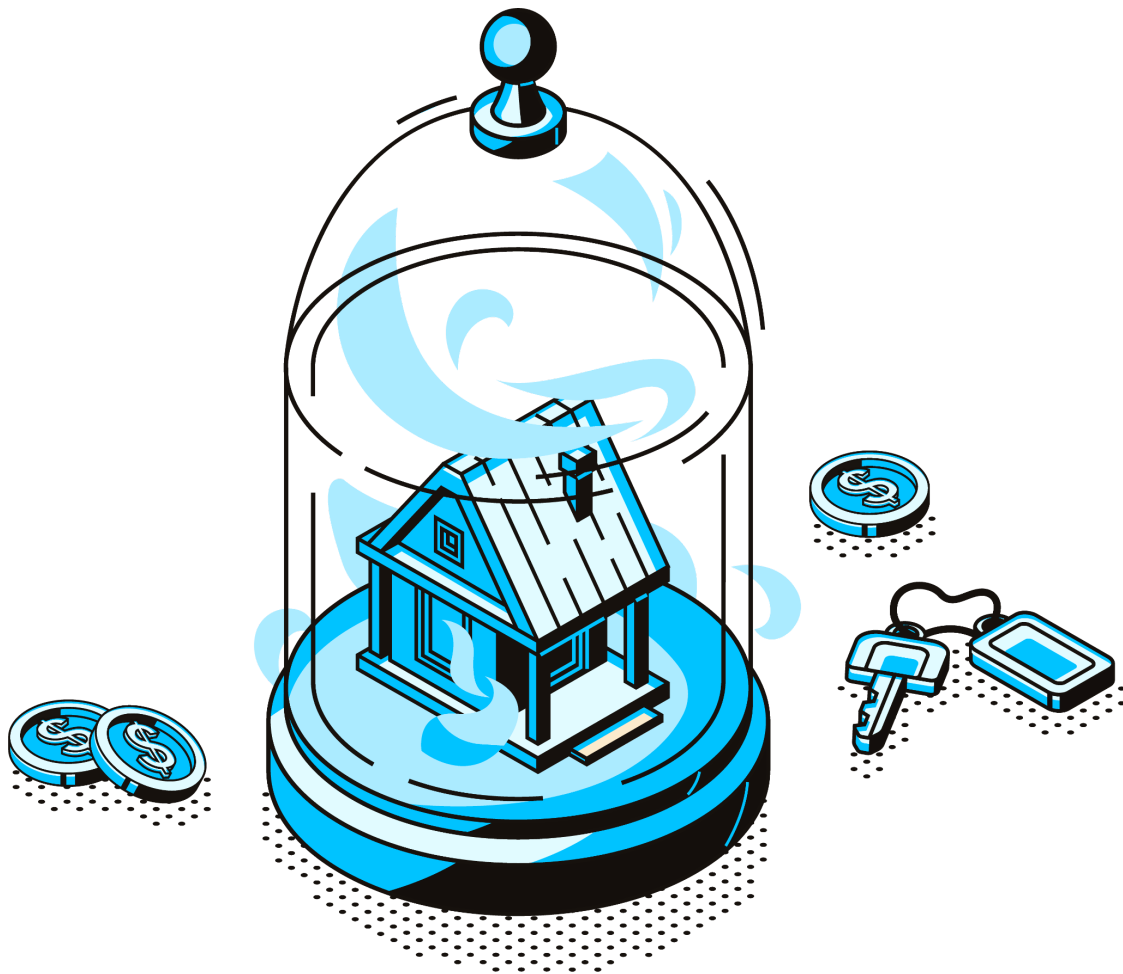




Ministerio de Economía  
Argentina

# Microseguros en Argentina

Mayo 2022



Secretaría  
de Finanzas

Subsecretaría de  
Servicios Financieros

Dirección Nacional de Mercado  
de Capitales y Seguros



## Índice

<b>Resumen ejecutivo</b>	<b>3</b>
<b>Microseguros en Argentina</b>	<b>6</b>
Situación del mercado asegurador	6
¿Qué es un Microseguro o seguro inclusivo?	7
Mercado de microseguros	8
Grupo de Trabajo de Microseguros (GTMS)	9
Canales de comercialización	10
Rol de los Productores Asesores de Seguros (PAS)	11
Rol de la tecnología	12
Los microcréditos	14
Aspectos fiscales	15
El reaseguro	16
Encuesta de Microseguros a compañías aseguradoras 2021	17
<b>Breve reseña sobre el avance de los microseguros en la región</b>	<b>22</b>
Algunos casos internacionales relevantes	24
Colombia	24
Brasil	25
Perú	26
<b>Comentarios finales</b>	<b>28</b>
<b>Anexo</b>	<b>29</b>
Encuesta de Microseguros a compañías aseguradoras 2021	28
<b>Referencias</b>	<b>38</b>



---

## Resumen ejecutivo

Existen diversos mecanismos que les permiten a los ciudadanos mitigar el impacto de un evento inesperado como enfermedades, fallecimiento, pérdida de propiedades debido a robo o incendio, entre otros. Sin embargo, los trabajadores y trabajadoras de la economía informal y sus familias quedan más expuestos a estos shocks imprevistos que el resto de la población, y son los que menos posibilidades tienen de afrontar estas situaciones cuando se materializa un riesgo u ocurre un siniestro.

Así, los microseguros o seguros inclusivos pueden ser una vía de protección frente a estas circunstancias que, de producirse, podrían afectar fuertemente la economía de los hogares vulnerables. Este servicio financiero ayuda a aliviar la incertidumbre económica ya que posee una cobertura sobre siniestros que no se sabe cuándo ni cómo se producirán. Comprender que el pago de primas por un producto intangible que puede tener beneficios futuros es una forma de mejorar la previsibilidad.

Uno de los objetivos del Ministerio de Economía de la Nación es promover el diseño de servicios financieros que se adecuen a las necesidades de los sectores más expuestos de la economía, reconociendo las distintas realidades socio-culturales de las regiones del país, impulsando así la inclusión y educación financiera en el territorio nacional.

De este modo, en 2021 la Subsecretaría de Servicios Financieros de la Secretaría de Finanzas junto con la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN) lanzaron el Grupo de Trabajo de Microseguros (GTMS) que involucra actores públicos y privados del mercado de seguros, cuyo objetivo busca promover herramientas financieras para contribuir a disminuir la brecha de desigualdad social y económica en Argentina mediante el desarrollo de los microseguros.



A lo largo de las 12 reuniones que tuvo el Grupo de Trabajo, expusieron sobre diversos temas 47 oradores, de los cuales 17 de ellos fueron presentadores internacionales. Los miembros del Grupo -entre los que se encuentran organismos del sector público, compañías de seguros, reaseguros, brokers e instituciones de microfinanzas- contribuyeron con presentaciones y debates que abordaron temáticas con un enfoque de oferta y demanda tales como los canales actuales y alternativos de comercialización, el rol de los productores asesores de seguros, el rol de la tecnología, la alianza de los seguros y los microcréditos, el análisis y revisión de normativa vigente en relación a los microseguros y el reaseguro.

Asimismo, se trataron los casos de estudio internacionales de Brasil, Colombia y Perú, países que han mostrado avances hacia el desarrollo de microseguros y seguros inclusivos para poblaciones vulnerables con productos específicos y vías alternativas de comercialización.

En ese sentido, y a raíz de la experiencia internacional, el Grupo comenzó a plantearse interrogantes y desafíos en torno al conocimiento del universo de posibles asegurados, incentivos para desarrollar productos, los canales adecuados para acercar el producto y principalmente el abordaje de necesidades a cubrir de este segmento poblacional.

Entre otras, se impulsaron dos iniciativas específicas en el marco del GTMS: en primer lugar, la revisión y definición de los ejes centrales para el desarrollo del mercado de microseguros en Argentina y, en segundo lugar, como aporte al diagnóstico de este servicio financiero, la creación de una encuesta con enfoque de oferta para conocer la disponibilidad de productos y sus especificidades por parte de las compañías aseguradoras.

Con relación a la última línea de acción mencionada, existe actualmente en Argentina un déficit integral (es decir, tanto del lado de la oferta como de la demanda) de información sobre microseguros que necesita ser progresivamente atendido. Al respecto, se desarrolló una encuesta de microseguros que tuvo por objetivo obtener datos sobre el estado actual de este mercado en el país, dotando así a los policy makers de una herramienta para tomar decisiones más informadas y basadas en evidencia.



El presente documento constituye uno de los primeros diagnósticos de los microseguros en Argentina y se estructura de la siguiente forma: en primer lugar, se presentará un análisis de los microseguros en nuestro país y los principales temas tratados por el GTMS junto con los resultados del diagnóstico con enfoque de oferta y, finalmente, una reseña del panorama regional este servicio financiero, incluyendo casos de estudio.



---

## Microseguros en Argentina

### Situación del mercado asegurador

Una de las formas de entender el rol que posee el mercado asegurador en la economía de un país es mediante la evaluación del monto de primas emitidas en relación al Producto Bruto Interno (PIB). En este sentido, sobre la base de los datos provistos por SSN para 2020, la producción del sector alcanzó un 2,9% de participación en el PIB considerando toda actividad de seguros y reaseguros a nivel local.

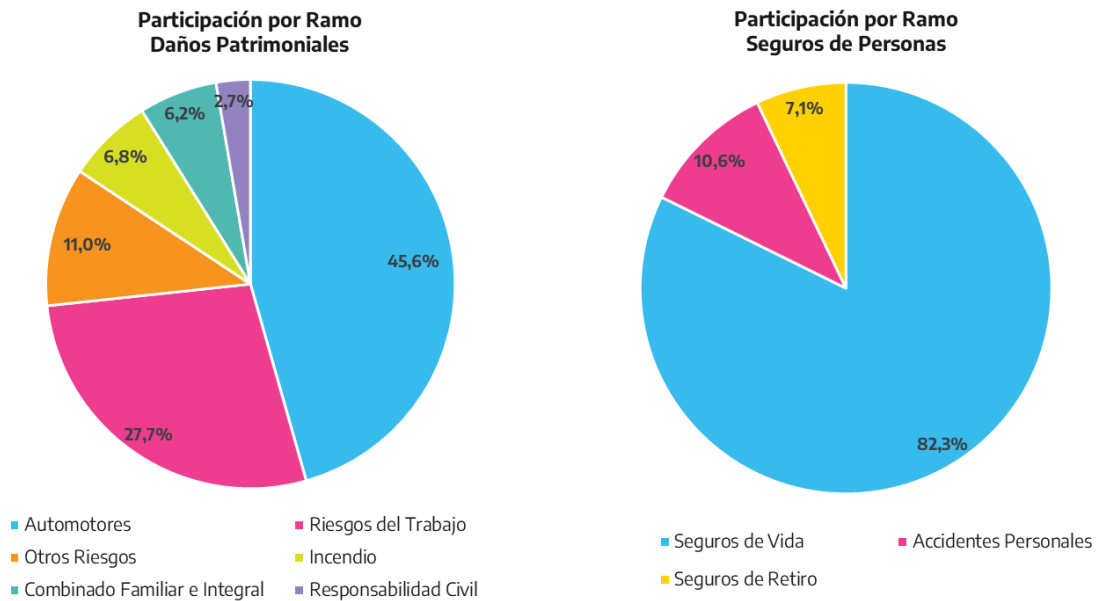
Actualmente, el mercado asegurador argentino se compone de 191 compañías de seguros de las cuales 121 son mixtas que operan en seguros patrimoniales y otros ramos, 5 son exclusivas de transporte público de pasajeros, 12 compañías exclusivamente operan en riesgos del trabajo, 35 únicamente en seguros de vida y 18 en seguros de retiro.

En América Latina, los seguros patrimoniales representan el 53% del total de las primas, mientras que los de vida un 47%. Particularmente, Argentina es el país con la más alta participación de seguros patrimoniales de la región, seguido por Colombia donde estos seguros representan un 68% del total del mercado, cifra mayor al promedio regional anteriormente mencionado (Durán y Nájera, 2020).

En Argentina, a septiembre de 2021, los seguros patrimoniales representaron un 81,4% del total de primas emitidas, mientras que el 18,6% de la producción corresponde a seguros de personas. Dentro de los seguros patrimoniales, los seguros automotores representaron el 45,6% de la producción de esta categoría y los seguros de riesgos del trabajo un 27,7%. Entre los dos ramos abarcaron un 59,7% de la producción total de seguros en el país, siendo necesario destacar que ambas coberturas son obligatorias en el país.



Gráfico 1. Participación de coberturas por ramo en daños patrimoniales y seguros de personas, septiembre 2021



Fuente: elaboración propia sobre la base de SSN, 2021

## ¿Qué es un Microseguro o seguro inclusivo?

Es un producto destinado a personas de bajos ingresos que no tienen acceso a los seguros tradicionales y, en su mayoría, se encuentran excluidos del sistema financiero. Adicionalmente, muchas de estas personas desarrollan sus actividades en la economía informal. El microseguro sigue un diseño sencillo y de fácil comprensión para lograr el mayor alcance posible a este segmento de la población, incentivando la inclusión social y financiera.

De esta manera, los elementos esenciales de los microseguros son:

- **Sencillez:** de fácil comprensión



- **Flexibilidad:** diseñado para un segmento poblacional que no es homogéneo y que responde a distintas necesidades.
- **Accesibilidad:** dirigido a población de bajos ingresos.
- **Masividad:** que llegue a la mayor parte de la población objetivo.

## Mercado de microseguros

En nuestro país existe normativa específica sobre microseguros emitida por la SSN, la Resolución General N° 126/2018<sup>1</sup>, que marcó el inicio de la implementación de microseguros, garantizando coberturas de fácil contratación, plazos acotados y un rápido abordaje ante la ocurrencia de un siniestro.

La Resolución define a los microseguros como *“una cobertura que brinda protección a la población de bajos ingresos contra riesgos de personas o patrimoniales, que involucren el pago de primas proporcionales al perfil de riesgo asegurado y a su poder adquisitivo”*.

Específicamente, la norma prevé la emisión de una póliza simplificada, una guía explicativa confeccionada con lenguaje claro y sencillo para el asegurado y la discriminación de las sumas aseguradas por cobertura.

La póliza simplificada debe contener los riesgos excluidos, procedimiento para efectuar el reclamo del beneficio ante la ocurrencia del siniestro, el plazo para el pago y el procedimiento para la atención de quejas y reclamos. Según la resolución vigente, el asegurado tiene un plazo de 15 días corridos desde que toma conocimiento del siniestro para comunicarlo al asegurador.

---

<sup>1</sup> Resolución disponible en: [Resolución 126/2018 sobre Microseguros](#)





Así, las principales características de los microseguros en Argentina de acuerdo a la normativa actual son:

- **Póliza simplificada:** el documento debe transmitir la información de contratación de forma clara y sencilla.
- **Plazos:** el tomador tiene 15 días para comunicar el siniestro y las compañías tienen 15 días para el pago del mismo.
- **Canales de comercialización:** Estos pueden ser Productores Asesores de Seguros (PAS), Sociedad de Productores o Agentes Institorios.
- **Guía explicativa al asegurado:** debe resumir la cobertura por la cual se encontrará amparado el asegurado, contemplando los aspectos asegurados de la misma, confeccionada con un lenguaje claro y sencillo.
- **Proceso de suscripción:** discriminación de las sumas aseguradas por cobertura y su justificación.

Actualmente, 4 compañías del mercado se encuentran con planes aprobados para comercializar microseguros, con coberturas de salud, vida, accidentes personales, robo y daño.

## Grupo de Trabajo de Microseguros (GTMS)

Para promover herramientas financieras con el fin de contribuir a disminuir la brecha de desigualdad social y económica en Argentina mediante el desarrollo de los microseguros, la Secretaría de Finanzas lanzó y coordinó durante 2021 junto con la Superintendencia de Seguros de la Nación (SSN) un Grupo de Trabajo de Microseguros (GTMS) que involucra actores públicos como el Ministerio de Desarrollo Social, INAES, compañías públicas, entre otros, y privados como compañías de seguros, reaseguros y brokers.



Los miembros del Grupo contribuyeron con presentaciones y debates que discutieron temáticas tales como el análisis y revisión de normativa vigente en relación a los microseguros, el reaseguro, canales alternativos de comercialización, aspectos fiscales en torno a los seguros, rol de los productores asesores de seguros, alianza de los seguros y los microcréditos, y el rol de la tecnología. A continuación, se detalla una breve descripción de cada eje temático estudiado:

### **Canales de comercialización**

Los canales de comercialización deben ser simples y efectivos para lograr insertar los microseguros dentro del mercado. Existen diversos intermediarios presentes en este proceso. A nivel general del mercado asegurador, los posibles intermediarios de comercialización que poseen las compañías pueden ser la venta directa, los Productores Asesores de Seguros (PAS), sociedad de productores, agentes institorios y organizadores de seguros.

Según datos de la SSN para el año 2020, dentro de la participación de los canales de comercialización sobre la producción total del mercado asegurador se observa que la venta directa y los PAS son los canales mayormente utilizados para la venta (44% y 24%, respectivamente). Luego, son seguidos por los agentes institorios (21%) y por último las sociedades de seguros (11%) (SSN, 2021).

En la encuesta realizada por el Ministerio de Economía, a través de la Secretaría de Finanzas, y la SSN, se evidenció que el canal que las aseguradoras consideran más viable para la venta de microseguros son los asesores y productores ya inscriptos, seguido por asesores y productores con habilitación específica, y, luego, por agentes institorios.

Los canales no tradicionales, en su mayoría terminan siendo un elemento para crear demanda, y dejar al cliente preparado para ofertas más evolucionadas, a través de un agente de seguros. A su vez, la tecnología puede enriquecer estos medios de comercialización ya que es una herramienta que facilita el acercamiento de los servicios financieros a las personas. Por



ejemplo, aplicaciones móviles y páginas web facilitan información actualizada, certificados de cobertura, cotizaciones, denuncias de siniestros, cobros online, además de ser un canal de venta para los productores y un medio de contacto con la aseguradora frente a la ocurrencia de un siniestro o reclamos.

### **Rol de los Productores Asesores de Seguros (PAS)**

Los productores asesores de seguros representan uno de los principales canales de venta de seguros. El rol del productor no finaliza una vez que se contrata la póliza, sino que se tiende a establecer una cercanía con los asegurados, reconociendo la importancia de un asesoramiento permanente. Aquellos PAS que se encuentren habilitados para operar deben pagar anualmente una suma fija en concepto de matrícula.

Según la normativa actual de microseguros, los Productores Asesores de Seguros (PAS), Sociedad de Productores o Agentes Institorios que intervengan en la intermediación de pólizas de microseguros, deberán contar con la capacitación específica que dicte la SSN.

A lo largo de las reuniones llevadas a cabo por el GTMS, se debatió la posibilidad de explorar figuras complementarias para la comercialización de los microseguros. Actualmente existen PAS habilitados a intermediar en todos los ramos de seguros o los habilitados a intermediar respecto de seguros de vida. Dadas las principales características de los microseguros, es posible pensar en personas que cuenten con una habilitación para comercializar únicamente este servicio, a partir de una capacitación particular que utilice un lenguaje sencillo y claro, con el menor número posible de tecnicismos, extranjerismos y neologismos; simplificando así los conceptos necesarios para la explicación del servicio. Asimismo, a partir de su inscripción en un registro específico en SSN, la discriminación en el monto de las matrículas podría complementar un nuevo esquema.

De esta forma, esta ampliación de uno de los canales de comercialización impulsaría la integración de la economía social a esta actividad, siendo una fuente potencial de generación



de empleo. Más allá del crecimiento experimentado por el sector asegurador, la cantidad de PAS en la última década ha incrementado año a año y entre 2010 y 2020 se incrementó un 81%; específicamente pasando de 22.892 PAS (personas físicas) en 2010 a 41.435 PAS en 2020. Este factor continúa reforzando la importancia de este actor tanto en la actividad de seguros como en el mercado de trabajo en general de nuestro país.

### **Rol de la tecnología**

El uso de la tecnología está creciendo en todo el sector teniendo impacto sobre los costos de adquisición, operativos y siniestrales, que podrían contribuir a un modelo de microseguros sostenible para las compañías. Pagos móviles, mayor número de plataformas digitales, inteligencia artificial, son algunas de las herramientas que trae la tecnología para el mercado asegurador y que podrían contribuir al beneficio del sector en general y de los asegurados, que obtienen una experiencia positiva en la etapa de contratación y uso de sus seguros.

En este sentido, el rol de las *insurtech* puede ser relevante. El desarrollo de estos productos puede potenciarse con la digitalización gracias a los altos índices de acceso de tecnología que cuenta actualmente la población argentina. Particularmente, según los últimos datos disponibles de la Encuesta Permanente de Hogares (EPH) de INDEC y su módulo de acceso y uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en el cuarto trimestre de 2020, se registró que el 63,8% de los hogares urbanos tiene acceso a computadora y el 90%, a internet. Además, los datos muestran que, en la Argentina, 88 de cada 100 personas emplean teléfono celular y 85 de cada 100 utilizan internet (INDEC, 2021).

En reconocimiento de los beneficios de la tecnología, la SSN ha realizado modificaciones regulatorias que significaron un avance para el mercado de los seguros con un enfoque de inclusión financiera. Particularmente, se trata de las siguientes resoluciones:



- Resolución SSN 40.541-E/2017. Bancarización de cobros de seguros. Se dispuso que todo contrato de seguro deberá ser cobrado a través de medios que garanticen que el dinero sea trazable para fortalecer la transparencia del mercado y la inclusión financiera.
- Resolución 219/2018. Póliza Digital. La SSN amplió los medios de entrega de la documentación brindada a los tomadores y/o asegurados. Regula la utilización de firma facsimilar para suscribir pólizas.

Asimismo, la SSN lanzó la Mesa de Innovación, la cual contó con apoyo del Ministerio de Economía y tiene por objetivo generar una interacción entre los diferentes actores vinculados a la tecnología aplicada al seguro y con ello promover la innovación de la actividad aseguradora, entre ellos los microseguros. Por definición, los hubs o mesas de innovación ofrecen un punto de contacto dedicado para que las empresas consulten a las autoridades competentes sobre cuestiones relacionadas con fintech y busquen orientación no vinculante sobre las expectativas regulatorias y de supervisión, incluidos los requisitos para la obtención de licencias.

De esta forma, con un especial énfasis en los sectores más vulnerables, de acuerdo a lo debatido en el GTMS, la tecnología podría traer beneficios tales como:

- La potenciación de la propuesta del valor, que tiene en cuenta los ecosistemas como facilitadores de la inclusión financiera y estimulando una economía colaborativa.
- Más cercanía con los usuarios que cuentan con mucha distancia física.
- Mejor atención al cliente ante la inmediatez y, por ende, beneficiar su experiencia de usuario.
- Reducción de costos para la compañía ante procesamiento de grandes volúmenes de datos.



## Los microcréditos

El microcrédito es una herramienta que promueve la inclusión financiera ya que permite que microemprendedores sin acceso al sistema financiero tradicional puedan acceder al crédito. Son gestionados por las Instituciones de Microfinanzas (IMF), la cuales además de ofrecer estos créditos especializados, incentivan el ahorro y el uso de otros productos financieros tales como los microseguros, en aquellos mercados de los países en desarrollo en los que la regulación lo permite, con el objetivo de responder a las necesidades de individuos de bajos ingresos.

Usualmente, los microcréditos se venden combinados con los microseguros, donde existen instituciones que convierten en obligatoria la contratación del microseguro para sus clientes por razones que varían desde la reducción del riesgo de crédito hasta la construcción de la cultura aseguradora en los sectores implicados en estas transacciones.

El microseguro se vende habitualmente combinado con los microcréditos, donde existen instituciones que convierten en obligatoria la contratación del microseguro para sus clientes por razones que varían desde la reducción del riesgo de crédito hasta la construcción de la cultura aseguradora en los sectores implicados en estas transacciones.

En nuestro país, el Fondo Nacional de Capital Social (FONCAP) fue creado por el Estado para democratizar el acceso al crédito y promover habilidades económicas y financieras de la población vinculada a microemprendimientos productivos. FONCAP tiene un importante rol en financiar con líneas de crédito específicas a IMF para que otorguen microcréditos en sus territorios y ha diseñado servicios de cobertura para emprendedores que brinda a través de sus IMF adheridas.

Uno de los microseguros es el de salud, que constituye una cobertura para microemprendedores y microemprendedoras que permite el acceso a descuentos en farmacias e indemnización ante intervenciones quirúrgicas y trasplante de órganos. El otro microseguro



es de saldo deudor y amparo familiar, el cual brinda cobertura ante las deudas del microempresario y microempresaria en circunstancias de incumplimiento y/o fallecimiento.

### **Aspectos fiscales**

El precio final de un seguro está compuesto por diversos costos por encima de la prima de cobertura, tales como recargos y derechos de emisión, impuestos y tributos a cargo del asegurador. Por un lado, existen ciertos tributos que gravan a las pólizas emitidas (que son de jurisdicción nacional y provincial), entre ellos el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el Impuesto de Sellos e impuestos internos, que comprenden aproximadamente el 20% del valor de la póliza y son abonados por los asegurados. Por otro lado, las compañías de la actividad aseguradora deben pagar otros impuestos como Ingresos Brutos, Sellos, IVA, Tasas Municipales, entre otros.

En la actualidad, el régimen impositivo de los microseguros no cuenta con diferenciaciones respecto del esquema tributario del resto de los seguros. Un caso que podría ser tomado como referencia para crear un marco de promoción es el del microcrédito. En el año 2006, mediante la Ley N° 26117 se dictaminó el régimen de promoción del microcrédito para el desarrollo de la economía social.

Este esquema establece la promoción y regulación del microcrédito, a fin de estimular el desarrollo integral de las personas, los grupos de escasos recursos y el fortalecimiento institucional de organizaciones no lucrativas de la sociedad civil que colaboren en el cumplimiento de las políticas sociales. Específicamente, con esta ley se creó el Fondo Nacional de Promoción del Microcrédito que promueve la obtención de recursos públicos y privados.

Además de fondos de promoción, la exención o reducción de los tipos de tributación por los impuestos indirectos, como el impuesto al valor agregado o el impuesto sobre las primas de seguros se constituye como otra opción que persigue la misma finalidad de promoción. En Argentina, las coberturas de Riesgos del Trabajo se encuentran exentas de impuestos,



gravámenes y contribuciones, cuyo alcance no sólo se limita a las pólizas sino también a los servicios que sean prestados por las aseguradoras como prestación o cualquier cuestión nacida del contrato.

Otra alternativa observada en la experiencia internacional es la del *sandbox* regulatorio. Los *sandboxes* regulatorios son esquemas establecidos por las autoridades de supervisión que ofrecen a todas las empresas que reúnen los requisitos estipulados a participar en el *sandbox*, para poner a prueba las innovaciones en un mercado de acuerdo con un plan acordado y monitoreado por el supervisor. En combinación con algún esquema fiscal de promoción, los *sandboxes* pueden ser una herramienta para monitorear de cerca la actividad y entender mejor los progresos antes de intervenir.

## **El reaseguro**

La reaseguradora es la entidad que toma a su cargo riesgos cubiertos por otra entidad aseguradora, asumiendo la responsabilidad ante la entidad cedente por los mismos. A marzo de 2022, existen 132 reaseguradoras en el país entre reaseguradoras locales y reaseguradoras extranjeras.

El concepto fundamental propuesto es que, así como los microseguros engloban riesgos grandes para ser asumidos individualmente por las aseguradoras, los reaseguros pueden mancomunar riesgos difíciles de asumir para una sola aseguradora. En definitiva, los reaseguros consisten en transferir la responsabilidad financiera de un asegurador primario a otra compañía de seguros.

Las compañías aseguradoras recién establecidas, en particular, no disponen de reservas para cubrir eventualidades, y es incluso dudoso que la utilización de fondos propios para cubrir situaciones de alto riesgo sea más efectiva que un reaseguro financiero que cubra tanto los costos como la preparación de arreglos actuariales.





La sostenibilidad financiera de los microseguros, considerando para ello la existencia de déficit y la coherencia y/o adaptabilidad entre ingresos y gastos, depende entre varios factores de la gestión del riesgo. En síntesis, se refiere a identificar si el esquema de microseguros planteado toma medidas para un adecuado manejo de los riesgos financieros, ya sea constituyendo un fondo de reserva, reasegurándose frente a eventos catastróficos o mediante la implementación de procedimientos diseñados para evaluar y minimizar el riesgo. En el caso que no existan reaseguros explícitos, generalmente es el Estado quien se hace cargo de los mayores riesgos de la población beneficiaria del microseguro.

### **Encuesta de Microseguros a compañías aseguradoras 2021**

En la actualidad, no existe en el país un diagnóstico robusto de microseguros con enfoque de oferta y demanda, el cual profundice en las necesidades de los sectores más vulnerables, sus comportamientos como consumidores de servicios financieros, el grado en que las compañías aseguradoras diseñan productos a medida, sus disposiciones a ofrecer microseguros, entre otras.

Esta carencia de información planteó una motivación para el GTMS para impulsar iniciativas que, en primera instancia, doten de información a los *policy makers* para diseñar políticas públicas basadas en evidencia, y, en segundo lugar, compartir datos de forma responsable para apoyar al sector asegurador y a los segmentos de la población más desatendidos.

En relación a ello, la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera 2020-2023 delineada desde el Ministerio de Economía establece la necesidad de brindar educación financiera “con un enfoque personalizado, simple, oportuno y adecuado, articulando acciones con el sector privado y con organismos y dependencias públicas en contacto con población vulnerable”. De igual manera, el Plan Nacional de Educación Financiera (PNEF) tiene el objeto de contribuir a mejorar las capacidades financieras de las personas que utilizan productos y servicios financieros, al mismo tiempo que procura proteger sus derechos a través de la prevención.



El objetivo de seguir generando cultura aseguradora, educación específica en seguros, en el marco de la educación financiera integral es un eje transversal que no sólo estuvo presente en el programa de trabajo del GTMS, sino que se encuentra vigente en todas las políticas desarrolladas por el organismo de control y la Subsecretaría de Servicios Financieros, a través de la Dirección Nacional de Mercado de Capitales y Seguros.

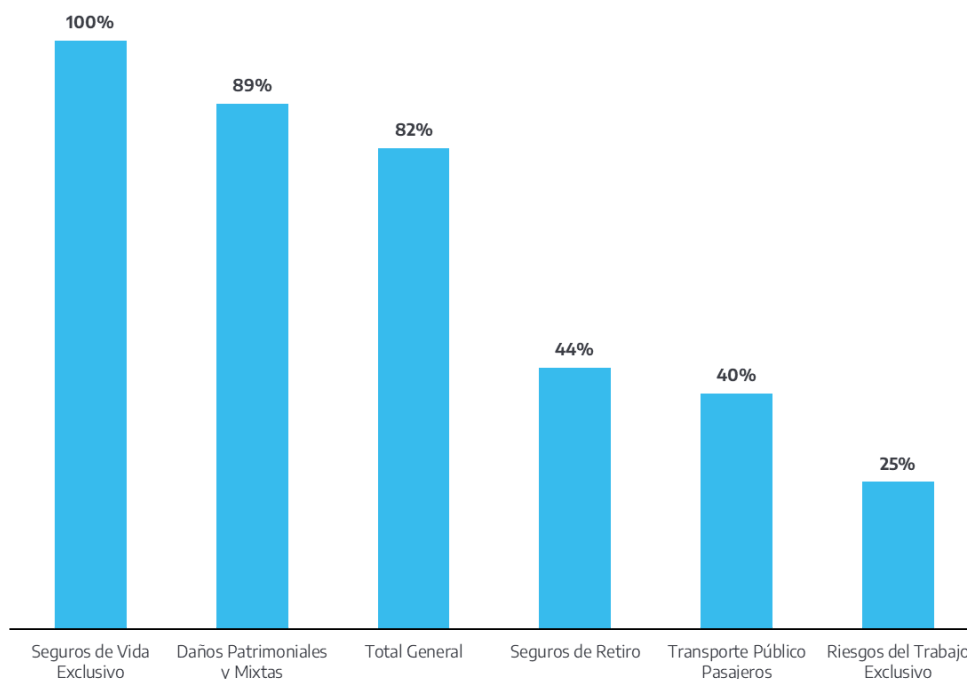
Para conocer aún más el camino recorrido por las empresas y sus objetivos a corto plazo, en el marco del GTMS, en el cuarto trimestre de 2021 se diseñó e implementó una encuesta<sup>2</sup> en la que participaron 156 compañías aseguradoras. Sus resultados permiten profundizar sobre la visión actual del mercado respecto al marco regulatorio, al papel del Estado en el desarrollo de este, a los canales de comercialización, al rol de la tecnología y al mercado potencial del microseguro en Argentina.

---

<sup>2</sup> Para acceder a la encuesta completa ver **Anexo**



Gráfico 2. Participación de las compañías por ramo en la respuesta de la encuesta



Fuente: elaboración propia sobre la base de la Encuesta de Microseguros Ministerio de Economía, SSN, 2021

### Las principales conclusiones obtenidas a partir de la encuesta son las siguientes:

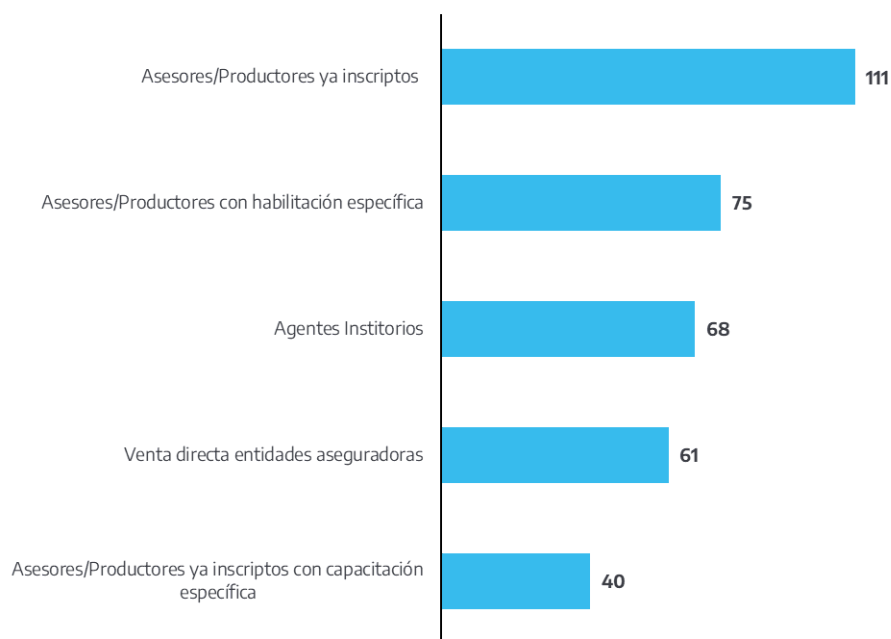
- **Acerca del marco regulatorio existente:** la creación de una figura de productor/asesor de microseguros fue el principal factor que debe modificarse/ampliarse de la norma actual, seguido por la extensión del plazo máximo de pago de indemnización. Sobre este último punto, actualmente el plazo para pronunciarse respecto al derecho del asegurado y abonar el siniestro no podrá ser superior a 15 días corridos de denunciado el mismo o de recibida la información complementaria cuando fuese solicitada.
- Por otro lado, un factor que no se encuentra incorporado en la regulación y que las compañías aseguradoras consideran que debe ser añadido es una regulación impositiva



diferenciada, así como también la disponibilidad de medios digitales como canales de contratación.

- **Acerca de los canales de comercialización y distribución:** 111 de las 156 compañías consideran que los asesores/productores ya inscriptos deben ser los intermediarios para la inserción de los microseguros. En segundo lugar, conforme a las respuestas obtenidas, los canales deberían ser los asesores/productores con habilitación específica, los agentes institorios, la venta directa de entidades aseguradoras y, por último, los asesores/productores ya inscriptos con capacitación específica.

**Gráfico 3. Canales de comercialización óptimos según resultados de la Encuesta de Microseguros, 2021**



Fuente: elaboración propia sobre la base de la Encuesta de Microseguros Ministerio de Economía, SSN, 2021

- 113 compañías respondieron que las aplicaciones móviles y aplicaciones web deben ser una vía/medio de comercialización que facilite la inserción de los microseguros. Luego,



se encuentran las cooperativas y mutuales, las instituciones micro financieras, entidades bancarias y los call centers.

- **Acerca de las coberturas:** las principales coberturas para las que debe iniciarse un programa de microseguros según las aseguradoras son el de accidentes personales y vida, seguidos por sepelio y salud.
- **Acerca de los principales obstáculos para la comercialización:** las compañías de la actividad aseguradora creen que la cobranza del servicio, la carga impositiva y los gastos de comercialización son los principales impedimentos para incursionar en el mercado de microseguros.
- **Acerca de la obligatoriedad del servicio:** a la hora de preguntarle a la oferta de este mercado sobre la obligatoriedad de los microseguros, sólo 45 entidades respondieron que debe seguir un carácter voluntario, lo que representa un 29% de las compañías encuestadas. En este sentido, los ramos de vida y de sepelios fueron los más elegidos por las compañías como aquellos donde el microseguro debería ser obligatorio.



---

## Breve reseña sobre el avance de los microseguros en la región

Durante 2020, las condiciones socioeconómicas de América Latina se han visto muy afectadas por la pandemia del coronavirus, acentuando los desequilibrios y vulnerabilidades ya existentes. La actividad aseguradora no ha sido ajena a las consecuencias de la crisis generada por la pandemia.

El segmento de Vida ha sufrido en mayor medida el impacto económico producido por la pandemia del Covid-19, con un descenso de primas del -18,7%, mientras que el de No Vida, aunque también se ha visto afectado, se ha mostrado más resistente, con una variación negativa del -6,1%. En conjunto, el volumen de primas de América Latina ascendió a 134.361 millones de dólares en 2020, un -11,9% menos que el año anterior, muy influido por el efecto que ha tenido la volatilidad de los tipos de cambio en la región, con devaluaciones en las principales monedas (MAPFRE Economics, 2021).

Por otra parte, la aceleración de los procesos de digitalización que ha provocado la pandemia está teniendo un efecto positivo en la transformación de la actividad del seguro de la región, gracias a que, entre otras cosas, evitó que la suscripción del negocio asegurador se viera paralizada.

En lo que respecta al mercado de microseguros en particular, según un estudio de Microinsurance Network, en los siete países de América Latina y el Caribe de los que se obtuvieron datos (Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Jamaica, México y Perú) se estima que entre 6,2 y 22,1 millones de personas estaban cubiertas por productos de microseguros. Con base en esta cifra, se estima que entre el 2 % y el 5 % de la población de bajos y medianos ingresos está cubierta por un microseguro en estos países (Microinsurance Network, 2020).

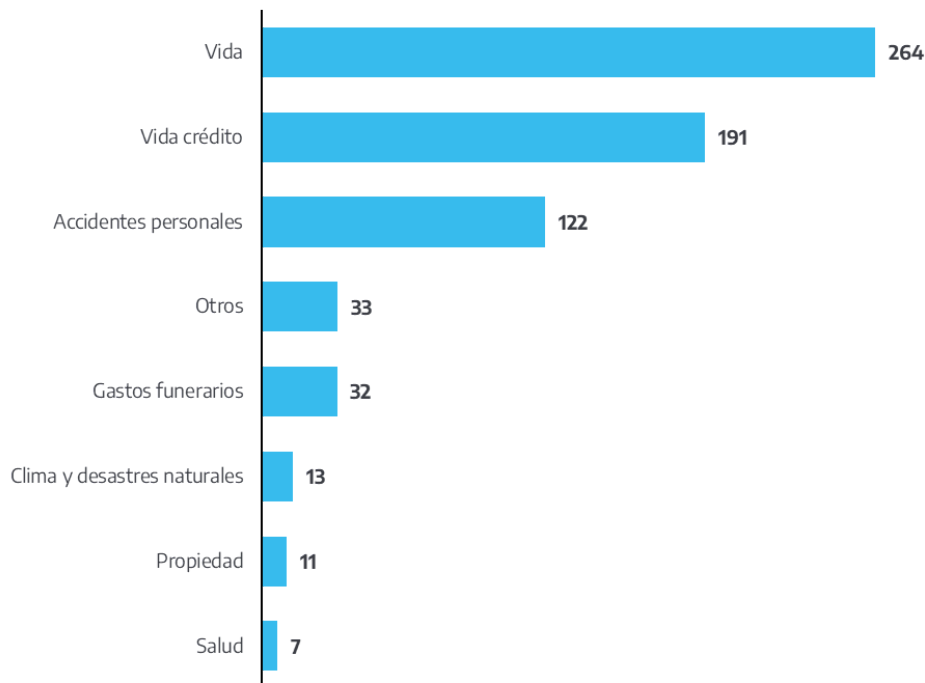


En los últimos años, varios nuevos actores han incursionado en la región de América Latina y el Caribe trayendo consigo enfoques innovadores en materia de microseguros, entre ellos el seguro índice de desastres naturales. Muchos de los planes siguen en sus fases iniciales, pero han sido importantes para demostrar a los mercados locales que otros modelos son posibles (Microinsurance Network, 2020).

El mercado de América Latina y el Caribe continúa dominado por los microseguros tradicionales, principalmente seguros de vida, saldo deudor, accidentes personales y sepelio. El seguro de sepelio es particularmente popular en algunos mercados. En Colombia, por ejemplo, lo pueden vender directamente las funerarias sin asociarse con una aseguradora.



Gráfico 4. Primas cobradas (en millones de USD) por línea de productos en América Latina y el Caribe, 2020



Fuente: “Panorama del microseguro 2020”, Microinsurance Network

La región de América Latina y el Caribe tiene el índice de siniestralidad más bajo en relación con Asia y África: un 10 %, frente al 28 % en África y el 25 % en Asia. Los índices de siniestralidad son superiores en los productos de clima (35%), pero los seguros de salud, vida, accidentes personales y patrimoniales tienen índices de siniestralidad medios de un solo dígito.

Otra característica importante del mercado de microseguros de América Latina y el Caribe es su relación con el género, una perspectiva que debe ser transversal a todos los sectores económicos. Específicamente, las aseguradoras de la región reportaron que el 52 % de los clientes son mujeres (Microinsurance Network, 2020).





## Algunos casos internacionales relevantes

A fin de lograr una mejor visualización de la aplicabilidad de los microseguros, se debatieron, en el ámbito del GTMS, algunos casos regionales donde se está desarrollando este producto dentro del mercado asegurador y el rol que cumple para los sectores más vulnerables. Particularmente, se trataron los casos de Colombia, Brasil y Perú.

### Colombia

En el contexto de los microseguros, Colombia cuenta con un mercado basado en seguros inclusivos enfocados en identificar necesidades no cubiertas del consumidor y por medio de micro pagos. Uno de los pilares del éxito de este servicio radica en la conexión con el consumidor por medio de canales de distribución asequibles para llegar a la población desatendida.

En términos regulatorios, el mercado colombiano de microseguros fomenta la práctica basada en el *sandbox* regulatorio, siendo éste catalizador de una mayor inclusión y competitividad.

Para dimensionar, el total de primas emitidas de enero a octubre de 2021 fue de \$7.684 millones de USD (Fasecolda, 2021). Respecto al gasto promedio en seguros por habitante, el DANE (Departamento Administrativo Nacional de Estadística) estimó que es de USD 155 para 2020.

Respecto al ámbito del microseguro, el 2% son microseguros masivos, mientras que un 1% son no masivos, en relación con el total de pólizas emitidas en el mercado. Mientras tanto, el 97% restante representa otros seguros masivos (no microseguros) y otros productos masivos (Superintendencia Financiera de Colombia, 2021).



Con respecto a la tecnología, el caso colombiano considera el uso de redes y medios digitales como canales exitosos. Sin embargo, los mismos tienen dificultades asociadas: por ejemplo, la contratación de seguros vía redes sociales suele generar quejas sobre la carencia de información. En estas instancias, la figura de la Superintendencia puede reclamar información, por medio de sus facultades y asumir el rol de agente regulador con tal de proteger al consumidor.

La penetración del mercado asegurador dentro de los segmentos más bajos de la sociedad es del 8,4%, mientras que sólo el 10% de este segmento tiene conocimientos sobre este mercado. Nuevamente, el factor de desconocimiento de estos productos emerge como una alarma para los gobiernos e instituciones del sector privado sobre la necesidad de fortalecer la educación financiera en la población.

## **Brasil**

Brasil define el microseguro como el seguro al que tiene acceso la población de bajos ingresos, considerando aproximadamente a 100 millones de personas que podrían beneficiarse de este servicio de cobertura frente a imprevistos. Para lograr el impulso de este mercado, las compañías aseguradoras consideran primordial el intercambio y análisis de datos, y el estudio de modelos de distribución. La comunicación es clave para el diseño de los productos y para garantizar la accesibilidad de la población gracias a la información recopilada. Asimismo, todo esto es posible a través de modelos de comercialización automáticos y canales de distribución masivos, que permitan llegar a la mayor cantidad de personas posibles. Se destacan los canales que siguen una comunicación simple y visual mediante el uso de imágenes y multimedia.

Desde el 2004, la regulación de los microseguros es parte de la política del gobierno brasileño para las microfinanzas y el marco regulatorio es flexible. A partir de la sanción de la Resolución CNSP 244/2011, se establecen las reglas generales para los microseguros y se crea la figura



del corredor y el corresponsal de microseguros, además se establece el requisito de capital para poder operar en el ramo. La evolución de la normativa fue acompañada por un aumento de las primas emitidas de microseguros de daños y personas a partir del año 2014.

## Perú

Los canales de comercialización de Perú muestran a los bancos como los principales distribuidores de seguros, superando a los PAS (Productores Asesores de Seguros), a diferencia de lo que ocurre en nuestro país. Esto se debe a la configuración del sistema financiero, compuesto por 54 entidades que incluye bancas múltiples, empresas financieras, cajas municipales, cajas rurales de ahorro y crédito, entidades de desarrollo de la pequeña y microempresa (EDPyMEs), empresas de arrendamiento financiero, Banco de la Nación y Agrobanco. El peso que tiene este sector provee acceso a créditos y microcréditos a distintos estratos de la sociedad. En consecuencia, una mayor proporción de la población tiene posibilidad de entrar al mercado de microseguros.

En lo que respecta al marco regulatorio, desde la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP de Perú se han dado diversos pasos normativos, tales como el primer reglamento de Microseguros, la Ley del Contrato de Seguro en 2013, el Reglamento de Pólizas de Microseguros en 2016.

Lo destacable del mercado asegurador de este país es la fuerte presencia de los bancos dentro de la comercialización de los microseguros, para 2019 los bancos representaban el 59,3% dentro de la intermediación para la venta de microseguros según los datos de Superintendencia de Banca, Seguros y AFP. Asimismo, según datos de 2019, Lima concentra el 66,6% de estos productos, en relación a las demás regiones del país que no llegan a los dos dígitos.



---

## Comentarios finales

Lograr desarrollar en Argentina un mercado de microseguros, concebido como una ampliación de la oferta de servicios financieros orientados específicamente a sectores excluidos financieramente y/o sectores con algún grado de vulnerabilidad económica, representa un enorme desafío de política económica con múltiples aspectos para afrontar. En esta etapa, resulta relevante tomar medidas y decisiones que permitan una reconfiguración del status quo y que generen condiciones iniciales favorables para el crecimiento de estos productos.

Se considera fundamental trabajar en aspectos claves que den impulso suficiente para lograr el volumen necesario que permita un horizonte de sostenibilidad. Se identifica como prioritario (i) la revisión del marco impositivo; (ii) la forma de comercialización instaurando figuras nuevas especialmente capacitadas, (iii) la potenciación del rol de la tecnología que contribuya a lograr un modelo masivo de comercialización y iv) la articulación con actores vinculados a la economía popular y al microcrédito, entre otros.

Al preparar el marco regulatorio sobre microseguros, los gobiernos y supervisores deben buscar un equilibrio entre facilitar el entorno de los negocios y asegurar la protección de los consumidores vulnerables. De un lado, se debe contar con adecuada protección al consumidor para un grupo que recién adquiere seguros. Este objetivo es particularmente importante ya que el perfil del cliente de seguros inclusivos, generalmente, incluye personas con menor nivel de educación y conocimientos financieros que, simultáneamente, son más vulnerables financieramente. Por consiguiente, es más importante aún contar con seguros que den valor a los consumidores financieros a cambio de su dinero y generen confianza. Del otro lado, las aseguradoras requieren un entorno normativo suficientemente flexible, así como oportunidades para operar de forma comercialmente sostenible.



## Anexo

### Encuesta de Microseguros a compañías aseguradoras 2021

#### Marco regulatorio

1. ¿Considera que debe modificarse o ampliarse el marco regulatorio? \*
  - Sí
  - No
  
2. Si su respuesta anterior fue SÍ, ¿qué factores deben modificarse o ampliarse del marco regulatorio? (opción múltiple) \*
  - Regulación impositiva
  - Creación de una figura de productor / asesor de microseguros
  - Modificar la norma existente SSN
  - Rol de la tecnología: medios digitales como canales de comercialización
  - Ninguna
  - Otro:
  
3. ¿Qué factores de la norma existente SSN usted cree que deberían modificarse? (opción múltiple) \*
  - Modalidad de contratación (automática)
  - Gastos
  - Plazos máximos para el reclamo del beneficio
  - Plazos máximos para el pago de la indemnización
  - Ninguno
  - Otro:



### Canales de comercialización

4. ¿Qué canales de comercialización cree usted que se deben utilizar para la inserción de este tipo de productos? (opción múltiple) \*

- Asesores / Productores ya inscriptos
- Asesores / Productores ya inscriptos con capacitación específica
- Asesores / Productores con habilitación específica
- Venta directa entidades aseguradoras
- Agentes institorios
- Ninguno

5. ¿Qué medios/vías de comercialización cree usted que se deben utilizar para la inserción de este tipo de productos? (opción múltiple) \*

- Instituciones de microfinanzas
- Entidades bancarias
- Cooperativas, mutuales
- Call centers
- Aplicaciones móviles, aplicaciones web
- Ninguna
- Otro:

6. ¿Su aseguradora dispone de alguno de estos medios para la realización de las siguientes operaciones? (opción múltiple) \*

	Sitio web	App móvil	WhatsApp Transaccional	Ninguno
Cotización del seguro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contratación de la póliza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



Cobro online vía tarjetas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Información actualizada de las pólizas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Certificados de cobertura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Denuncia de siniestro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Gestión de siniestros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Acceso a números de emergencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Canal de productores / contactar un productor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Centro atención al cliente	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ninguno	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Alianza con el sector público

7. ¿En qué se espera que el Sector Público acompañe en la comercialización de este tipo de seguros? (opción múltiple) \*

- Impositivo
- Beneficios para colectivos determinados (monotributistas, servicio doméstico, etc.)
- Promoción de la cultura aseguradora



- Educación sobre la importancia de los seguros
- Difusión pública en diversos medio
- Ninguno
- Otro:

### **Mercado potencial**

8. En caso de definirse una póliza colectiva, ¿quién cree usted que podría ser un potencial tomador? (opción múltiple) \*

- Organismos gubernamentales
- Organismos no gubernamentales
- Cooperativas y mutuales
- Asociaciones, instituciones
- Organismos de crédito
- Empresas prestadoras de servicios
- Ninguno
- Otro:

9. ¿Cuál es el mayor inconveniente que observa para incursionar en la comercialización de este tipo de producto? (opción múltiple) \*

- Monto de la prima
- Evaluación de la demanda
- Construcción del producto
- Carga impositiva
- Gastos de comercialización
- Reaseguros
- Cobranzas
- Ninguno
- Otro:





### Obligatoriedad

10. ¿Cree que alguna cobertura de Microseguros a desarrollar debería poseer carácter obligatorio? \*

- Sí
- No

11. Si su respuesta anterior fue Sí, ¿en qué ramos debería ser de carácter obligatorio? \*

- Accidentes personales
- Vida
- Vida saldo deudor
- Sepelio
- Salud
- Riesgos varios
- No debería ser obligatorio
- Otro:

### Coberturas

12. ¿Cuáles cree que deberían ser las coberturas por las que deba iniciarse un programa de Microseguros? \*

- Accidentes personales
- Salud
- Vida
- Vida saldo deudor
- Sepelio
- Combinado familiar / vivienda única
- Robo y daño de herramientas / mercadería / objetos personales
- Robo de bicicleta / motocarros
- Ninguna
- Otro:



### Implementación

Esta sección está especialmente diseñada para aquellas compañías que tienen implementado algún producto de características similares a las de un microseguro. En el caso de no operar, por favor igualmente responda todas las preguntas según las indicaciones.

13. ¿Tiene implementado algún producto orientado a sectores vulnerables, microemprendimientos o actividades informales, que generen impacto social real y esté apuntado a un colectivo particular? \*

Sí

No

14. Si su respuesta anterior fue Sí, ¿en qué ramos opera? \*

*En caso de haber respondido "NO", complete las siguientes preguntas con un guión o punto*

- 
15. Al 30/06/2021 ¿Cuál fue la cantidad de pólizas emitidas y la cantidad de riesgos asegurados? \*

POR FAVOR, SOLO RESPONDA CON NÚMEROS Y EN EL MISMO ORDEN DE LA PREGUNTA. En el caso de no haber operado, complete con un guión o punto

- 
16. Al 30/06/2021 ¿Cuántas fueron las primas emitidas anuales (en \$) y cuántas fueron las primas cedidas (en \$)?\*

POR FAVOR, SOLO RESPONDA CON NÚMEROS Y EN EL MISMO ORDEN DE LA PREGUNTA. En el caso de no haber operado, complete con un guión o punto

- 
17. Al 30/06/2021 ¿Cuál fue el capital asegurado (en \$)? \*

POR FAVOR, SOLO RESPONDA CON NÚMEROS. En el caso de no haber operado, complete con un guión o punto

---



**18.** Al 30/06/2021 ¿Cuál fue la cantidad de siniestros denunciados y la cantidad de siniestros pagados? \*

POR FAVOR, SOLO RESPONDA CON NÚMEROS Y EN EL MISMO ORDEN DE LA PREGUNTA. En el caso de no haber operado, complete con un guión o punto

---

**19.** Al 30/06/2021 ¿Cuántos fueron los siniestros pagados (en \$)? \*

POR FAVOR, SOLO RESPONDA CON NÚMEROS. En el caso de no haber operado, complete con un guión o punto

---

**20.** Al 30/06/2021 ¿Cuántos fueron los gastos de producción (en \$) y los gastos de explotación (en \$)? \*

POR FAVOR, SOLO RESPONDA CON NÚMEROS Y EN EL MISMO ORDEN DE LA PREGUNTA. En el caso de no haber operado, complete con un guión o punto

---

**21.** Al 30/06/2021 ¿Cuántos fueron los impuestos totales pagados? \*

POR FAVOR, SOLO RESPONDA CON NÚMEROS. En el caso de no haber operado, complete con un guión o punto

---

**22.** ¿Qué vías de comercialización y gestión de siniestros utiliza? \*

- Productores
- Directos
- Agentes institorios
- No opero
- Otro:



23. ¿Cuál es el plazo promedio para el reclamo y el pago del beneficio? \*

	De 0 a 7 días	De 8 a 15 días	De 16 a 30 días	No opero
<b>Reclamo</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Pago del beneficio</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>No opero</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

24. ¿Cuál es el medio de pago utilizado que posee mayor cobrabilidad? \*

	Cobrabilidad alta	Cobrabilidad media	Cobrabilidad baja	No opero
<b>Medios de pago electrónicos</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Factura física</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Descuento de haberes</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>No opero</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

25. ¿Qué mecanismos de solución de conflictos ha utilizado? \*

- Procedimientos Administrativos / Servicio de Atención al Asegurado
- Arbitraje
- Conciliación



- Mediación
- Reclamo Judicial
- No opero
- Otro:



---

## Referencias

**ASSAL (2017).** Boletín estadístico.

**A2II (2014).** “Perú Country Diagnostic”.

**A2II (2021).** “Seguros basados en índices: situación y desafíos regulatorios, 2020”.

**Banco de la República, Colombia (2021).** “Informe trimestral a precios corrientes a grandes ramas de actividad económica”.

**Cenfri (2019).** Insurtech tracker. “The rise of insurtechs in emerging markets”.

**Durán R., V. A., & Nájera, A. (2020).** Mercado mundial de seguros 2019. Revista Fasecolda

**INDEC (2021).** Acceso y uso de tecnologías de la información y la comunicación. EPH.

**MAPFRE Economics (2021).** El mercado asegurador latinoamericano en 2020.

**Microinsurance Network (2017).** El Panorama del Microseguro en América Latina y el Caribe 2017.

**Microinsurance Network (2020).** “Panorama del microseguro 2020”.

**Microinsurance Network (2021).** “The Landscape of Microinsurance 2021”.

**Munich Re (2018).** “El Panorama del Microseguro en América Latina y Caribe 2017”.

**OECD (2021).** OECD Indicators: Insurance Spending.

**Superintendencia de Banca, Seguros y AFP de Perú (2021).** “Cuadro Estadístico del Sistema Financiero”.

**Superintendencia de Banca, Seguros y AFP de Perú (2021).** “Evolución del Mercado Asegurador”.



**Superintendencia de Banca, Seguros y AFP de Perú (2021).** “Presentación del Sistema Asegurador”.

**SSN (2021).** Situación del mercado asegurador.

**SSN (2021).** Canales de venta de las entidades aseguradoras. Ejercicio 2020.



**Para más información, consulta:**

**<https://www.argentina.gob.ar/economia/inclusion-financiera>**



**Ministerio de Economía  
Argentina**

Secretaría de  
Finanzas