instancia.

- Con respecto a la siniestralidad, el caso analizado si se ubica por encima del resto – excepto del ramo automotores de la misma compañía. Pero podría considerarse lógico por los datos expuestos en la sección 1.3.1.2. en donde se presenta que los usuarios de motos tienden a tener más accidentes en la vía pública. Otras compañías podrían ver este riesgo mitigado por el resto de los ramos con los que operan; esto puede verse claramente cuando se analiza a Triunfo Seguros en su totalidad, se nota como el indicador baja de 101% solo el ramo motovehículos a 97% teniendo en cuenta todos los ramos. También esto está altamente correlacionado con la composición geográfica de la cartera (se desarrollará más sobre este punto en la próxima sección: Impacto social del negocio).
- Por último, viendo el resultado final del ejercicio, las conclusiones siguen la línea del primer punto: dentro de la compañía analizada, la División Motovehículos logra menores pérdidas operativas respecto a sus primas devengadas que lo que da el ramo automotores y el total de la compañía. Aun así, comparándolo con el resto, no es tan buena la performance que tiene en este sentido.

Podría decirse entonces que la rentabilidad del negocio es consistente con el servicio que se presta a la comunidad, y va en línea general con los números del resto de la empresa. La mayor diferencia que se observa con el mercado en general es en el porcentaje de siniestralidad, pero se verá en la próxima sección que esto puede ser un buen indicador respecto al impacto social que genera la misma.

4. Impacto social del negocio.

Para esta última sección, se utilizarán dos tipos de criterios para realizar el análisis sobre el impacto social que causa la compañía estudiada. En una primera parte se utilizarán aquellas métricas explicadas en el Capítulo III aplicadas al caso de estudio, y en una segunda parte se dará una visión particular de por qué este negocio se considera de microseguros, citando algunos de los puntos que se fueron desarrollando a lo largo de todo el trabajo y dando una pequeña interpretación personal del mismo.

4.1. Métricas IRIS aplicadas al caso de estudio.

A continuación se analizará en términos cuantitativos el impacto que genera el negocio de motos en la sociedad.

Desafortunadamente hay muchos de los indicadores que se describieron en el Capítulo III que no son aplicables al caso de estudio ya que la compañía no lleva cuenta de algunas métricas, por lo tanto no se verán expuestas en esta sección. Como bien se dijo al final de dicho capítulo, la poca regulación e información que hay sobre el tema de microseguros en Argentina no proporciona incentivos a las aseguradoras para que comiencen a trabajar con estos números, y esto a su vez presenta un desafío para la investigación nacional de seguros de impacto.

También puede haber algunas mediciones que la empresa simplemente no prefiera implementar por falta de incentivos propios, como por ejemplo, el ratio de rapidez en la liquidación de siniestros. En el punto anterior se mencionó que la verdadera ganancia proviene del dinero invertido por la diferencia de días entre que se reciben los ingresos y se realizan los pagos, esto hace que no sea del todo deseable analizar qué tan rápido se liquidan los siniestros.

Volviendo al tema de investigación, estos son los resultados a los que se pudo llegar:

Ratio de siniestros incurridos:

Trayendo nuevamente el cálculo realizado para el análisis de gestión, la División Motovehículos y Triunfo Seguros en general, tienen índices de siniestralidad del 101% y 97% respectivamente, dando significativamente mayor a los comparables utilizados en dicha sección.

Desde el punto de vista negativo, este alto índice de siniestralidad es muy poco probable que este atado a problemas de selección adversa o riesgo moral, ya que el modelo de distribución que utiliza esta compañía para vender los seguros va dirigido mayormente a motos 0km que recién salen del concesionario, por lo tanto es difícil que se trate de una unidad ya siniestrada. Lo que si puede influir es la prudencia con la que conduce el usuario del vehículo, lo cual se podría controlar con un programa de tarifas con scoring, pero allí perdería el sentido el microseguro ya que restringiría la base de asegurados.

Mirándolo positivamente, si el índice fuera muy bajo podría verse como un síntoma de que el producto no es de utilidad para los asegurados.

Lo que hace que este ratio sea tan alto, probablemente se deba a como está distribuida la cartera de seguros geográficamente. Las provincias en donde esta compañía concentra más seguros, es donde más accidentes viales con víctimas fatales suceden y donde más siniestros de cascos hay.

Gráfico 7: Cantidad de víctimas fatales en accidentes de tránsito por provincia



Fuente: ANSV (2017)

Tabla 15: Cantidad de siniestros de casco por provincia.

Provincia	siniestros de casco 2018
Buenos Aires	796.061
Capital Federal	278.309
Santa Fe	161.427
Córdoba	140.176
Mendoza	63.393
Neuquén	43.397
Chubut	34.844
Entre Ríos	34.555
Río Negro	32.688
Tucumán	20.611
Tierra del Fuego	14.770
Chaco	12.817
Santa Cruz	11.662
Salta	11.427
Misiones	11.083
Corrientes	10.383
La Pampa	8.839
San Juan	8.183
San Luis	8.172
Santiago del Estero	7.117
Jujuy	6.024
Formosa	5.230
Catamarca	2.740
La Rioja	1.989
Total	1.725.897

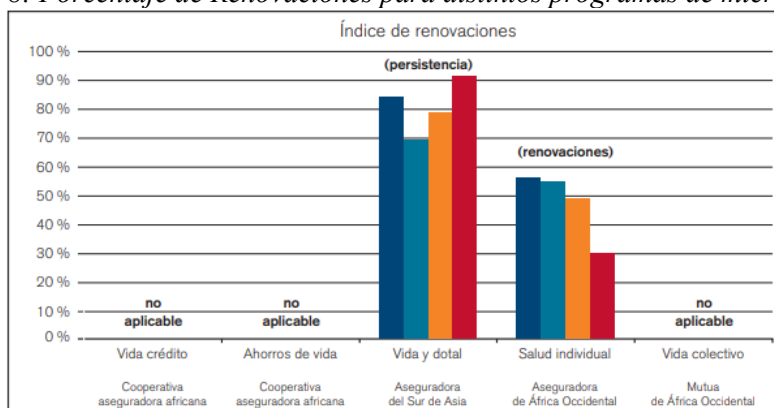
Fuente: SSN (2018)

Ratio de renovaciones:

La cartera vigente de la División Motovehículos de Triunfo Seguros al 31/12/2018 era de 351.202 pólizas de moto. Como la vigencia de cada póliza es de un año, esto implica que durante el 2019 la cantidad de renovaciones potenciales fue igual a este número. Luego, si se observan las renovaciones efectivamente cursadas del 1 de enero al 31 de diciembre de 2019, las mismas se acumulan en 253.324, de esto resulta un ratio de renovación del 72% para este año.

Según los casos de compañías que se presentan en el manual Indicadores de Desempeño en Microseguros (ADA, 2012), aproximadamente el porcentaje de renovaciones para los productos de Vida y dotal (herencia) rondan entre los 70 y 90%, mientras que Salud Individual va entre 30 y 55% aproximadamente.

Gráfico 8: Porcentaje de Renovaciones para distintos programas de microseguros.



Fuente: ADA (2012)

Entonces, según estos parámetros, aunque no se traten de la misma rama de seguros, podría decirse que el porcentaje de renovación de seguros de motos para Triunfo Seguros es bastante alto, lo que puede implicar que las personas que adquirieron el producto están conformes con este servicio.

Ratio de inversión social:

Triunfo Seguros realiza constantemente acciones para promover el desarrollo de la comunidad. Entre estas se pueden mencionar:

- Programa ventajas de permanecer en la escuela junto a la Fundación Junior Achievement.
- Reciclaje de papal junto a la fundación FONBEC.
- Donaciones para el día del niño a la escuela Nro. 2-017 “Cnel. Tomás Espora” de Mendoza.

A su vez se realizan donaciones de manera activa a distintas fundaciones como: La Casa de Ronald McDonald's, Fundavita, Fundación Mediterránea, Fundación Zaldivar, entre otras. Esto llevó a un total de donaciones durante el ejercicio 2018/19 de \$1.017.089 (para más detalle ver Anexo II), lo que representa un 0,07% de los gastos totales, siendo un 0,15% de los gastos de explotación y un 0,13% de los gastos de producción.

Sin embargo, en el manual publicado por ADA no se expone un valor de referencia acerca de este ratio, y tampoco se puede realizar una comparación con otras compañías ya que es información privada de cada empresa. Por lo tanto, no se puede concluir si este valor está acorde a los parámetros de empresas microseguros o no.

4.2. Otros factores que indican impacto.

Como se desarrolló a lo largo del trabajo hay varias características que indican si una compañía cumple las condiciones necesarias para considerarse como generadora de impacto social. A continuación se listarán algunos de estos puntos enfocados al caso de estudio de este trabajo.

4.2.1. Costos sociales de siniestralidad vial (Capítulo I, sección 3.4.1).

Bajo este criterio se podría decir que todas las compañías de seguro, en general, cumplen un rol social, al permitir a las personas cubrirse ante ciertos eventos que puedan ocurrir en el futuro, y de cierta forma poder mitigar sus riesgos.

En el caso de los seguros de motos que ofrece Triunfo Seguros, al igual que los que comercializan sus competidores, permiten morigerar la carga de los costos ligados a **daños a la propiedad y costos administrativos** (dos costos de los cinco que se mencionan en el Capítulo I), ya que no solo la compañía se hace responsable de las pérdidas sufridas por el asegurado, sino también la cobertura de Responsabilidad Civil permite hacer frente a los daños y perjuicios producidos a terceros, por lo que los clientes no deberán afrontar pagos por estos conceptos. Adicionalmente, los seguros suelen incluir cláusulas de asistencia legal y jurídica, lo cual se puede ver como una ayuda para paliar los costos administrativos que se producen potencialmente en un siniestro.

Pero ¿qué sucede con el resto de los costos mencionados en esta sección? los cuales influyen directamente en la vida cotidiana de las personas. Y ¿Qué hace que la compañía de estudio sea diferente al resto y sea considerada de impacto?

4.2.1.1 El rol de los seguros de vida.

En la sección 1.3.1.2 del capítulo anterior, se explicó la importancia que tiene la compañía de estudio en el mercado de seguros de motos, no solo siendo pionera en la comercialización de este ramo, sino también concentrando - junto con ATM - el 40% de las primas emitidas al cierre de junio 2019 - siendo un 10% correspondiente a Triunfo Seguros.

La diferencia entre la empresa analizada y su competidora número uno, es que Triunfo Seguros es una aseguradora multiramica, es decir, que no solo opera en el ramo de los seguro de motos, mientras que A. T. Motovehicular solo trabaja con este producto.

Entonces, ambas empresas entraron a un nicho del mercado de seguros nuevo y se convirtieron líderes del segmento, permitiendo a miles de personas acceder a un seguro que cubriera sus pérdidas patrimoniales, pero en este sentido, Triunfo Seguros al ser multiramica, pudo ir un paso más adelante, ofreciendo, no solo seguros de RC y casco a sus compradores, sino también seguros de vida. Y es aquí donde entran en juego los **costos médicos, por perdida de productividad y humanos** que los siniestros viales producen.

4.2.2. Tarifas acordes al segmento dirigido.

Hasta aquí, ya se analizaron: los productos ofrecidos; los costos sociales que permiten mitigar; y la principal diferencia con el otro jugador más importante de este mercado. Por otro lado, se exploró la cartera de clientes – y potenciales clientes - que adquieren seguros de motos, pudiendo de esta manera ver a que segmento de la sociedad se está dirigiendo. Por último, quedaría comprobar que las condiciones tarifarias que esta empresa hace llegar a sus clientes cumplan las condiciones mencionadas en el Capítulo I, las cuales de detallaran a continuación:

Tarifa como % del PBI per cápita: según el cuadro de tarifas que figura en la sección 3.1. del Capítulo I, las primas anuales máximas para los seguros patrimoniales no deben superar el 1% de PBI per cápita.

En base a datos de Banco Mundial (2018) el PBI per cápita en Argentina durante el año 2018 fue de USD 11.684, lo que, si se multiplica por el tipo de cambio oficial (cotización Banco Nación para la venta) al último día hábil de diciembre 2018 equivale a (\$38,6 x USD 11.684) \$451.002, siendo el 1%, igual a \$4.510.

Si a este número se lo divide por 12 meses, se obtiene que la cuota mensual máxima no debe superar los \$375.

Tabla 16: Cuota promedio año 2019 por cobertura

Cobertura	Cuota prom 2019
RC	\$ 227
RC + INC	\$ 244
RC + INC + ROBO	\$ 673
PLATINUM	\$ 811
TOTAL POLIZAS	\$ 487

Fuente: Elaboración propia en base a datos internos de la empresa

Entonces si se toma este valor como referencia para las cuotas promedio del año 2019 vemos que las dos coberturas básicas están dentro de este criterio, mientras que las que incluyen Robo están por encima de este valor. Esto es lógico ya que estas últimas dos dependen también de la suma asegurada del vehículo, por lo que en una economía inflacionaria como la de Argentina, es difícil plantear un valor medio para las cuotas, que tenga a su vez una mínima desviación estándar.

Tarifa como 2% del SMVM: Siguiendo con una línea distinta, si se aplicara el cálculo que va atado al salario mínimo en Argentina, y en base a la última actualización en octubre de 2019 que lo estableció en \$16.875, el costo mensual de la prima no debería superar los \$338.

En este caso, según los datos de las cuotas promedios de Triunfo Seguros a inicio de 2020 expuestos en la sección 2.3.1. del capítulo IV, las coberturas de RC y RC + INC cumplirían con esta condición, no así las que incluyen Robo que se encuentran todas por encima del valor umbral. Aquí la conclusión sería la misma que el punto anterior: se hace difícil construir una referencia anual promedio, por el nivel de inflación mensual que acarrea el país.

Condiciones de la SSN según resolución 126: A pesar de las conclusiones alcanzadas en los dos puntos anteriores, como se desarrolló en el Capítulo II, la SSN en Argentina pone condiciones para el cálculo tarifas. Se analizará cuales de estas condiciones son llevadas a cabo por la aseguradora estudiada:

- **Primas proporcionales al perfil de riesgo asegurado y a su poder adquisitivo:** Anteriormente se aclaró como fija Triunfo Seguros su esquema de tarifas. En base a zonas de riesgos establece montos fijos para las coberturas simples y aplica una tasa a las sumas aseguradas para coberturas con Robo. Estos montos fijos y tasas contemplan, no solo el nivel de siniestralidad, sino también ingresos per cápita por provincia. Trayendo nuevamente a colación la nota del diario El Economista (2017), todas las provincias que aquí se identifican como de ingresos menores al del resto, forman parte de la zona tarifaria 3 – a excepción de Tucumán, que por su nivel de siniestralidad se la ubica en la zona 2. Nuevamente, esto no se trata solo de impacto, sino también de que los números cierren.
- **Gastos de producción y explotación que no excedan el 30% de la prima:** Para comprobar este punto solo basta con hacer un cálculo muy sencillo: sumar los gastos de explotación y producción incurridos durante el ejercicio 2018/2019, que equivalen a \$247.867.826 (ver anexo I) y dividirlo por el total de las pólizas en stock de este ramo al 31/06/2019 (320.000) lo que da igual a \$774, dividido 12 meses es \$64 mensuales. Ahora, si se calcula el 30% de cada una de las cuotas promedios establecidas a enero 2020, se obtienen los siguientes resultados:

Tabla 17: 30% del valor de la cuota promedio a enero 2020 por cobertura y zona

	30% de cuota promedio		
Cobertura	ZONA 1	ZONA 2	ZONA 3
RC	\$ 96	\$ 86	\$ 77
RC + INC	\$ 111	\$ 100	\$ 92
RC + INC + ROBO	\$ 302	\$ 245	\$ 206
PLATINUM	\$ 359	\$ 267	\$ 230

Fuente: Elaboración propia en base a datos internos de la empresa

Para ninguna de las coberturas ni zonas estos \$64 representan más del 30% de su valor. Entonces, en este aspecto Triunfo Seguros cumple con el cálculo de tarifas requisito de la SSN.

4.3. Conclusiones del análisis de impacto.

Después de toda la información desarrollada sobre las características de esta compañía, a continuación, se listarán los puntos más importantes, y por los cuales se concluye que esta aseguradora genera impacto social:

Usabilidad y niveles de satisfacción del servicio: Una de las características que se mencionaron sobre los microseguros es que no solo se debe dar acceso al producto, sino también es clave un buen entendimiento por parte del asegurado de lo que está adquiriendo para poder hacer un uso correcto del mismo.

En este punto, el ratio de siniestralidad y de renovaciones reflejan que la compañía responde mitigando los riesgos de sus clientes, y los mismos, a su vez, están satisfechos con esta respuesta por lo que la mayoría decide renovar sus contratos una vez finalizado el periodo de vigencia.

Fácil acceso: El canal de distribución de esta división hace que se distinga del resto. Aunque muchas empresas están incursionando en este modelo de negocios, Triunfo Seguros apareció como pionera en el año 2014, y en la actualidad ocupa el segundo lugar del ranking, con un 10% del total de primas emitidas en este ramo. La presencia en los concesionarios de motos permite que los clientes puedan realizar dos gestiones al mismo tiempo: la compra de su vehículo más la adquisición, no solo de un seguro para el mismo, sino también otros seguros que le serán de utilidad para cubrir otros bienes y/o su propia vida.

Ampliación de la base asegurativa: Como bien se mencionó en capítulos anteriores, uno de los objetivos principales de la SSN para los microseguros es aumentar la cantidad de personas aseguradas.

En este aspecto Triunfo Seguros contribuye desde dos puntos distintos a este fin. El primero resulta del rango etario de asegurados que contiene su cartera, los cuales la mayoría van de 25 a 34 años. De esta manera muchos jóvenes que por ahí van en busca de un primer bien propio, terminan adquiriendo también un primer seguro. El segundo se puede ver en el timing en que Triunfo Seguros salió al mercado de este tipo de productos. Al ser, junto con A.T.Motovehicular, unas de las primeras compañías en comercializar este ramo, incluyeron a todo un segmento de personas que antes no formaban parte del mercado asegurador.

Cobertura de costos sociales: Este es el punto el cual hace que Triunfo Seguros se diferencie de la compañía mencionada en el ítem anterior, ya que no solo mitiga los costos de propiedad y administrativos asociados a un siniestro, sino que también alcanza a cubrir costos médicos, por pérdida de productividad y humanos, debido a su seguro de vida que contempla, entre otras cosas, el fallecimiento del titular, que en caso de que sea el sostén de familia da un soporte a sus familiares; y coberturas por incapacidad, asistencia médica y farmacéutica en caso de accidente.

Tarifas adecuadas: Aunque las bases tarifarias de la División de Motovehículos de Triunfo Seguros no sigan los criterios establecidos por el conceso internacional (como que es el 1% de PBI per cápita o el 2% del SMVM), si cumple con las condiciones que la SSN fija para este tipo de seguros, ya que aplica un criterio el cual discrimina y contempla los ingresos per cápita por región, beneficiando a aquellas provincias con menos recursos, y también, el requisito de que los gastos por explotación y producción contabilizados individualmente por póliza no superen el 30% del valor de la cuota.

CONCLUSIONES.

Una de las primeras conclusiones que se pueden vislumbrar del review realizado sobre microseguros y medición de impacto, es que aún queda muchos criterios que unificar a nivel internacional, y particularmente en Argentina se deberían reforzar la reglamentación y requisitos que rigen actualmente, especificando con más detalle algunos conceptos, como por ejemplo, el cálculo de tarifas. También sería conveniente que la SSN adopte alguna de las métricas desarrolladas por ADA y MicroInsurance Network para así poder detectar fácilmente si la empresa contribuye a no a fines sociales. O bien podría desarrollar y proponer otros indicadores que vayan más acorde con la coyuntura local.

Ahora, si se ven a las conclusiones acerca del caso de estudio, se podría decir que, económica y financieramente, la División Motovehículos de esta empresa genera resultados operativos que están acorde a la distribución de su cartera de clientes. Aunque se cree que podrían alcanzar mejores valores, de acuerdo con los datos de su empresa comparable y el resto del mercado, la misma opera con niveles de ingresos y gastos razonables.

Por otro lado, y haciendo hincapié en la parte social, aunque Triunfo Seguros no esté registrada en la SSN como una aseguradora que produce microseguros, existen muchos puntos que evidencian el impacto social y la inclusión financiera que la misma genera. Aun así, hay varios ítems en los que la compañía debería reforzar su compromiso social, como por ejemplo, una mayor inversión en políticas sociales que capaciten al público en general sobre la importancia de estar asegurado, y/o en acciones preventivas que reduzcan la cantidad de accidentes viales en las provincias donde con más frecuencia ocurren (que coincide con las provincias con mayor cantidad de asegurados que tiene la empresa). Otro desafío que se le presenta es la falta de algunas métricas claves para la construcción de indicadores de impacto, como por ejemplo, cantidad de días que se demora en liquidar siniestros, o índices de respuestas de reclamos o quejas, que dan idea de la eficiencia en la atención al público.

Para finalizar este trabajo, se puede responder el interrogante que se planteó al inicio: ¿un modelo de negocios puede generar impacto social y a su vez ser rentable? En base a lo estudiado en esta investigación, se concluye que la empresa bajo análisis cumple ambos requisitos.

ANEXO I.

Tabla 18: Datos para el cálculo de indicadores de costos, gestión y rentabilidad.

	ramo motovehículos TS	ramo automotores TS	Total Triunfo Seguros	compañía comparable	empresas patrimoniales y mixtas	total mercado
primas emitidas	\$ 466.703.744	\$ 1.405.895.658	\$ 2.090.868.671	\$ 2.421.030.690	\$ 320.557.234.595	\$ 448.299.469.363
primas devengadas	\$ 428.519.687	\$ 1.387.954.631	\$ 1.972.379.185	\$ 2.314.079.831	\$ 261.327.479.447	\$ 337.795.867.256
gastos de explotación	\$ 62.762.449	\$ 535.582.177	\$ 669.767.506	\$ 831.169.029	\$ 76.439.507.984	\$ 99.066.673.176
gastos de producción	\$ 185.105.377	\$ 492.015.674	\$ 793.018.387	\$ 520.246.863	\$ 67.002.091.498	\$ 75.300.079.396
gastos a/c reasegurador	\$ -	\$ -	\$ 3.252.293	\$ -	\$ 6.705.651.376	\$ 6.822.559.703
sinistros devengados	\$ 432.617.641	\$ 1.410.861.418	\$ 1.904.241.659	\$ 1.656.750.291	\$ 160.898.216.204	\$ 282.294.433.040
rescates	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 700.798.576	\$ 7.017.429.149
rentas vitalicias y periódicas	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.635.454.283
resultado tec seg directos	\$ -251.965.780	\$ -1.050.504.638	\$ -1.391.396.074	\$ -694.086.352	\$ -37.007.483.439	\$ -123.695.642.085
primas netas reaseguros activos	\$ 35.626	\$ 7.100.115	\$ 10.050.661	\$ -	\$ 720.208.807	\$ 83.403.452
sinistros netos reaseguros activos	\$ -	\$ 2.789.847	\$ 4.204.473	\$ -	\$ 125.729.982	\$ 176.018.467
gastos de producción reaseguros directos	\$ 508.718	\$ 1.675.271	\$ 3.658.925	\$ -	\$ 187.377.542	\$ 209.602.508
resultado tecnico reaseguros activos	\$ -473.092	\$ 2.634.997	\$ 2.187.263	\$ -	\$ 407.101.283	\$ -302.217.523
otros egresos	\$ 912.405	\$ 7.826.230	\$ 9.836.864	\$ -	\$ 996.109.507	\$ 1.626.120.375
otros ingresos	\$ -	\$ 55.250	\$ 587.307	\$ 85.196.894	\$ 986.681.912	\$ 33.032.318.275
gastos de prevención	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 314.872.803	\$ 3.086.817.977
otras indemnizaciones y beneficios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 230.587.556	\$ 41.885.805
resultado tecnico	\$ -253.351.277	\$ -1.055.640.621	\$ -1.398.458.368	\$ -608.889.458	\$ -37.155.270.110	\$ -95.720.365.490
resultado financiero	N/A	N/A	\$ -793.867.466	\$ 646.038.433	\$ 82.616.266.059	\$ 160.697.154.626
resultado operaciones extraordinarias	N/A	N/A	\$ 2.193.000.000	\$ -	\$ 2.194.592.201	\$ 2.194.592.201
impuesto a las ganancias	N/A	N/A	\$ -	\$ -	\$ 8.825.675.594	\$ 16.596.116.482
resultado del ejercicio	N/A	N/A	\$ 674.166	\$ 37.148.975	\$ 38.829.912.556	\$ 50.575.264.855
patrimonio	N/A	N/A	\$ 2.602.164.265	\$ 1.340.844.326	\$ 151.090.292.284	\$ 199.461.578.346
activo	N/A	N/A	\$ 4.702.486.693	\$ 4.648.832.559	\$ 476.288.586.322	\$ 855.888.731.752

Fuente: elaboración propia en base a los EECC presentados a la SSN

ANEXO II.

Tabla 19: Donaciones realizadas durante el Ejercicio 2018/19.

Aportes	jul-18	ago-18	sep-18	oct-18	nov-18	dic-18	ene-19	feb-19	mar-19	abr-19	may-19	jun-19
ESCUELA CHAMPAGNAT			\$ 3.200		\$ 3.236		\$ 19.521			\$ 3.513	\$ 3.221	
ARZOBISPADO DE MENDOZA	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000							
ASOC DE PRODUCTORES ASES DE SEGD E MZA											\$ 118.800	
ASOC MENDOCINA DE ESCLEROSIS MULTIPLE	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000
ASOCIACION CENTRO DE AYUDA AL SUICIDA	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 4.400	\$ 2.400	\$ 2.400		\$ 4.800	
AVOME ASOCIACION VOLUNTARIOS DE MENDOZA		\$ 4.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 10.000	\$ 4.000		\$ 4.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000
COOP. DE LA NUTRICION INFANTIL (CONIN)	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 98.709	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 2.000	\$ 6.000	\$ 2.000
FUNDACION BANCO DE ALIMENTOS MENDOZA	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000		\$ 6.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000
FUNDACION CACHYPUM							\$ 12.826					
FUNDACION GRUPO AMERICA										\$ 43.333	\$ 43.333	\$ 43.333
FUNDACION JUNIOR ACHIEVEMENT MENDOZA				\$ 57.000								
FUNDACION MEDITERRANEA		\$ 5.800		\$ 5.800	\$ 5.800	\$ 5.800	\$ 5.800	\$ 5.800				
FUNDACION NUESTROS CIMIENTOS	\$ 10.000		\$ 20.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000	\$ 10.000		\$ 10.000		\$ 10.000
FUNDACION ZALDIVAR	\$ 43.000	\$ 6.000	\$ 6.000	\$ 3.000	\$ 3.000	\$ 3.000		\$ 6.000		\$ 3.000	\$ 6.000	
FUNDAVITA	\$ 12.000	\$ 17.000	\$ 2.000	\$ 9.500	\$ 9.500	\$ 9.500	\$ 14.650	\$ 9.500	\$ 9.500	\$ 9.500	\$ 11.750	\$ 11.750
LA CASA DE RONALD MCDONALD						\$ 2.250						
DONACIONES VARIAS	\$ 400	\$ 6.000		\$ 10.147		\$ 5.934	\$ 3.783	\$ 12.000		\$ 1.600	\$ 6.000	\$ 25.000
Total general	\$ 76.400	\$ 49.800	\$ 44.200	\$ 108.447	\$ 52.536	\$ 44.484	\$ 177.689	\$ 56.700	\$ 20.900	\$ 79.946	\$ 206.904	\$ 99.083

Fuente: Elaboración propia en base a datos internos de la empresa

BIBLIOGRAFIA.

- Global Impact Investing Network. (2020). *Impact Measurement & Management*. Obtenido de <https://iris.thegiin.org/introduction/>
- ABECEB. (2020). *Reporte Mensual de Patentamientos de Motovehículos - Febrero 2020*.
- ANSV. (2017). *Anuario Estadístico de siniestralidad vial Año 2017*. Obtenido de https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/ansv_anuario_obs_2017.pdf
- ANSV. (2019). *Estimacion de los costos de la siniestralidad vial en Argentina*.
- APAS. (s.f.). Manual de capacitacion para la formacion profesional de productor asesor de seguros. *Modulo 5: Microseguros*.
- Arruti, F. J. (2016). Equilibrio entre performance social y económica en los mercados. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, 17-41.
- Banco Interamericano de Desarrollo. (29 de Mayo de 2003). Exclusión social: causas y remedios. Obtenido de <https://www.iadb.org/es/noticias/articulos/2003-05-29/exclusion-social-causas-y-remedios%2C2004.html#>
- Banco Mundial. (2018). *Banco Mundial*. Obtenido de https://datos.bancomundial.org/indicador/NY.GDP.PCAP.CD?locations=AR&most_recent_year_desc=false
- CGAP. (2020). *Portal FinDev*. Obtenido de <https://www.findevgateway.org/es>
- Churchill, C. (2006). *Protegiendo a los pobres, un compendio sobre microseguros*. OIT.
- Comercial, G. (2020). Entrevista a la gerencia comercial de la compañía analizada. (A. J. Vallejo, Entrevistador)
- El Economista. (2017). En la PBA y la CABA se genera más del 50% del PIB nacional. *Diario El Economista*. Obtenido de <https://www.eleconomista.com.ar/2017-11-la-pba-la-caba-se-genera-mas-del-50-del-pib-nacional/>
- FAPASA. (2019). Centro federal de capacitacion. *Manual de Principios Tecnicos del Seguro*. Argentina.
- Fundacion Mapfre. (2020). *Fundacion Mapfre. Diccionario del seguro*. Obtenido de <https://www.fundacionmapfre.org/>
- Garand, J. W. (2012). *Indicadores de Desempeño en Microseguros*. ADA.
- GPFI & CGAP. (2011). *Global Standard-Setting Bodies and Financial Inclusion for the Poor: Toward Proportionate Standards and Guidance*.
- MicroInsurance Network & Munich Re Foundation. (2017). *El Panorama del Microseguro en América Latina y el Caribe 2017*.
- OIT. (2020). *Impact Insurance*. Obtenido de <http://www.impactinsurance.org/topic/distribution/>
- Revista Estrategas. (2019). *Ranking de seguros por ramo*. Obtenido de <http://www.revistaestrategas.com.ar/ranking>

- Selva, M. (19 de Octubre de 2018). La importancia de los microseguros y la situación actual en Argentina. Obtenido de <https://www.jornadasase.com.ar/la-importancia-de-los-microseguros-y-la-situacion-actual-en-argentina/>
- Sinclair, S. (2001). *Financial Exclusion: An Introductory Survey*. Edimburgo: CRSIS.
- SSN. (1967). *Ley N° 17.418. Ley de Seguros de la Republica Argentina*. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/35000-39999/39520/norma.htm>
- SSN. (2018). *Memoria Anual. Ejercicio economico 2017-2018*. Buenos Aires.
- SSN. (2018). *Reglamento General de la Actividad Aseguradora, Resolucion 126/2018*. Obtenido de <http://servicios.infoleg.gob.ar/infolegInternet/anexos/305000-309999/306877/norma.htm>
- SSN. (2018). *Siniestros de Casco del Ramo Automotores*. Obtenido de <https://www.argentina.gob.ar/superintendencia-de-seguros/estadisticas/siniestros>
- Triunfo Seguros. (2020). Obtenido de <https://www.triunfoseguros.com/nuestra-compania/>
- Vicepresidente. (2017). "Nos hemos expandido por todo el pais". (M. Radio, Entrevistador)
- Wipf, J. y. (2008). Indicadores de desempeño para microseguros. *Un manual para profesionales de microseguros*. Grupo de trabajo del CGAP sobre microseguros, ADA y BRS.