

# **BREVE SEMBLANZA HISTORICA DE LA PRACTICA DE SEGUROS EN EL COOPERATIVISMO PANAMEÑO**

- El origen – 1956**
- La creación de FEDPA en 1961.**
- El apoyo del cooperativismo norteamericano**
- Los servicios de Protección de préstamos y de ahorros.**
- Gestiones realizadas a nivel local.**
- Vinculación con CUNA MUTUAL.**
- Resultados del VII Congreso Cooperativo-1987**

# LA ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACION CORPORATIVA DE FEDPA

1. Impulso al CONALCOOP, creación de Banco FEDPA y de Seguros FEDPA.
2. El programa de Cuota Parte con CUNA MUTUAL.
3. La preparación previa.
4. Presentación del proyecto ante las federadas.
5. Constitución de la empresa: 27 de sep. 1993.

# LA EVOLUCION POSTERIOR

1. Variaciones del Capital Social y Gobernabilidad.
2. Integración con el cooperativismo internacional.
3. El concepto INTERCOOP.
4. Un gerente de nuestras filas.
5. El despegue de 2006. (seguro obligatorio, vínculos con corredores y apertura de sucursales).
3. El posicionamiento.

# EVOLUCION DEL MARCO LEGISLATIVO Y DEL PACTO SOCIAL

- **Período 1903 – 1956. Códigos de Comercio y Civil.**
- **Decreto-Ley 17 de 22 de agosto de 1956.**
- **Ley 55 de 20 de diciembre de 1984.**
- **Ley 59 de 29 de julio de 1996.**
- **Ley 12 de 3 de abril de 2012.**
- **Modificaciones al Pacto social: aumento del capital (1997), junta directiva (2002), nueva composición del capital social (2010).**

# EL DESPEGUE : AÑO 2005.

- Mejoramiento del rendimiento económico, estratégico y organizacional.
- Mejoramiento de los procesos de gobernabilidad.
- El impacto de la puesta en práctica del seguro obligatorio de respOnsabilidad civil frente a terceros.
- Revisión de las estrategias de comercialización

# **BENEFICIOS PARA EL COOPERATIVISMO PANAMEÑO**

- 1. Se ha evitado caer en monopolios.**
- 2. Incremento de personas y organizaciones protegidas.**
- 3. Protección del ingreso y patrimonio familiar.**
- 4. Impacto del flujo financiero generado.**
- 5. Productos para el mercado meta.**
- 6. Precios competitivos.**
- 7. Ventaja competitiva para micro seguros.**
- 8. Reconocimiento como canales alternativos de comercialización.**