



**ASUNTO:** Inscripciones abiertas para la V Conferencia Internacional de Microseguros

## FASECOLDA EN ACCIÓN

Inscripciones abiertas para la V Conferencia Internacional de Microseguros

Después de que Colombia fuese el anfitrión de la Conferencia Internacional de Microseguros en 2008, el país le pasa la antorcha a Senegal, donde se realizará este encuentro entre el 3 y 5 de noviembre de este año.

En esta ocasión, más de 300 expertos alrededor del mundo compartirán sus experiencias y discutirán los retos de los microseguros, entre los cuales se encuentran representantes de organizaciones internacionales, ONG, agencias de desarrollo, aseguradoras y reaseguradoras, reguladores y gremios como FASECOLDA.

El plato principal de la quinta versión de esta conferencia, organizada por el Microinsurance Network, la Fundación Munich Re y apoyada por la Asociación Africana de Seguros, la Organización Mundial del Trabajo y el Banco Mundial entre otros; será el seguro de salud para los pobres así como la conexión entre microfinanzas y microseguros.

Otros temas centrales es la experiencia africana en microseguros y el análisis económico de los mercados de este servicio financiero.

A partir de ahora las personas interesadas en participar en la conferencia pueden realizar su inscripción en línea.

Si desea saber cómo inscribirse entre a la página web:

[http://www.munichre-foundation.org/StiftungsWebsite/Projects/Microinsurance/2009Microinsurance/How to Register MIC\\_2009.htm](http://www.munichre-foundation.org/StiftungsWebsite/Projects/Microinsurance/2009Microinsurance/How to Register MIC_2009.htm)

Para realizar su inscripción al encuentro haga clic en:

[https://www.munichre-foundation.org/StiftungsWebsite/pages/form\\_microinsuranceselection\\_en.aspx](https://www.munichre-foundation.org/StiftungsWebsite/pages/form_microinsuranceselection_en.aspx)

Consulte información adicional en .

<http://www.munichre-foundation.org/StiftungsWebsite/Projects/Microinsurance/2009Microinsurance/default.htm>

Fuente : FASECOLDA\* con información de Munich Re

## SECTOR

Poca educación financiera preocupa a aseguradoras

Las aseguradoras colombianas se unen al grupo de gremios que está preocupado porque Colombia no cuenta con unos consumidores financieros educados.

Para la Federación de Aseguradores de Colombia (Fasecolda), por medio de su fundación Fundaseg, la ignorancia sobre métodos financieros crea un sobreendeudamiento en las familias de los estratos más bajos del país.

Por ello, se vincularon con el Sena para promocionar talleres a lo largo del país y así aportar su grano de arena a la educación financiera de los colombianos. Según la directora de la fundación, Alejandra Díaz, la iniciativa ya ha beneficiado a 800 personas.

¿Por qué se creó el programa de educación financiera en seguros?

Las personas de menores ingresos se encuentran más expuestas a eventos inesperados como el desempleo, la muerte, una enfermedad grave o desastres naturales, los cuales golpean las finanzas del hogar.

Estos gastos los cubren con sobreendeudamiento, la venta de activos, la disminución del consumo y, en otros casos, el abandono escolar.

Muchos de los riesgos a los que está expuesta esta población pueden ser cubiertos por las aseguradoras. Sin embargo, el desconocimiento de las pólizas y la falta de información hacen que el nivel de aseguramiento sea aún muy bajo.

¿Quiénes participan en la iniciativa?

Fasecolda, su fundación Fundaseg y el Sena.

¿Cómo se desarrolla el programa?

Mediante talleres teórico-prácticos en donde los participantes, aprenden-haciendo. Cada taller tiene una duración máxima de doce horas y está diseñado de tal manera que puede adaptarse a las necesidades específicas de la población.

¿A quiénes van dirigidos los talleres?

Están orientados a la población adulta de bajos ingresos que pertenezcan a instituciones microfinancieras y cooperativas, clientes de compañías de seguros, beneficiarios del subsidio al desempleo, grupos comunitarios, y todos aquellos interesados en administrar mejor sus finanzas y sus riesgos. Los talleres son dictados por instructores del Sena.

¿Cómo pueden las instituciones acceder a los cursos?

La entidad interesada debe ponerse en contacto con Fundaseg y manifestar su interés en el programa. Además, debe señalar el tipo de población que desea capacitar (mayor a 20 personas), el día, la duración y el lugar.

¿Cuál es el costo del taller de capacitación?

El programa no tiene ningún costo para la institución interesada en desarrollarlo, pero la firma debe comprometerse a seleccionar y convocar a la población y suministrar el aula de capacitación. Por su parte, el Sena, será el encargado de prestar el profesor y Fundaseg cubrirá los gastos relacionados con material, coordinación y logística.

¿Quiénes se han beneficiado del proyecto?

A partir de este año el programa ha beneficiado alrededor de 800 personas, entre personas con subsidio de desempleo de Compensar, agentes de microseguros de Mapfre y funcionarios del nivel operativo de Aseguradora Solidaria, así como los miembros del programa Misión Bogotá, de la alcaldía distrital.

En los próximos meses los clientes de las aseguradoras Equidad Seguros, Colpatria, AIG Generales y de la empresa Surtigas formarán parte del programa.

¿Cuáles son los resultados de los talleres?

La evaluación del Programa de Educación Financiera en Seguros ha superado todas las expectativas, porque 99 por ciento de las personas encuestadas consideran que la metodología utilizada y el contenido del programa es muy bueno o bueno y 97 por ciento recomendaría el taller a otras personas. Los resultados del programa también han sido evaluados, como ejemplo de educación financiera. Mientras que al inicio del taller sólo 30 por ciento de los participantes entendió el concepto de prima, al finalizar el mismo 82 por ciento identificó claramente la definición de la prima de seguros.

Metodología de enseñanza: para todas las edades

Las sesiones tienen un orden lógico que parte del reconocimiento del riesgo hasta llegar a identificar los diferentes mecanismos de protección, entre ellos el seguro. En ese sentido se explica su funcionamiento y los diferentes tipos de pólizas que existen en el mercado. Así mismo, se usa un lenguaje claro y sencillo y de dinámicas tales como socio-dramas, ejercicios de asociación, discusiones en grupos pequeños y análisis de casos cercanos a su realidad, que motivan la participación activa de los asistentes y son elementos claves del aprendizaje.

Fuente: La República

## ECONOMÍA

### **Empresas creen que el 2009 será menos malo**

En medio de la recesión y de la caída recurrente de la producción industrial y del comercio, los empresarios de diversas ramas de la actividad económica han reportado a lo largo del año crecimientos en ventas, presupuestos positivos para lo que queda del 2009 y planes de ensanche.

Los empresarios de actividades como alimentos, confecciones, salud y belleza creen que pese a la crisis tienen potencial de mercado y, por lo tanto, opciones de crecimiento.

Igualmente, varias empresas extranjeras aterrizan en el mercado colombiano confiadas en que aquí podrán obtener buenos resultados para sus balances.

Por ejemplo, la firma de electrodomésticos menores Oster de Colombia ve el mercado local con buenas perspectivas para el 2009, pese al deterioro en las ventas del comercio.

Felipe Gómez, gerente general de Oster de Colombia, expresó que "mantenemos nuestra perspectiva favorable para el 2009, un año que consideramos desafiante desde el punto de vista económico pero en el que esperamos crecer".

A su turno, Brinsa que maneja marcas como Refisal y Blancox, espera vender en Colombia 300.000 millones de pesos, 36.000 millones de pesos más que el año pasado.

Otra empresa optimista es Imusa. De hecho, a abril pasado tuvo un crecimiento del 13 por ciento en las ventas en el mercado interno.

#### Otros negocios

El presidente de Pizano S.A., Enrique Camacho, dice que en mayo y junio hubo una recuperación de los pedidos de la industria, por lo que espera que este semestre sea mejor para quienes producen insumos de construcción y hogar.

Las ganancias netas de la empresa cumplieron en un 95 por ciento con el presupuesto, al ubicarse en 2.500 millones de pesos, y al final de año esperan que se cumpla en un 100 por ciento.

El presidente de Almagrán y Almacén, Ómar González Pardo, afirma que el nivel de ventas de las dos empresas en el primer semestre, estuvo en un monto similar al del primer semestre de 2008.

Aunque considera que este semestre mejorará la demanda interna, el 2009 será más malo que el pasado y la recuperación definitiva vendrá en el 2010.

La presidenta de la Empresa de Energía de Bogotá, Mónica de Greiff, prevé este año un crecimiento en las utilidades de dicha empresa cercano al 15 por ciento.

El presidente del Grupo de inversiones Suramericana, David Bojanini, dijo que las ganancias de ese conglomerado este año aumentarán cerca del 10 por ciento, debido a la estrategia de combinar servicios de seguros de automóvil y salud bajo la marca Sura.

Por su lado, la empresa estadounidense Caterpillar dijo que espera que los grandes recortes de los tipos de interés durante los últimos meses en Colombia, conduzcan a una mejoría en la demanda.

#### La industria de las confecciones es optimista

Pese al impacto de la crisis, cadenas con Arturo Calle siguen creciendo. Su marca empezará a expandirse con el modelo de franquicia.

Por su parte, la cadena de confecciones, Americanino, aunque ha enfrentado problemas con los

mercados de Venezuela y Ecuador, piensa fortalecer su operación a nivel doméstico mediante la venta de la franquicia de su marca.

Con cautela, pero con optimismo, se manifiesta Samuel Tcherassi, gerente de la marca de ropa infantil EPK, que desde el año 2006 hasta la fecha ha abierto 13 tiendas en las principales ciudades del país.

"Este año, el ritmo de las aperturas ha sido más lento. Estamos esperando a que se calmen las aguas de la crisis mundial, porque esperamos que en el 2010 podamos encontrar más oportunidades", afirma Tcherassi.

Las empresas especializadas en productos o servicios de belleza y salud, son positivas frente a la situación del mercado. Así lo demuestran consultas hechas a empresas como Belcorp, Natura, Herbalife, Bardot, Fedco y Bodytech.

Fuente: Portafolio.com.co

## INTERNACIONAL

Lloyd's abrió oficina en Irlanda

La apertura de la nueva oficina en Dublin confirma la confianza en la economía irlandesa, pese a los efectos de la crisis.

Así lo manifestó el Presidente de Lloyd's en este país, Lord Levene, quien agregó que la compañía está muy optimista respecto al futuro del sector financiero en la nación.

Para la firma, las diferentes negocios del mercado irlandés han renovado su interés en los servicios de Lloyd's, lo que permite contar con una perspectiva positiva para los seguros en el mediano y largo plazo.

"Más allá de la mera sobrevivencia, nuestra industria está viviendo una era de oportunidad. Pero nuestro éxito dependerá del uso que le demos a nuestros recursos de inteligencia, experticia y liderazgo empresarial para anticipar futuras tendencias y maximizar las oportunidades", dijo Lord Levene en un comunicado de prensa.

La sede irlandesa se une a las más de 31 oficinas o representaciones internacionales de la firma, en países como Alemania, España, Francia, China, Suráfrica. En Latinoamérica está presente en Argentina y Brasil.

Fuente: FASECOLDA \* con información Lloyd's de Londres