

# PROYECTO SEGUROS INCLUSIVOS

FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO PRODUCTIVO  
Y FINANCIERO - PROFIN



CONSULTORÍA POR PRODUCTO:

## SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS DEL SEGURO VITÍCOLA

DOCUMENTO FINAL



Elaborado por: María Ximena Cortez Alvarado

# Índice

Pág.

<b>1. INTRODUCCION .....</b>	<b>3</b>
<b>2. CAPITULO I: ANTECEDENTES Y METODOLOGIA .....</b>	<b>4</b>
2.1 Contexto y Justificación.....	4
2.2. Diseño del FTR uva.....	5
2.3. Metodología: Sistematización de Experiencias del Seguro Vitícola.....	6
<b>3. CAPITULO II: CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS DEL SEGURO VITÍCOLA.....</b>	<b>7</b>
3.1. Objetivo General.....	7
3.2. Objetivos Específicos.....	7
3.2.1    Objetivo 1 Promover el acceso y uso de un instrumento financiero a los productores vitícolas a través de la implementación de una estrategia de promoción/comunicación.....	7
a) Promoción en medios de comunicación masivos.....	8
b) Promoción en medios de comunicación auxiliares o complementarios.....	8
3.2.2    Objetivo 2 Sistematizar y socializar la experiencia piloto del instrumento financiero como soporte básico para su masificación a nivel departamental.....	9
3.2.3    Objetivo 3 Transferencia del producto a una aseguradora.....	10
3.2.4    Objetivo 4 Desarrollar coberturas adicionales al granizo.....	12
3.2.5    Objetivo 5 Generar una cultura de prevención y mitigación de riesgos.....	13
3.2.6    Objetivo 6 Integrar el apoyo a la producción que combine instrumentos Financieros y No financieros.....	13
a) Instrumentos Financieros.....	14
b) Instrumentos No Financieros .....	14
3.2.7    Objetivo 7 Cubrir las pérdidas económicas provocadas por el granizo, asegurando la inversión y dando continuidad al ciclo productivo.....	14
<b>4. CAPITULO III: LA COMPAÑÍA ALIANZA Y SU EXPERIENCIA CON EL SEGURO</b>	

<b>VITÍCOLA.....</b>	<b>20</b>
4.1 Resultados técnicos del seguro vitícola .....	20
4.2 Aspectos organizacionales de la empresa Alianza para el seguro vitícola.....	22
4.3 Procesos de evaluación de daños y de indemnización.....	23
<b>5. CAPITULO IV CANALES DE COMERCIALIZACIÓN DEL SEGURO VITÍCOLA.....</b>	<b>25</b>
5.1 Resultados de la comercialización: por Entidad de Intermediación Financiera: .....	26
a) IDEPRO.....	26
b) PRODEM.....	27
c) Cooperativa El Churqui .....	27
<b>6. CAPITULO V CONCLUSIONES.....</b>	<b>29</b>
<b>7. ANEXOS</b>	

## 1. INTRODUCCIÓN

La producción de uva en nuestro país se cultiva entre los 1700 y 2400 metros sobre el nivel del mar, a esta altura la uva gana riqueza aromática debido a una exposición más intensa a los rayos ultravioletas. Esta característica hace que los derivados de la uva producidos en nuestro territorio sean distintos y tengan identidad propia.

Tarija es la zona más apta de Bolivia para el cultivo de vid, teniendo un rendimiento de 6,80 TM/Ha (Toneladas métricas sobre hectárea), seguido por Chuquisaca con 5,81TM/Ha. En Tarija un 15% de la producción corresponde a la uva negra varietal y el resto a la uva blanca moscatel de Alejandría<sup>1</sup>.

### Producción de uva estimada en Bolivia

CUADRO No. 1

Departamento	Superficie (Has)	Rendimiento (qq/Ha)	Produccion Total (qq)
Valles de Tarija	1.996,00	150,00	299.400,00
Valles de chuquisaca	344,00	100,00	34.400,00
Valles de La Paz	50,00	70,00	3.500,00
Valles de Santa Cruz	50,00	150,00	7.500,00
Valles de Cochabamba	40,00	100,00	4.000,00
Valles de Potosi	10,00	50,00	500,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.490,00</b>	<b>140,00</b>	<b>349.300,00</b>
<b>1qq = 46Kg</b>			

Fuente: Centro Nacional Vitivinícola (CENAVIT)

Del total de la uva producida, 48% es utilizada para la producción de vinos y singanis. Se estima que las ventas de uva de producción nacional alcanzan a 24 millones de dólares, de los cuales 6 millones se obtienen del consumo como uva de mesa y 18 millones como vino y singani.

En el Departamento de Tarija existen más de 2.600 familias dedicadas al cultivo de vid, de las cuales un 85% son pequeños productores con 0.5 a 1 hectáreas de vid, el 10% son productores medianos, con 1 a 5 has, mientras que los mayores productores solamente representan el 5% con más de 6 hectáreas.

<sup>1</sup> Sistema Plurinacional de Certificación de Competencias. Matriz de Formación Complementaria sector ocupacional: "Viticultor/a". 2016

## 2. CAPITULO I: ANTECEDENTES Y METODOLOGÍA

### 2.1. Contexto y justificación

El cambio climático, afecta a todas las economías en diferentes niveles de incidencia. En nuestro país el sector agrícola se encuentra constantemente expuesto a eventos climáticos adversos, el calentamiento global trae consigo un aumento en los riesgos, desde la cantidad de eventos hasta la magnitud de estos. La actividad agrícola siempre ha estado sujeta a catástrofes naturales: sequías, heladas granizadas, inundaciones y otros, encontrando a los pequeños productores desprotegidos. Es ante esta situación que es importante contar con un mecanismo de transferencia de riesgos que permita a los productores agrícolas compensar económicamente su pérdida y dar continuidad a su actividad productiva, mejorando la calidad de vida del campo y disminuyendo la migración campo-ciudad.

En este contexto, surge la necesidad de desarrollar mecanismos de transferencias de riesgos, es decir, seguros, diseñados de acuerdo a las necesidades y características de cada región.

Es así que, conociendo la importancia de la actividad vitícola en el valle central de Tarija, que constituye la base de la economía de más de 39 comunidades de 4 provincias (Avilés, Cercado, Arce y Méndez) y al mismo tiempo el sector se encuentra estrechamente vinculado al desarrollo de la industria local, se diseña e implementa el Fondo de Transferencia de Riesgos (FTR) Uriondo, que posteriormente es transferido a la Empresa Alianza, convirtiéndose en el Seguro Vitícola, siendo este el primer seguro comercial del país.

### 2.2. Diseño del FTR uva

La granizada es un evento climatológico, que afecta significativamente a la producción agrícola, generando un importante daño económico a los productores de uva, más aún cuando estos cultivos son de alto costo.

Después de una fuerte granizada, para recuperar la inversión, el productor recurre a sus ahorros o se endeuda en el mercado financiero y en el peor de los casos pierde toda su producción vitícola al no tener la suficiente capacidad de recuperar mínimamente sus costos de producción.

Por estas razones, los productores vitícolas vieron la necesidad de contar con mecanismos de prevención y demandaron desarrollar e implementar seguros agrícolas.

Es así, que, a través de las Mesas de Concertación realizadas en Tarija con la finalidad de diseñar las políticas públicas, se consideró esta demanda a través del Fondo de Transferencia de Riesgos, que fue un proyecto piloto de innovación, similar a un seguro con iniciativa de la Fundación PROFIN acompañado en ese entonces por la Alcaldía del municipio de Uriondo, Fautapo y el BID/FOMIN.

A continuación, se detallan los sucesos cronológicos que impulsaron la creación e implementación del seguro vitícola:

- El año 2002 en las Mesas de Concertación realizadas en Tarija –cuyo propósito era definir las políticas públicas de desarrollo que se implementarían– se anotó esta demanda. Se acordó la creación de Seguros Productivos y Agropecuarios, se priorizó la

urgencia de ejecutar un proyecto para “implementar un programa exclusivo de lucha contra el granizo en el Valle Central de Tarija.”<sup>2</sup>

- Cuando se elaboró el Plan de Desarrollo Económico Social del Departamento de Tarija para el periodo 2005 – 2009, este tema fue refrendado a través de una de las políticas de desarrollo productivo, la misma que señala: “promover los seguros productivos y agropecuario”<sup>3</sup> debiéndose realizar estudios que sustenten la factibilidad técnica, financiera, económica y legal para establecer los mismos.
- El único instrumento normativo que hacía referencia al tema era la Ley N° 2140 de Reducción de Riesgos y Atención Desastres, en la cual establece que el Estado atiende las emergencias naturales en las zonas rurales, canalizando la ayuda en acciones humanitarias o en la reposición de insumos a los productores afectados, siempre y cuando el desastre natural haya adquirido una cobertura espacial importante tanto a nivel municipal como departamental, quedando al margen las acciones de prevención o de reducción de riesgos y el productor individual quedaba desprotegido luego del auxilio eventual o circunstancial.
- El 31 de diciembre de 2007 se promulga la Ley N° 3813 que dispone la creación del “Seguro Agropecuario del Departamento de Tarija, a cargo de la Prefectura del Departamento quién, en el marco de sus atribuciones, podría coordinar actividades con las instancias públicas y privadas correspondientes. Para este objetivo se autoriza a la Prefectura tarijeña la constitución de un Fondo que financie el Seguro Anual Agropecuario Departamental y de elaborar un reglamento para la implementación de esta ley. Sin embargo, debido al poco entendimiento entre el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras y la Prefectura de Tarija solo avanzó en papeles hasta la fecha.
- Es por eso que en la gestión 2008, se inicia el diseño del Fondo de Transferencia de Riesgo (FTR) bajo la suscripción de un Convenio Interinstitucional entre el Gobierno Municipal de Uriondo, Fautapo y la Fundación
- PROFIN, llevando esta última la responsabilidad de administrar y operar el FTR uva.

### 2.3. METODOLOGÍA: SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS DEL SEGURO VITÍCOLA

La metodología que se utilizará en este trabajo se denomina Sistematización de Experiencias, que conceptualmente se la define como: *“Una interpretación crítica de una o varias experiencias que, a partir de su ordenamiento y reconstrucción, descubre o explicita la lógica del proceso, los factores que han intervenido en él, como se han relacionado entre sí y por qué lo han hecho de ese modo”*.

Para la sistematización del seguro vitícola se utilizará el método de las 3R: **Recopilar, Revisar y Razonar**, para buscar errores y aciertos en el desarrollo del producto del seguro vitícola, ponerlos en una balanza y encontrar las lecciones aprendidas; por ello lo esencial de la

---

<sup>2</sup> Concertación y Desarrollo. Los acuerdos de las Mesas de Concertación para el Desarrollo Departamental, Tarija, julio de 2002

<sup>3</sup> Plan Departamental de Desarrollo Económico Social PDES 2005 – 2009

sistematización de experiencias reside en que se trata de un proceso de reflexión e interpretación crítica de la práctica y desde la práctica, que se realiza con base en la reconstrucción y ordenamiento de los factores objetivos y subjetivos que han intervenido en esa experiencia, para extraer aprendizajes y poder compartirlos.

Este documento sintetiza las experiencias de los diferentes actores involucrados en el Seguro Vitícola de Tarija, a través de una interpretación crítica y analítica de estos eventos vividos por cada uno de ellos.

Se realizaron encuestas, entrevistas grupales (participativas) y entrevistas individuales y el resultado de este proceso de experiencias, será el que nos guie hacia los objetivos por los que fue implementado el seguro vitícola.

### 3. CAPITULO II CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS DEL SEGURO VITICOLA

Cuando se diseñó el FTR uva se establecieron varios objetivos específicos que debían cumplirse para conseguir el objetivo principal, uno de los propósitos de la consultoría es describir si se cumplieron estos enunciados en función a toda la información sistematizada.

#### 3.1. Objetivo General

***"Contribuir a proteger a los agricultores vitícolas del Valle Central de Tarija de las pérdidas económicas provocadas por la granizada a través de la contratación voluntaria de un instrumento financiero por parte de los mismos.***

#### 3.2. Objetivos Específicos

1. Promover el acceso y uso de un instrumento financiero a los productores vitícolas del municipio de Uriondo a través de la implementación de una estrategia de comunicación/promoción
2. Sistematizar y socializar la experiencia piloto del instrumento financiero como soporte básico para masificación del instrumento financiero a nivel departamental.
3. Transferencia del producto a una aseguradora
4. Desarrollar coberturas adicionales al granizo
5. Generar una cultura de prevención y mitigación de riesgos
6. Integrar el apoyo a la producción vitícola que combina instrumentos financieros y no financieros.
7. Cubrir las pérdidas económicas provocadas por el granizo, asegurando la inversión y dando continuidad al ciclo productivo.

##### 3.2.1 OBJETIVO 1: PROMOVER EL ACCESO Y USO DE UN INSTRUMENTO FINANCIERO A LOS PRODUCTORES VITÍCOLAS DEL MUNICIPIO DE URIONDO A TRAVÉS DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN/PROMOCIÓN.

Este objetivo tiene dos partes y en orden de prioridad son los siguientes: a) implementación de una estrategia de comunicación y b) promover el acceso y uso de un instrumento financiero a los productores vitícolas del Municipio de Uriondo.

Por toda la información recabada, no se pudo establecer cuál fue la estrategia de comunicación/promoción implementadas, pero se pudo evidenciar que se realizaron varias acciones de comunicación y promoción, que incorporó medios de comunicación masivos y alternativos.

Imagen 1



**a) Promoción en medios de comunicación masivos:**

- Se realizaron cuñas radiales a través de Radios ACLO y Vendimia de Tarija.
- Cobertura radial, con testimonios de productores difundiendo su experiencia con el seguro vitícola.
- Cobertura en medio radial del Municipio de Uriondo de forma gratuita.
- Propaganda televisiva

**b) Promoción en medios de comunicación auxiliares o complementarios:**

- Teatros con temática de la uva y el granizo en las festividades de las comunidades productoras de vid.
- Participación en ferias, principalmente de Bodegas y Viñedos Casa Grande.
- Material publicitario.
- Elaboración de dípticos promocionales.

Con estas acciones se esperaba repuntar el producto y que los productores de uva en Tarija aseguren su parcela de manera masiva. A continuación, se presenta la evolución del número de productores vitícolas que tomaron el seguro desde su implementación como FTR hasta su continuidad con Seguros Alianza.

Gráfico No. 1

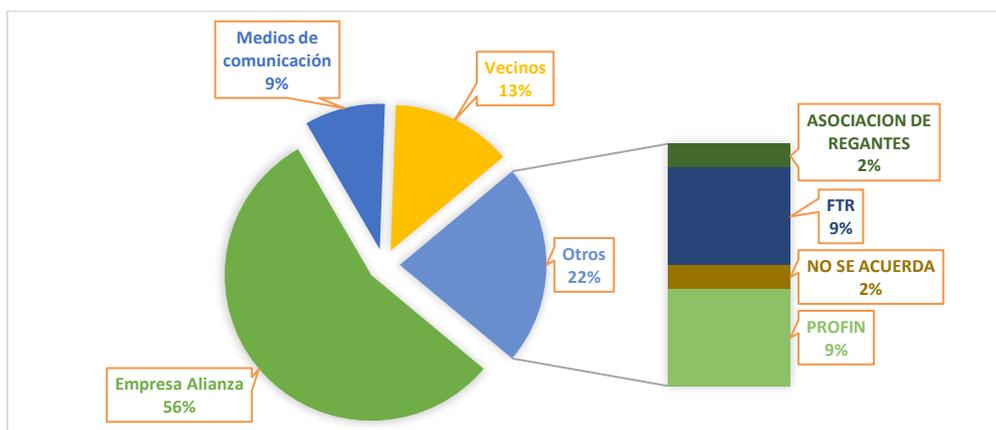


El mayor número de asegurados vitícolas se encontró concentrado en los primeros años de funcionamiento del producto (FTR), posteriormente presenta un descenso continuo. Por la evidencia recolectada, con las acciones de comunicación/promoción **no se logró promover el acceso y uso del seguro vitícola a los productores a través de la implementación de una estrategia de promoción y comunicación.**

Por otro lado, a través de las encuestas realizadas en diferentes comunidades se puede observar que solamente el 9% de los productores se enteraron del seguro a través de medios de comunicación y que la mayoría (56%) se enteraron a través de la compañía Alianza Seguros.

Gráfico N° 2

¿Cómo se enteró del seguro vitícola?



Si bien existe evidencia de que se hicieron acciones comunicacionales de promoción del seguro vitícola, ésta no fue lo suficientemente contundente para ampliar la cobertura del número de asegurados.

### 3.2.2 OBJETIVO 2: SISTEMATIZAR Y SOCIALIZAR LA EXPERIENCIA PILOTO DEL INSTRUMENTO FINANCIERO COMO SOPORTE BÁSICO PARA MASIFICACIÓN DEL INSTRUMENTO FINANCIERO A NIVEL DEPARTAMENTAL

Para fines interpretativos, el gráfico que se presenta a continuación se construyó a partir de los datos extraídos del “Censo Nacional agropecuario 2013” de Bolivia, que menciona que en Tarija existen 2.459 Unidades Productivas Agropecuarias (UPA’s) de vid en Tarija. El objetivo era masificar el producto y que el número de asegurados crezca porcentualmente en cada campaña.

Para realizar el siguiente gráfico se utilizó la siguiente formula:

$$\text{Masificación del seguro} = \frac{\text{Número de asegurados}}{\text{Número de UPA's}}$$

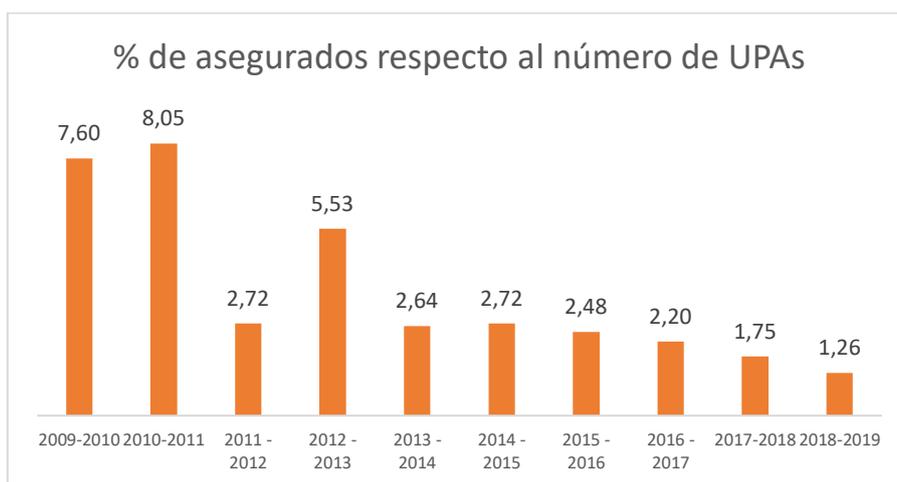
Donde:

Número de asegurados: Es un dato variable que se extrae de los reportes de Alianza de cada año

Número de UPA's: Es un dato constante que se extrae del Censo agropecuario.

Supuesto: Para fines de cálculos metodológicos, se supone que no existe mucha variación en las UPA's en todo el periodo de análisis.

Gráfico N° 3



El gráfico muestra que la experiencia piloto como soporte básico, para que el seguro vitícola sea un instrumento financiero masivo en el departamento de Tarija, **no alcanzó o no tuvo el impacto esperado.**

Resaltar que los porcentajes más elevados se presentan en los primeros años de funcionamiento, justamente cuando se lo piloteaba como FTR.

### 3.2.3 OBJETIVO 3: TRANSFERENCIA DEL PRODUCTO A UNA ASEGURADORA

En septiembre de 2012, se realiza la transferencia del FTR con el nombre de seguro vitícola a Alianza Compañía de Seguros y Reaseguros, ampliando además el radio de cobertura de los productores de Uriondo a los municipios de Cercado.

Alianza Compañía de Seguros y Reaseguros S.A. es la entidad que asumió el desafío de continuar con este emprendimiento. En esta etapa, el Gobierno Municipal de Uriondo decide replegarse del proyecto y son las Fundaciones PROFIN y FAUTAPO las que todavía acompañan este proceso de transición para que el seguro pueda convertirse en un servicio manejado e implementado por una compañía de seguro.

Para determinar el cumplimiento de este objetivo, se analizará la intervención de los actores en las dos etapas de implementación de este producto: a) Diseño - implementación del FTR uva y b) transferencia a una empresa aseguradora comercial.

#### Imagen 2.

Actores participantes: FTR uva

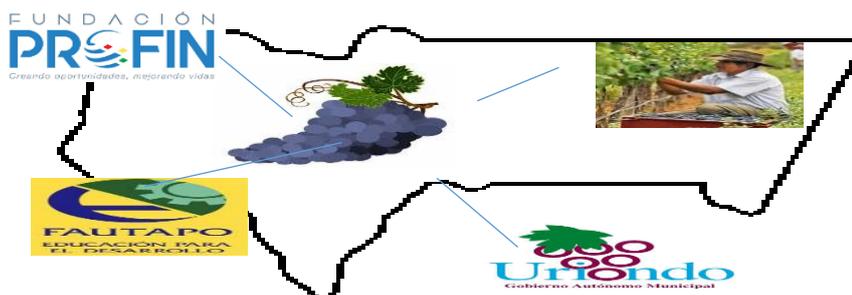


Imagen 3.

Actores participantes: SEGURO VITICOLA



En todo el proceso del seguro vitícola, los actores tanto públicos como privados definieron su participación, ya sea manteniéndose en este proceso o cambiando su rol:

Actores FTR	Actores Seguro Vitícola
<p><b>Productor:</b> Productor de vid del municipio de Uriondo (beneficiario del FTR).</p>	<p><b>Productor:</b> Productor de vid municipio de Uriondo Provincia Avilés y Cercado</p>
<p><b>Fundación PROFIN / Oficina del FTR:</b> Órgano ejecutivo y operativo del FTR: -Recibía la solicitud y denuncia de los productores. -Firma del contrato con los afiliados. Elaboraba informes periódicos para conocimiento del Gobierno Municipal de Uriondo que servían como base de datos. Se encontraba a cargo de la campaña de comunicación y de promoción del seguro Coordinaba con la instancia técnica y la compañía aseguradora que ingresó en la última etapa del FTR.</p>	<p><b>Fundación PROFIN:</b> A cargo de la campaña de comunicación y de promoción del seguro. Coadyuva con instrumentos no financieros: Educación Financiera y Capacitación Técnica.</p>
<p><b>FAUTAPO Instancia técnica:</b> Formación de personal especializado en peritaje e inspección (Peritos)</p>	<p><b>FAUTAPO:</b> No forma parte del Seguro Vitícola</p>
<p><b>Gobierno Municipal de Uriondo:</b> El GM de Uriondo fue el actor demandante del seguro para sus productores, constituyó un Fondo con recursos del Municipio de Uriondo.</p>	<p><b>Gobierno Municipal de Uriondo:</b> No forma parte del Seguro Vitícola</p>
<p><b>Entidades de Intermediación Financiera: Cooperativa El Churqui, IDEPRO, PRODEM</b> No formaban parte del FTR</p>	<p><b>entidades de Intermediación Financiera: Cooperativa El Churqui, IDEPRO, PRODEM</b> Existían convenios con Cooperativa EL Churqui, IDEPRO y PRODEM para que comercialicen el seguro vitícola junto al crédito.</p>
<p><b>Compañía de Seguros Alianza</b> Ingresó en el último año del FTR</p>	<p><b>Compañía de Seguros Alianza:</b> Empresa de seguros a cargo del Seguro Vitícola. Realiza la verificación de los datos del viñedo y de los daños en caso de siniestro. Emite la póliza de seguros y liquidación de pagos por indemnización.</p>

De estos actores, los que tuvieron una participación importante en las diferentes campañas fueron los siguientes:

- **El Municipio de Uriondo**, en la primera campaña permitió el arranque del FTR uva a través de un Fondo con cobertura contra el granizo que se activaría al ocurrir un evento mayor, es decir cuando las indemnizaciones excedieran los aportes de los productores.
- **Fundación PROFIN**, fue parte de la segunda campaña con recursos de la Cooperación internacional, constituye un fondo de reserva técnica al que se suman las cuotas de afiliación.

En caso de indemnizaciones, las realizaba mediante cheques o depósitos a cuentas individuales de los productores. El fondo de reserva se activaría en caso de que las pérdidas en la producción sean elevadas y no sean suficientes los aportes recaudados para cumplir con el propósito de protección a los afiliados.

- **Seguros ALIANZA**, es parte de la tercera campaña, donde se transfiere el modelo, con el acompañamiento de la Fundación PROFIN, en los municipios de Uriondo y Cercado.

El objetivo de **transferir el FTR a una aseguradora se cumplió**, sin embargo, la información recogida a través de distintas metodologías muestra que los mejores resultados se obtuvieron, cuando participaba de manera activa el Gobierno Municipal de Uriondo.

#### 3.2.4 OBJETIVO 4: DESARROLLAR COBERTURAS ADICIONALES AL GRANIZO

Durante las tres gestiones del FTR en Tarija, los productores resaltaron que además del granizo otro de los principales riesgos climáticos por el cual ven afectados sus cultivos, es la helada.

Existen zonas donde los productores son afectados poco o nada por el granizo, pero sufren del efecto de la helada, por esa razón y el de mejorar el seguro para la uva, es que la Fundación PROFIN desarrolló un estudio de seguro vitícola para la helada. Sin embargo, esta cobertura adicional no llegó a implementarse.

La opinión de los productores vitícolas, al respecto refleja el interés en un seguro vitícola contra el riesgo de la helada ya sea por la zona de riesgo o por la variedad de la uva.

*“La Uva Moscatel sale primero por eso la helada debe incluirse en el seguro”* (Productor de la comunidad de Colon Sud) Grupo Focal 2.

*“Podría haber dos opciones de seguro, uno de granizo y helada y otro solo helada”* (Productor de la comunidad de Colon Sud) Grupo Focal 2.

Este objetivo **fue parcialmente alcanzado**, se desarrolló una propuesta adicional al granizo<sup>4</sup>, pero sin lograr implementarla en la práctica.

---

<sup>4</sup> Fundación PROFIN “Desarrollo de un mecanismo de transferencia de riesgo para la uva en Bolivia”, Equipo de Seguros y Microseguros, Adrián Castellón Camacho.

### 3.2.5 OBJETIVO 5: GENERAR UNA CULTURA DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE RIESGOS

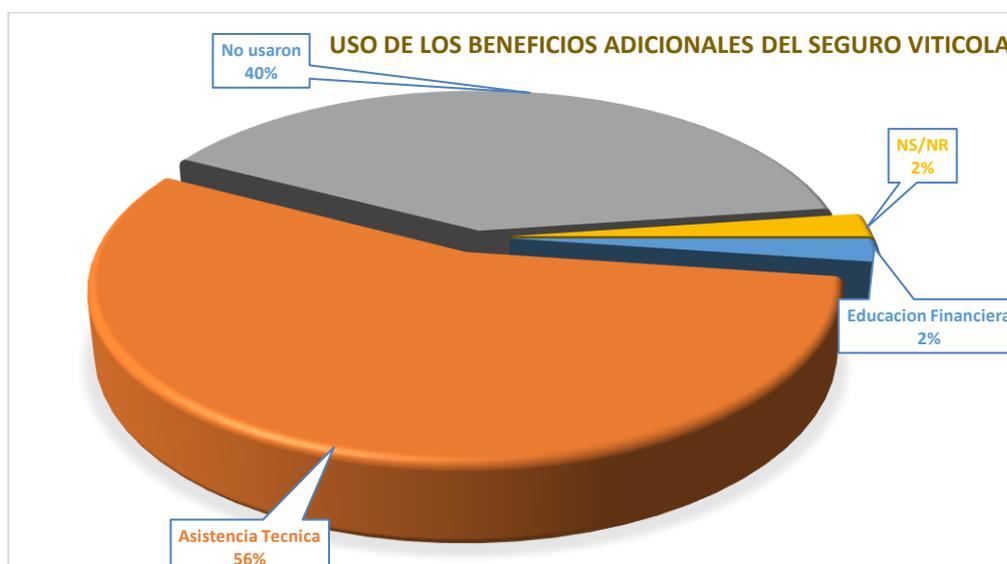
Ante la existencia de los efectos del cambio climático, que generan una alta fragilidad ambiental, se hace imperante sensibilizar y alfabetizar al productor agrícola en temas relacionados al cambio climático y la Educación Financiera.

Es así, que, a través del Seguro Vitícola, como beneficio adicional a iniciativa de PROFIN, se incorpora la Educación Financiera para los productores, con charlas explicativas referentes al seguro y el impacto del cambio climático.

En el 2017 se alcanzó a llegar a 500 productores de uva con el Programa de Educación Financiera y cambio climático (8 módulos); y a más de 800 productores con sensibilización en Seguros. Sin embargo, de todos los productores encuestados y entrevistados solamente el 2% manifestó que recibió este beneficio adicional.

Los resultados de las encuestas muestran lo siguiente:

Gráfico No.4



Se puede observar que el 56% de los productores asistieron a las charlas de asistencia técnica más no así a los talleres de Educación Financiera y Cambio Climático. También se puede observar que un elevado porcentaje (40%) no accedió a ninguno de los talleres implementados por PROFIN en apoyo a la compañía ALIANZA.

### 3.2.6 OBJETIVO 6: INTEGRAR EL APOYO A LA PRODUCCIÓN VITÍCOLA QUE COMBINE INSTRUMENTOS FINANCIEROS Y NO FINANCIEROS

***“La iniciativa de apoyar con asistencia técnica, surge a raíz de un trabajo con grupos focales donde los productores demandaron y vieron como necesario que esta acción acompañara al seguro vitícola”*** Erika Pacheco, Fundación PROFIN

#### Imagen 4

#### El Seguro y su combinación de instrumentos financieros y no financieros



El objetivo de integrar el apoyo a la producción vitícola que combine instrumentos financieros y no financieros **fue cumplido parcialmente**.

#### a) Instrumentos Financieros

Se logró que la compañía Alianza regale como parte del seguro vitícola, un seguro de vida para los productores. No se tiene información de algún productor que hubiese fallecido y su familia hubiera recibido el beneficio de la indemnización.

Hubieron 3 Entidades de Intermediación Financiera: El Churqui, IDEPRO y PRODEM que comercializaban el seguro vitícola. Sin embargo, lo que se pretendía era que el seguro se encuentre ligado al crédito, lo cual no sucedió, porque las EIF lo comercializaban por separado y tampoco vendían el seguro a crédito, sino que los productores debían pagarlo al contado.

#### b) Instrumentos NO Financieros

A iniciativa de la Fundación PROFIN, el año 2017 se acompañó la campaña de comercialización del seguro con una campaña de Educación en Seguros y Cambio Climático, con el objetivo de sensibilizar a los productores de uva sobre la importancia de contar con un seguro como una herramienta de protección ante los efectos del cambio climático.

El año 2018 la comercialización del seguro fue acompañada por un Programa de Sensibilización en Seguros y Asistencia Técnica y Buenas Prácticas Agrícolas, se llegó a 1200 productores del departamento de Tarija.

En ambos casos, los instrumentos No Financieros estuvieron a cargo de la Fundación PROFIN a través de sus Proyectos financiados por la COSUDE, por lo que no se puede afirmar que estas intervenciones son sostenibles en el tiempo pues dependían de la duración del Proyecto que administraba PROFIN.

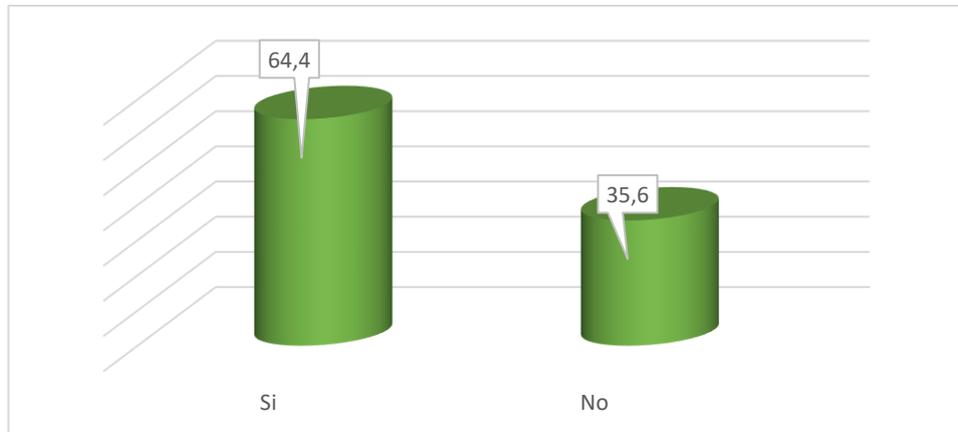
### 3.2.7 OBJETIVO 7: CUBRIR LAS PÉRDIDAS ECONÓMICAS PROVOCADAS POR EL GRANIZO, ASEGURANDO LA INVERSIÓN Y DANDO CONTINUIDAD AL CICLO PRODUCTIVO.

Para poder evitar y controlar el riesgo moral, el diseño del FTR preveía que la suma asegurada en caso de siniestro debería ser igual a los costos de producción por hectárea, con el fin de que los productores de vid puedan recuperar el capital invertido y mantenerse dentro del ciclo productivo agrícola.

El siguiente gráfico muestra que del total de productores que adquirieron el seguro, 64,4 % lo utilizó, lo que significa que pudieron recuperar la totalidad o parte de sus costos de producción.

Gráfico N° 5

Productores asegurados que utilizaron el seguro vitícola



Sin embargo, era importante conocer a que otros recursos recurren los productores cuando sufren algún evento climatológico adverso.

Gráfico N° 6

Maneras de enfrentar riesgo climático adverso

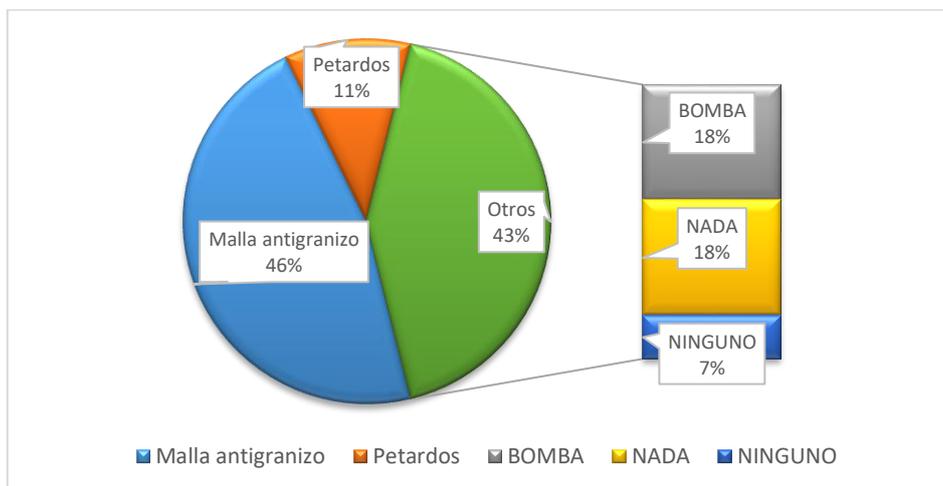


Como se observa en el gráfico, el 71% de los productores recurren a utilizar sus ahorros para volver a comenzar su actividad productiva, el 20% solicita un préstamo a terceros o a una Entidad Financiera.

Como productos alternativos y complementarios al seguro vitícola, los productores en su gran mayoría utilizan la malla antigranizo como medio de protección de su viñedo, como se observa en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 7

Productos Alternativos y complementarios al Seguro Vitícola



De acuerdo a la información levantada (encuestas y grupos focales), los productores indicaron que su costo de producción en promedio es de Bs. 20.441,32 por hectárea:

Cuadro No.2

Costos de Producción del cultivo de uva (Percepción del productor)		Estadístico	Error estándar
Media		20441,32	2736,25
95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior	14897,15	
	Límite superior	25985,48	
Media recortada al 5%		18565,20	
Mediana		15500,00	
Varianza		284508260,38	
Desviación estándar		16867,37	
Mínimo		1500,00	
Máximo		83640,00	
Rango		82140,00	
Rango intercuartil		17220,00	
Asimetría		1,95	,383
Curtosis		4,66	,750

Estos resultados, nos muestran que el monto de indemnización que pagaba el seguro de Bs. 17.000.- en caso de sufrir siniestro por granizo, se encuentra dentro del rango que los productores necesitan para cubrir sus costos de producción.

El modelo actuarial fue diseñado en base a la información proporcionada y recopilada en las zonas, la misma consiste en:

- Mapas de riesgo agroclimáticos
- Información agronómica del cultivo

a) El ciclo productivo de la vid

- b) Los costos de producción desde la siembra hasta la cosecha y
- c) La superficie cultivada del producto en la zona identificado por distritos y comunidades.<sup>5</sup>

En lo referente a los costos de producción, el viticultor contrata mano de obra para labores como la poda, fertilización del suelo, la cosecha, etc., debido a que la superficie del terreno supera sus posibilidades físicas. Los costos de producción se ven incrementados por la elevada utilización de la mano de obra.

Algunos productores aseguraron que la mecanización del cultivo de la uva disminuiría los costos de producción e incrementaría la rentabilidad, ya que existe maquinaria, por ejemplo, que puede cosechar una hectárea de uva en una hora y media, sustituyendo el trabajo de varias personas.

La prima del seguro se calculó sobre los costos de producción, por lo que para disminuir el valor de la misma, los productores deberían pensar en mecanizar el sector vitícola lo que tendría como efecto una reducción en los costos de producción.

Es relevante determinar el ingreso que perciben los productores vitícolas, para lo cual se usó la información de los grupos focales y los resultados de las encuestas.

De acuerdo al siguiente cuadro, los encuestados en promedio indican que producen por hectárea 366,29 quintales de uva.

**Cuadro No.3**

Quintales de uva por hectárea	Estadístico	Error estándar
Media	366,29	27,14593
95% de intervalo de confianza para la media	Límite inferior Límite superior	311,29 421,29
Media recortada al 5%	365,29	
Mediana	375,00	
Varianza	28002,27	
Desviación estándar	167,34	
Mínimo	23,00	
Máximo	800,00	
Rango	777,00	
Rango intercuartil	212,50	
Asimetría	0,07	,383
Curtosis	0,09	,750

En las entrevistas grupales, los productores mencionaron que venden un quintal de uva entre un rango de 100 a 130 Bs.

<sup>5</sup> Desarrollo de un Mecanismo de Transferencia de Riesgo para la uva en Bolivia. Equipo de Seguros y Microseguros. PROFIN. Adrián Castellón Camacho.

Con esta información y utilizando un precio promedio que el mercado paga a los productores (Bs115.-) podemos estimar los ingresos de los viticultores generados en una campaña agrícola por hectárea:

$$I_{ha} = P * Q_{ha}$$

Donde:

*I<sub>ha</sub>* = Ingreso por hectárea

*P* = Precio por quintal de uva

*Q<sub>ha</sub>* = Cantidad de quintales de uva por hectárea

Desarrollando:

$$I_{ha} = 115 * 366.29$$

$$I_{ha} = 42,123.35 \text{ Bs.}$$

Descontando los costos de producción mencionados en el cuadro No. 2

$$G_n = I_{ha} - CP$$

Donde:

*G<sub>n</sub>* = Ganancia neta

*CP* = Costos de producción

Desarrollando:

$$G_n = 42,123.35 - 20.441,32$$

$$G_n = 21,682.03 \text{ Bs.}$$

Si el productor vitícola no sufre ningún tipo de siniestro climático o productivo en el ciclo agrícola, manteniendo todas las variables ceteris paribus, su ganancia neta es de Bs.21,682.03 por hectárea.

## 4. CAPITULO III LA COMPAÑÍA ALIANZA Y SU EXPERIENCIA CON EL SEGURO VITICOLA

En esta parte del análisis veremos cómo la compañía Alianza Seguros respondió al desafío de implementar el seguro vitícola.

### 4.1 RESULTADOS TECNICOS DEL SEGURO VITICOLA

La compañía Alianza viene trabajando con el seguro vitícola desde hace 6 años atrás, teniendo como objetivo asegurar los viñedos del Valle Central de Tarija.

Se hicieron muchas campañas de comunicación y promoción conjuntamente con PROFIN para mostrarle al productor la necesidad de contar con un seguro vitícola y así masificar el producto y alcanzar una mayor cobertura del seguro vitícola.

Los resultados que se consiguieron son descritos en el siguiente cuadro:

**Cuadro No. 4**

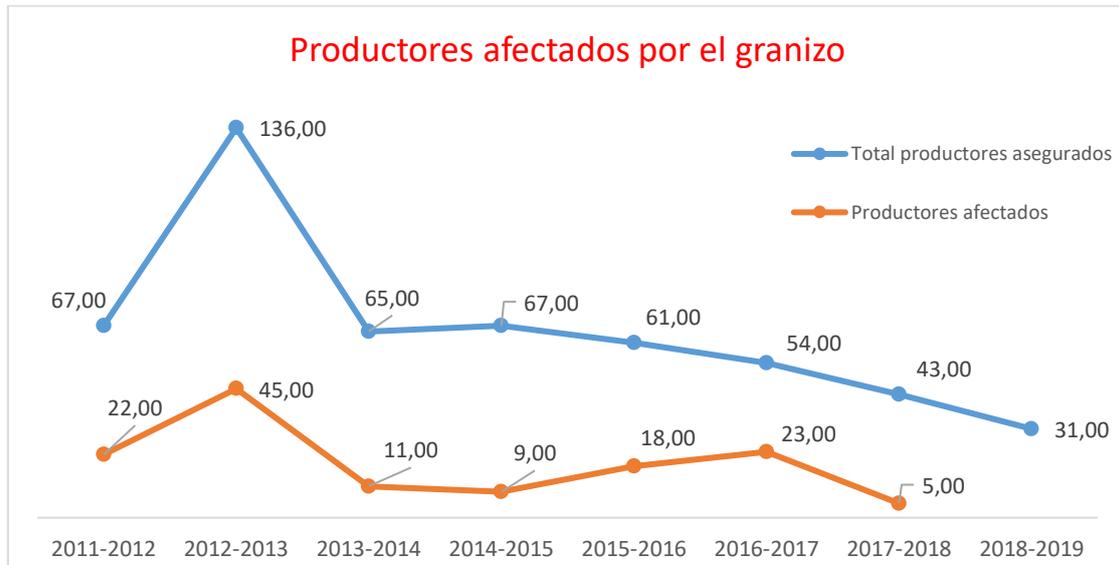
#### RESUMEN SEGURO VITICOLA POR GESTION

	2011-2012	2012-2013	2013-2014	2014-2015	2015-2016	2016-2017	2017-2018	2018-2019
Prima/Hectarea	1.400,00	1.400,00	1.490,00	1.490,00	1.490,00	1.490,00	1489,20 3066,00	1489,20 3066,00
Suma asegurada/Hectarea	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17.000,00	17000,00 35000,00	17000,00 35000,00
Total productores asegurados	67,00	136,00	65,00	67,00	61,00	54,00	43,00	31,00
Total hectareas aseguradas	101,66	147,76	68,85	70,02	63,97	45,77	48,34	35,23
Parcelas aseguradas	121,00	242,00	114,00	123,00	118,00	110,00	86,00	68,00
Total primas cobradas	142,318,40	210,31	102,948,3	104,336,8	116,844,61	68,693,75	72,956,58	53,332,55
Valor asegurado	1.728.152,00	2.477.954,00	1.173.000,00	1.173.245,00	1.333.550,00	783.782,00	821.855,00	608.810,00
indemnizaciones	142.417,00	78.592,86	33.448,65	12.726,10	40.081,65	98.632,50	16.324,34	0,00
Hectareas afectadas /granizo	26,67	39,62	7,34	5,02	21,42	23,97	5,74	0,00
Daño promedio	0,42	0,16	0,40	0,16	0,13	0,28	0,29	0,00
Numero de granizadas	6,00	8,00	4,00	4,00	8,00	4,00	3,00	0,00
Productores afectados	22,00	45,00	11,00	9,00	18,00	23,00	5,00	0,00
Hectareas verificadas no segur	19,55	15,85	41,14	17,45	11,44	19,00	31,02	8,47

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de PROFIN y Seguros Alianza

A partir de los datos descritos en el cuadro anterior se desarrolló el siguiente análisis:

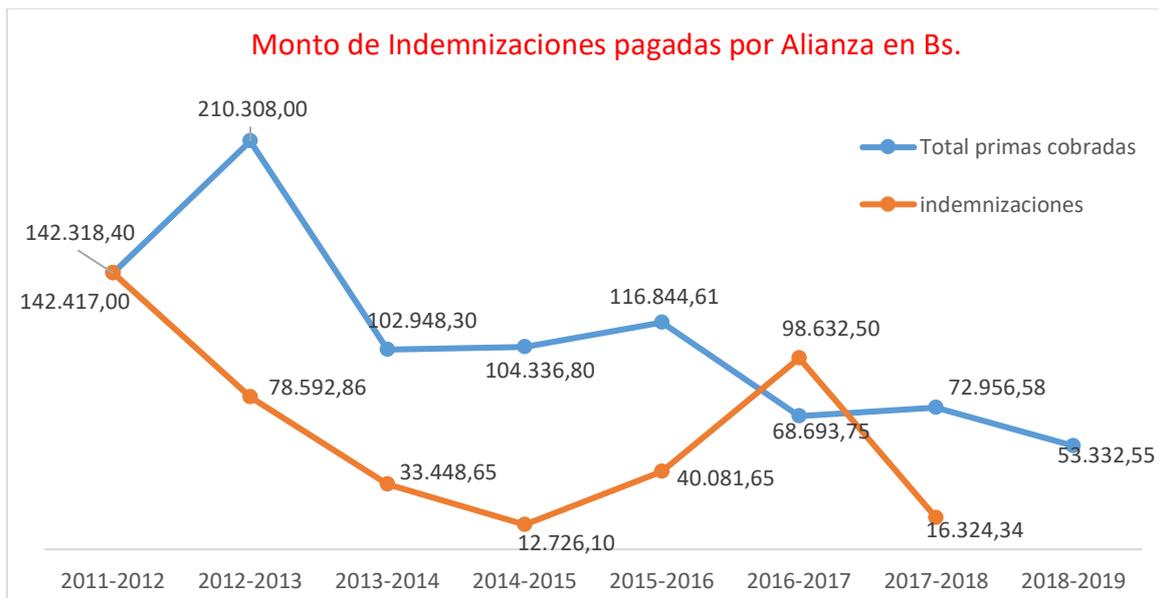
Gráfico N° 8



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de PROFIN y Seguros Alianza

En el gráfico se puede observar que existe una brecha entre los productores que estaban asegurados y los que fueron afectados por el granizo. En ninguna campaña agrícola las personas afectadas superaron al número de personas aseguradas.

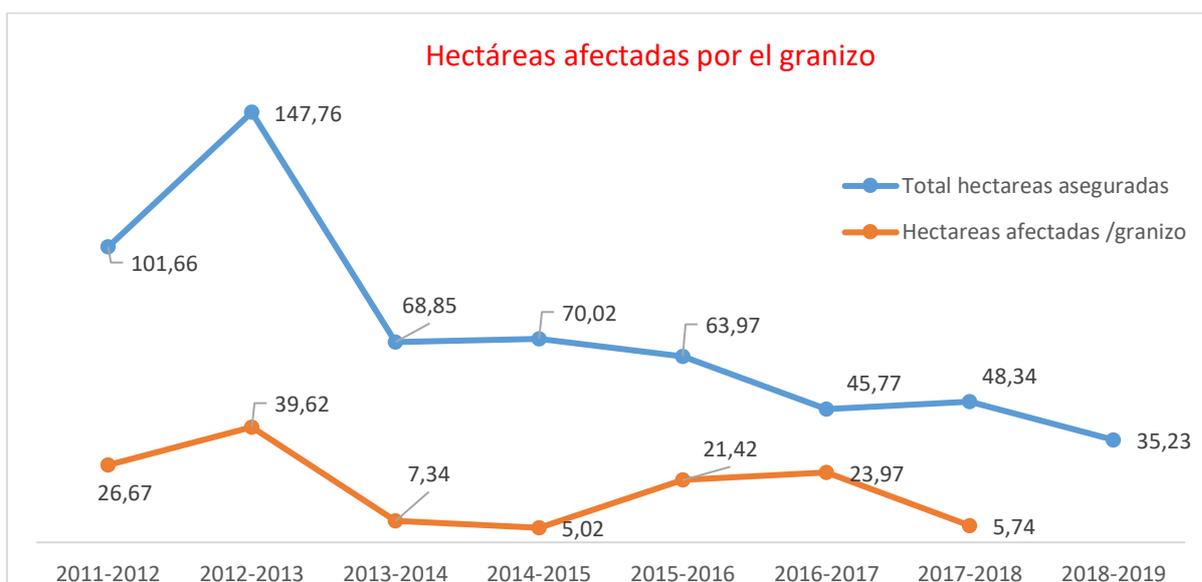
Gráfico N° 9



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos de PROFIN y Seguros Alianza

De acuerdo al gráfico N° 9, se puede observar que en las campañas 2011-2012 y 2016-2017 el monto por indemnización es mayor que el monto de primas pagadas por los productores vitícolas. Sin embargo, para todo el periodo de análisis los montos indemnizados nunca superaron lo recaudado por cobro de primas del seguro.

Grafico N° 10



En este gráfico se puede observar que las hectáreas afectadas por el granizo son menores a las aseguradas.

Si contrastamos los resultados del gráfico anterior con este último, podemos interpretar que en los periodos 2011-2012 y 2016-2017; el evento del granizo fue de magnitudes importantes y se tuvo que pagar indemnizaciones por hectáreas afectadas en su totalidad.

En resumen, los resultados que muestran los números analizados nos hacen deducir que Alianza nunca tuvo pérdidas con el producto. Sin embargo, se debería complementar este análisis con los costos operativos que tiene la compañía (personal, papelería, etc.) para poder demostrar si el seguro vitícola es un producto sostenible en el tiempo.

#### 4.2. ASPECTOS ORGANIZACIONALES DE LA EMPRESA ALIANZA PARA EL SEGURO VITICOLA

Para la implementación del seguro vitícola la compañía Alianza estructuró su personal de la siguiente manera:

**Técnico perito**, inicialmente este personal fue contratado para realizar las siguientes funciones:

- peritaje de los viñedos realizar la evaluación inicial del viñedo para determinar el monto asegurado
- realizar la evaluación de daños, para determinar el monto de la indemnización.

Luego de una evaluación, la compañía decidió asignarle otras funciones, debido a que el peritaje lo realizaba durante la campaña vitícola.

**Técnico comercial**, las nuevas funciones asignadas fueron:

- Peritaje de los viñedos.
- Comercialización del seguro vitícola
- Apoyo en la comercialización de otros productos de la compañía.

Este cambio de funciones provocó que el técnico perito tenga que cumplir con las obligaciones propias de un personal de planta: a) marcar asistencia entrada/salida y b) cumplir con horarios de oficina.

Esta única persona debía abastecerse para atender todos los procesos de la implementación del seguro vitícola. Los resultados conseguidos por la compañía a través de este técnico desde la óptica de los productores fueron los siguientes:

Gráfico N° 11

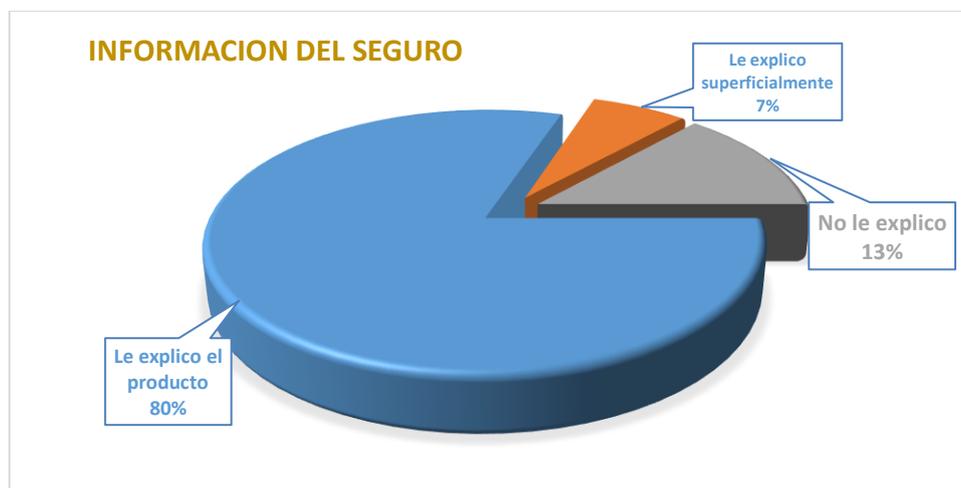


Gráfico N° 12



Se observa que el 80% de los productores, fueron informados ampliamente sobre los beneficios del seguro vitícola.

El 53.3% de los productores encuestados, califica de muy bueno el servicio prestado por Alianza seguros.

### 4.3. EVALUACION DE DAÑOS E INDEMNIZACION

Gráfico N° 13



En este gráfico se observa que aproximadamente el 48% de los productores encuestados que sufrieron siniestro, dijeron que la empresa Alianza tardó entre uno a dos días en enviar al técnico a evaluar el daño del viñedo.

Según la póliza de seguros, estipula que el productor tiene hasta 3 días para reportar el daño y el técnico perito 10 días para proceder a la evaluación del viñedo.

Gráfico N° 14



Por otra parte, los productores encuestados en su mayoría tuvieron que esperar entre 20 a 30 días el pago por indemnización.

La póliza de seguros al respecto menciona, en el condicionado general, un plazo de 10 días para el pago de indemnización por parte de la compañía.

## 5. CAPITULO IV LAS EIF COMO CANALES DE COMERCIALIZACION DEL SEGURO VITICOLA

A partir del 2015 se gestionaron convenios entre la compañía Alianza con varias entidades de intermediación financiera, a través de PROFIN, para la venta del seguro vitícola. Esto surgió a partir de una necesidad de la aseguradora para intentar masificar el seguro.

***“Como compañía de seguros nos cuesta llegar al productor final, este confía más en la entidad financiera que en la compañía de seguros pues el producto que oferta es intangible”*** <sup>6</sup>Aníbal Casanovas Gerente Nacional Corporativo Área Comercial y Marketing Alianza Compañía de Seguros y Reaseguros S.A

Como ya se mencionó anteriormente, IDEPRO, Cooperativa El Churqui y PRODEM fueron las entidades financieras que ofertaron el producto.

En este sentido, lo que se esperaba alcanzar con esta acción era:

- Incrementar la fuerza en ventas, aprovechando la capacidad instalada que tienen las entidades financieras en los valles de Tarija. ***“Se realizaron capacitaciones a las EIF para que a través de estas se promoció el Seguro Vitícola”*** (Fundación PROFIN)
- Llegar al productor de una manera más sencilla, evitando que el viticultor se traslade hasta la ciudad para informarse o asegurar su parcela con el seguro vitícola, ya que estas Entidades de Intermediación Financiera cuentan con varias sucursales dentro del valle central de Tarija.
- Promocionar el acceso al crédito ligado al Seguro Vitícola. ***“Todo crédito con una hectárea que no tenga malla antigranizo, tiene que salir con seguro vitícola”*** Héctor Aramayo IDEPRO.

Uno de los principales objetivos por parte de las EIF fue el de complementar las operaciones crediticias con el uso del seguro de manera que beneficie al productor de vid y al sistema financiero.

- Aprovechar la cartera de clientes productores de vid que tienen las Entidades Financieras y que aumente el número de asegurados con estos productores.

### 5.1. RESULTADOS DE LA COMERCIALIZACION POR ENTIDAD DE EIF

Uno de los grandes problemas para poder interpretar los resultados de la comercialización que tuvo el seguro vitícola a través de las diferentes Entidades de Intermediación Financiera, fue la falta de información.

No se pudo acceder a los datos, para verificar los resultados de una manera más objetiva.

Por esta razón, se realizó una descripción de las opiniones conseguidas por medio de entrevistas, explicando los motivos que afectaron la comercialización del seguro vitícola, por EIF:

#### **IDEPRO – Héctor Aramayo**

- La cartera de productores vitícolas, pertenecían en su mayoría a zonas libres del granizo.

---

<sup>6</sup> Conferencia Internacional “Las Potencialidades de los Seguros Agropecuarios aliados al Crédito”

Los clientes viticultores se encontraban en comunidades como Calamuchita y Chocloca, regiones donde el riesgo de una mayor probabilidad de granizo no es frecuente.

- La tasa de interés que ofrecían otras entidades financieras, eran más atractivas para los productores de vid, ocasionando la migración de los clientes.
- La adquisición de malla antigranizo por parte de los productores.  
A través de un proyecto por el Fondo a la Inversión Vitivinícola FIV, que subvencionaba la compra de la malla antigranizo, hizo que particularmente los productores con más de una hectárea de viñedo prefieran la malla al seguro.
- La institución no daba un porcentaje por comisión a los oficiales de crédito.  
Los oficiales de crédito no recibían incentivo o comisión al vender el seguro vitícola.
- La venta del seguro era al contado y no por cuotas.  
El productor estaba en la obligación de pagar al contado la prima del seguro.

Ante esta situación se aplicaron las siguientes medidas:

- Se trató de convencer a los productores que solicitaban crédito a adquirir el seguro vitícola.
- Una instrucción desde Gerencia, fue que todo productor con más de una hectárea y sin malla antigranizo, que solicite préstamo tiene que ir acompañado del seguro vitícola.
- Se capacitó a los oficiales de crédito que vivían en las zonas vitícolas, para realizar la evaluación de los viñedos.
- Un técnico especialista en uvas, brindaba asesoramiento técnico a los productores y ofrecía el seguro vitícola. Actualmente ya no se cuenta con ese personal de apoyo.

***“Desde marzo del 2018 no se pudo vender ningún seguro vitícola”***

Situación que se verifica en el siguiente cuadro de clientes asegurados:

CLIENTES ATENDIDOS CON SEGURO VITICOLA 2016			
No.	CLIENTE	COMUNIDAD	HECTAREAS ASEGURADAS
1	Pedro Antonio Vilte	Colon Norte	20,00
2	Rubén Betancur	Colon Norte	1,00
3	Humberto Gira Donaire	Fuerte La Compañía	0,25
4	Virginio Ávila Lema	La Choza	1,00
5	Dino Ramón Alvarado	Campo De Vasco	0,50
6	Ciro Vilte Romero	Valle Bajo	0,76
7	Rene Ruiz Tolaba	Valle Bajo	0,50
8	Salvador Nieves Betancur	Guaranguay Sud	0,25
<b>TOTAL HECTAREAS</b>			<b>24,26</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de IDEPRO

CLIENTES ATENDIDOS CON SEGURO VITICOLA 2017			
No.	CLIENTE	COMUNIDAD	HECTAREAS ASEGURADAS
1	Virginio Ávila Lema	La Choza	1,00
2	Roberto Ángel Flores	Sunchuhuayco	1,86
3	Edmundo Cuellar	Santa Ana La Vieja	0,25
4	Dino Ramón Alvarado	Campo De Vasco	0,50
5	Teodoro Suruguay	Colon Norte	1,00
6	Norberto Vilte Betancur	Colon Norte	1,00
<b>TOTAL HECTAREAS</b>			<b>5,61</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de IDEPRO

### PRODEM – Jimmy Oviedo

- El precio de la prima era elevado comparado con otros seguros que ofrecemos como el de vida y de incendios. Esto dificulta la comercialización del seguro vitícola con nuestros clientes.
- Falta de una buena coordinación de actividades con la compañía de Seguros Alianza y los oficiales de crédito de PRODEM provocaba que se caiga la venta de seguros. Existían productores animados a comprar el producto, pero necesitaban la verificación de la parcela por parte de Alianza, usualmente no se podía concretar esta verificación, factor que provocaba que el cliente ya no quiera comprar el seguro.
- El pago de la prima era al contado no por cuotas. El productor debía comprar el seguro vitícola al contado, no tenía la opción de poderla realizar a cuotas o añadido al crédito.

Para poder mejorar la comercialización:

- Se impusieron metas de venta del seguro vitícola a sus oficiales de crédito.
- Existía un incentivo, una comisión por venta del seguro vitícola.

### Cooperativa EL Churqui – Juan Cuellar

- Un factor importante para el descenso de asegurados fue la inclusión en la póliza de los 7 días de carencia. Que consistía en que el productor debía esperar 7 días desde la compra del seguro para que se haga efectiva la cobertura. Situación que inicialmente no existía.
- Los productores pagaban al contado la prima y no en cuotas.
- Con el uso de la malla antigranizo, los productores ya no adquirieron el seguro vitícola.
- Los oficiales de crédito no tenían incentivo por la venta del seguro vitícola.

#### ***“Los últimos dos años no hubo asegurados”***

En razón a lo descrito, a través del cuadro y de las apreciaciones de las entrevistas, se observa que en casi dos años estas entidades financieras no lograron captar asegurados.

Los factores que pudieron provocar este hecho son:

- Falta de políticas financieras que motiven al pequeño productor a adquirir el seguro vitícola acompañado con el préstamo, en caso de no contar con malla antigranizo.

- La competencia con otras entidades de intermediación financiera con tasas de interés más bajas.
- La falta de personal especializado en seguros agrícolas con capacidad de concientizar al productor de los beneficios de trabajar con un seguro.
- Poca coordinación entre el personal de Alianza Seguros y las EIF
- Los productores son propensos a recurrir a sus ahorros ante un evento climatológico adverso.
- No hay una idea clara respecto al incentivo a través de una comisión por la venta del seguro vitícola.
- La empresa Alianza incentivaba a las EIF para la venta del producto. Sin embargo las entidades financieras no tienen conocimiento al respecto.
- La falta de una estrategia de promoción mucho antes de una campaña. El empezar tarde dificultó la comercialización del seguro.
- No se asistía a las reuniones comunales para socializar y estar permanentemente en contacto con los productores vitícolas.

## 6. CAPITULO V CONCLUSIONES

Este documento se construyó sobre la base de una Sistematización de Experiencias. Recolectando información a través de todos los actores involucrados en el proceso de implementación del Seguro Vitícola.

El seguro vitícola es un producto financiero importante y necesario para el sector vitícola, permite recuperar sus costos de producción y dar continuidad al productor con su actividad productiva agrícola.

El éxito y continuidad del mismo, dependía mucho de las acciones, conocimiento y el compromiso de la empresa aseguradora.

### CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS DEL SEGURO VITICOLA

- Ausencia de **una estrategia** de comunicación y promoción del seguro vitícola. Es imprescindible tener en cuenta el grupo objetivo al que se quiere llegar, como así también la elaboración y diseño de tácticas para el desarrollo de una campaña de comunicación que permita alcanzar el objetivo establecido.

Si bien, existieron acciones de comunicación y promoción, esta no fue lo suficientemente agresiva para lograr difundir y promover el uso del seguro vitícola como instrumento financiero.

- En todo el periodo de análisis (FTR – Seguro Vitícola) no se logró masificar el seguro vitícola, los resultados muestran que en ninguna campaña se llegó ni al 10% de los productores del departamento de Tarija.
- Se logró transferir la experiencia piloto del FTR uva a la compañía Alianza, sin embargo por los resultados observados es importante el involucramiento del sector público: Gobiernos departamentales y municipales que incorporen en sus políticas públicas de desarrollo productivo el uso de instrumentos de transferencia de riesgos.
- El seguro vitícola debe incorporar coberturas adicionales que protejan al productor ante los eventos climáticos que son frecuentes en Tarija: granizo y helada. Además analizar la posibilidad de que los costos de la prima estén en función a la cobertura escogida.
- Es importante llegar al productor con temáticas de sensibilización en seguros para que conozcan y entiendan los beneficios del seguro vitícola; sin embargo, es necesario implementar procesos de capacitación en presupuesto (ingresos, egresos y hoja de costos) que le permita registrar y controlar sus costos de producción.
- La asistencia técnica es un instrumento no financiero de mucho valor para el productor vitícola, la capacitación le ayuda a mejorar el manejo de sus viñedos con mejores técnicas de cultivo y buenas prácticas agrícolas. Según muchos productores consideran fundamental incorporar cursos sobre el manejo integrado de plagas y enfermedades.
- El seguro vitícola fue un instrumento financiero que logró cubrir las pérdidas económicas provocadas por el granizo, asegurando la inversión y dando continuidad al

ciclo productivo de aquellos productores que adquirieron el seguro. Sin embargo, al no tener una cultura aseguradora, prefieren correr el riesgo y utilizar sus ahorros para iniciar su actividad productiva en caso de sufrir un siniestro.

- El uso de la malla antigranizo fue un elemento que desplazó al seguro vitícola como herramienta de protección contra eventos climáticos adversos. (Efecto Crowding out).
- En el total del periodo de análisis el resultado técnico de la compañía Alianza fue positivo, sin embargo, este estudio no contempla los costos operativos y administrativos<sup>7</sup>. Si se incorporaran estos costos al análisis es probable que el seguro vitícola no sea un producto rentable para la compañía.
- La empresa aseguradora implementó el seguro vitícola con una visión urbana como cualquier otro producto. Los seguros agrícolas requieren de intensivas acciones en el área rural, por lo que las compañías aseguradoras deben prever el desplazamiento de personal hacia esas zonas.
- Es importante que la empresa aseguradora no se retrase en el pago de las indemnizaciones. Es necesario que los productores sientan que el seguro vitícola es un producto confiable.
- El trabajo con las instituciones de Intermediación Financiera, no alcanzó el resultado esperado de lograr anexar el crédito con el Seguro Vitícola. Los productores no tienen aún una cultura aseguradora, que los hace propensos a utilizar sus ahorros.

La coordinación entre la empresa aseguradora y estas instituciones financieras,

- Conocer el comportamiento del mercado de la uva, es un factor necesario, ya sea como producto de uva de mesa o como materia prima para la elaboración de vinos y singanis.

Los ingresos de los productores por la venta de la vid, se ven afectados por la sobreproducción y el contrabando que ingresa a nuestro país.

La venta de vid como materia prima a las bodegas no se la realiza al contado, debiendo los productores esperar casi un año para el pago.

Estos factores, deben ser considerados para comprender la realidad del productor vitícola y analizar la manera en que puede incidir negativamente en la cobertura del seguro vitícola.

- El 85% de los productores de vid son pequeños productores, es decir que poseen entre 0.5 a 1 hectárea de viñedo, por lo que se dedican a otra actividad productiva. Si bien su principal actividad es la vitícola, no es prioritario contar con un seguro. A pesar de que lo consideran necesario.
- La oferta del seguro vitícola debe efectuarse mucho antes de cada campaña. Con el objetivo de llegar al productor de manera anticipada de que ocurra un siniestro.

---

<sup>7</sup> Esta información no fue proporcionada por la compañía Alianza

# ANEXOS

FORMULARIO DE LA ENCUESTA

TABLA GRUPO FOCALES

TABLA ENTREVISTA ACTORES CLAVES

		
<b>ENCUESTA SEGURO VITICOLA</b>		
<b>NOMBRE COMPLETO:</b>		
<b>COMUNIDAD:</b>		
<b>1.- ¿Usted adquirió el seguro vitícola?</b>	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	<b>CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO</b>
	(Si su respuesta fue sí, pase a la pregunta 3)	
<b>2.- ¿Por qué no lo adquirió?</b>	a) Muy caro b) No sabia c) No me interesaba d) Otros (Especifique).....	
<b>3.- ¿Cómo se enteró del seguro vitícola?</b>	a) Empresa Alianza b) Medios de comunicación c) Vecinos d) Otros (Especifique)	
<b>4.- ¿Cuánto cuesta asegurar 1 (una) hectárea de uva con el seguro vitícola?</b>	_____	
<b>5.- ¿Cuánto le paga el seguro vitícola en caso de sufrir pérdidas por causa del granizo?</b>	_____	
<b>6.- ¿Qué eventos climatológicos le cubre el seguro vitícola?</b>	a) Helada b) Granizo c) Inundación d) Sequia e) Plaga	<b>UTILIDAD DEL PRODUCTO</b>
<b>7.- Cuando su cultivo estuvo asegurado ¿Utilizó el seguro vitícola?</b>	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
<b>8.- ¿Renovó su seguro vitícola?</b>	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> ¿Por qué?	
<b>9.- ¿Con qué frecuencia ocurre el evento climatológico adverso del granizo?</b>	_____	
<b>10.- ¿El seguro vitícola le fue útil para proteger su producción de uva?</b>	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
	(Si su respuesta fue no, pase a la pregunta 11)	
<b>11.- ¿Por qué no le fue útil el seguro?</b>	a) Nunca lo utilice b) Nunca me pagaron c) No lo necesito	

12.- La compañía Alianza al momento de venderle el seguro:		CALIDAD DEL SERVICIO DE LA COMPAÑIA
a) Le explico el producto b) Le explico superficialmente c) No le explico		
13.- Cuando hubo un siniestro ¿cuantos días tardó en responderle seguros Alianza para verificar el daño?	_____	
14.- ¿Cuántos días tardó en pagarle la indemnización?	_____	
15.- ¿Cómo calificaría el servicio que le prestó seguros Alianza?	a) Excelente b) Muy bueno c) Regular d) Pésimo	
16.- ¿Además del seguro usted protege su producción de uva del granizo, de otra forma?	a) Malla antigranizo b) Petardos c) Otros (Especifique)	OTROS PRODUCTOS SUSTITUTOS AL SEGURO VITICOLA
17.- ¿Cuándo usted sufrió pérdidas por granizo u otro evento climático, como los enfrento?	a) Solicitud de préstamo b) Cambio de actividad productiva c) Ahorros d) Otros (Especifique)	
18.- ¿Cuánto de capital aproximadamente necesita para iniciar su cultivo de uva por hectárea, desde la fertilización del suelo, compra de semilla, poda, hasta el manejo de plagas?	_____	COSTOS DE PRODUCCION
19.- ¿Cuántos kilogramos de uva produce una hectárea?	_____	
20.- El Costo de la prima del Seguro Vitícola le parece:	a) Barato b) Adecuado c) Caro	IMPACTO DEL SEGURO VITÍCOLA
21.- La cobertura del seguro (monto de indemnización) le parece:	a) Bajo b) Adecuado c) Alto	
22.- ¿Está de acuerdo con el monto de la indemnización que recibió?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
23.- ¿Considera necesario contar con un seguro viticola?	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>	
24.- De los beneficios adicionales que acompañan el seguro viticola, cuales fueron los que uso?	a) Educacion Financiera b) Agrovida c) Asistencia Tecnica	
25.- Califica estos beneficios adicionales como:	a) Necesarios b) Innecesarios	
	_____	

## GRUPOS FOCALES

PREGUNTAS ORIENTADORAS	VARIABLES A INDAGAR
Si les pregunto sobre el Seguro vitícola ¿Que me dirían?	<b>CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO</b> -Información actualizada -Beneficios del Seguro Vitícola
¿Para qué les sirve el Seguro vitícola?	<b>UTILIDAD DEL PRODUCTO</b> -La necesidad de un Seguro Vitícola para el granizo u otro evento adverso climático. -Si cubre sus expectativas
¿Podrían explicar cómo hacen para adquirir el Seguro vitícola?	<b>CALIDAD DEL SERVICIO DE LA EMPRESA ALIANZA SEGUROS</b> -Respuesta oportuna -Constante información y capacitación del Seguro vitícola
Si no tuvieran el Seguro ¿De qué forma protegerían su cultivo de uva?	<b>OTROS PRODUCTOS SUSTITUTOS AL SEGURO VITICOLA</b> -Que les conviene mas
¿Les parece que el monto de indemnización que les paga el Seguro, cubre sus costos de producción?	<b>COSTOS DE PRODUCCION</b> -Hoja de costos -Si cuentan con tecnificación
¿De qué manera ayudo el Seguro vitícola en su producción de uva?	<b>IMPACTO DEL SEGURO VITICOLA</b> -Si fue positivo o negativo -Si es importante el Seguro vitícola

## ENTREVISTA A ACTORES CLAVES

ACTORES	TEMATICA
PROFIN	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Estrategia de Implementación</li> <li>✓ Acciones de apoyo al Seguro Vitícola</li> <li>✓ Percepción de los resultados</li> </ul>
ALIANZA	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aspectos determinantes para trabajar con el seguro vitícola</li> <li>✓ Estrategia de Comercialización</li> <li>✓ Principales factores que impidieron alcanzar los resultados esperados.</li> <li>✓ Recomendaciones y sugerencias</li> </ul>
GAM	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ El Seguro Vitícola como instrumento de protección</li> <li>✓ Políticas Publicas de apoyo a los productores de vid</li> </ul>
ENTIDADES DE INTERMEDIACION FINANCIERA	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Resultados de la comercialización del Seguro Vitícola</li> <li>✓ Estrategias de comercialización para el Seguro Vitícola</li> </ul>

## Correos electrónicos con Alejandra Oliva – Seguros Alianza

Buscar correo

90 % - + Restablecer

46 de 1.721

**Ximena Cortez** <xcxcortez@gmail.com>  
para alejandraof

24 jul. 2019 11:34 ☆ ↶ ⋮

Estimada Alejandra:

Hace unos días atrás, visite tu oficina para entrevistarte respecto al Seguro Vitícola.  
Por temas de elaboración de la consultaría, requiero de información adicional a la que amablemente me proporcionaste, con fines únicos de análisis y de interpretación.

Los datos que necesito son los siguientes:

- Reporte de información: número de asegurados con nombres, comunidad, cantidad de hectárea asegurada, prima y monto de indemnización si sufrió siniestro.
- Reporte de el número de asegurados a través de las Instituciones de Intermediación Financiera, de igual manera con nombre, comunidad, cantidad de hectárea asegurada.

Estos datos por favor desde los años que ustedes trabajaron con el Seguro Vitícola.

De antemano gracias por la ayuda y estoy atenta a tus comentarios.

Saludos cordiales.

Ximena Cortez  
Celular 72965348

m/mail/u/0/#inbox/KtbxLxglpNbWktghCcDmcCWDzLKVZpGkg

Buscar correo

100 % - + Restablecer

46 de 1.721

**Alejandra Oliva Fernández**  
para mí

31 jul. 2019 15:30 ☆ ↶ ⋮

Estimada Ximena:

Lastimosamente por temas internos no podremos proporcionarte la información que solicitas.

De todos modos deseamos éxito en la labor que realizas.

Saludos cordiales,

**Maria Alejandra Oliva Fernández**  
Gerente Regional de Tarija  
Calle Carlos Lazcano N°138  
T: (591) 4 6112470 - 6658889 Int. 4802 / C: (591) 70214470  
F: (591) 4 6112471 / E: [alejandraof@alianzaseguros.com](mailto:alejandraof@alianzaseguros.com)  
Tarija, Bolivia

Descarga gratis tu aplicación Alianza Asistencia Móvil, ingresa a:  

Paga tu póliza e imprime tu factura en: <https://www.alianza.com.bo/AlianzaR2/>

De: Ximena Cortez <[xcxcortez@gmail.com](mailto:xcxcortez@gmail.com)>  
Enviado el: miércoles, 24 de julio de 2019 11:35  
Para: Alejandra Oliva Fernández <[alejandraof@alianzaseguros.com](mailto:alejandraof@alianzaseguros.com)>  
Asunto: Solicitud Información Seguro Vitícola

Buscar correo **Sin conexión. Se volverá a intentar en 58 s. Intentar ahora**

46 de 1.721

Saludos cordiales.

Ximena Cortez  
Celular 72965348

---

 Libre de virus. [www.avast.com](http://www.avast.com)

---

 **Ximena Cortez** <xcxcortez@gmail.com> 1 ago. 2019 9:25 ☆ ↶ ⋮  
para Alejandra ▾

Estimada Alejandra:

No te preocupes, entiendo que es información confidencial de la empresa. Sin embargo, un último favor, de ser posible si me puedes proporcionar el índice de renovación, ese dato me seria de mucha utilidad.

Respecto a la información proporcionada, en el cuadro siguiente, existen montos en cero en la ultima gestión, te agradecería enormemente si se pudiera completar esos datos.

De antemano, muchas gracias Alejandra.

Saludos cordiales

Ximena Cortez

# MEMORIA FOTOGRAFICA

## Encuestas





Comunidad La Banda- Colon Sud (Grupo Focal 1)





Comunidad Colon Sud (Grupo Focal 2)



Comunidad Santa Ana la Nueva (Grupo Focal 3)



Comunidad El Portillo (Grupo Focal 4)

