



3 propósitos de la industria aseguradora en 2016

IGAL RUBINSTEIN*

Hacernos propósitos al inicio de año se ha vuelto parte de una tradición. La clave está en mejorar lo que hayamos realizado el año anterior y esto me ha hecho pensar en qué acciones o metas la industria aseguradora debe plantearse en este 2016 para ofrecer mejores servicios y llegar a más personas.

De acuerdo con la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), sólo el 24% de la población en el país contrata algún tipo de seguro y esto se debe a diversos factores, como la errónea percepción que se tiene sobre los seguros como productos exclusivos de las clases altas, que es una inversión innecesaria o que son productos poco flexibles.

En este sentido, los principales desafíos a los que se enfrenta la industria aseguradora este año, son los siguientes:

1. Mejorar y ampliar los canales de comercialización de los seguros

Esto permitirá que más personas accedan a productos financieros de este tipo sin importar su nivel socioeconómico. La colocación de seguros ya no se da sólo a través de un agente, también ocurre por otros canales en donde las personas pueden obtener una protección para el producto o servicio que adquieren.

Las microfinancieras, por ejemplo, son un excelente canal para la colocación de diferentes tipos de seguros, pues al otorgar sus créditos ofrecen también coberturas de diversos tipos, como por ejemplo: el seguro de accidentes personales para usuarios con empleos de ciertas características, que puedan estar expuestos a algún tipo de accidente. Otro ejemplo es el seguro de compra protegida que ofrecen algunos bancos a través de las tarjetas de crédito, el cual consiste en ofrecer una garantía adicional a la que brinda el fabricante y/o la tienda en donde se adquiere el producto.

2. Desarrollar productos que se adapten a las necesidades de cada usuario

Es un hecho que casi todo se puede asegurar. En el mercado hay seguros no tradicionales que responden a nuevas necesidades de diversos sectores de la población, como los seguros para bicicletas o para mascotas. A través de esta estrategia, también es posible impulsar la cultura de prevención en el país y lograr que más personas conozcan los beneficios que ofrecen los seguros.

3. Innovación tecnológica

La innovación es clave para mantenerse a la vanguardia en esta industria, ya que no sólo genera competitividad para el sector asegurador, sino también beneficia a las personas. Es importante trabajar en la implementación de nuevas ideas y formas de ejecutar los procesos con la ayuda de la tecnología, pues esto marcará la diferencia e impulsará el crecimiento de la industria aseguradora.

Un ejemplo de esto, son los seguros de viaje que se comercializan a través de las agencias de turismo online o de las página web de las aerolíneas, en donde los usuarios pueden seleccionar desde su computadora, celular o tablet, la opción de asegurar su viaje, sin tener que hacer una llamada o dar otro tipo de seguimiento.

Como dato interesante, la agencia Fitch Ratings estima que la industria aseguradora tendrá una penetración del 3% con respecto al Producto Interno Bruto (PIB) en este año. Sin embargo, para alcanzar este porcentaje, es importante trabajar en conjunto como sector y además de considerar estos retos, informar a la población de la importancia de adquirir un seguro y de los grandes beneficios que pueden obtener ante cualquier eventualidad.

*Socio director y cofundador de [Seguros S](#), firma que pertenece a IRL Holding.
En Facebook ([/S.com.mx](#))/Twitter ([@SegurosS](#))