

## INTERNET EN EL MUNDO DE LA VENTA DE SEGUROS

Por Carlos Alberto Salinas

Solo siendo un observador de la actividad de internet en nuestro negocio de seguros y reaseguros, quiero hacer algunos comentarios acerca de lo que veo en el uso de estas herramientas. En los últimos congresos de seguros de Argentina nos hemos encontrado con conferencias específicas sobre el avance de las ventas por internet y los beneficios de los comparadores de precios.

Esto se mantiene en cada uno de los eventos, evaluando los beneficios de la herramienta internet y sus apoyos como las redes sociales Facebook, Twitter etc.

En este sentido hoy ya está presente Google Insurance que se inició como un comparador de precios de seguros de autos en los Estados Unidos. Google presenta la herramienta a las aseguradoras que quieran participar y le permite a quienes navegan por la red la posibilidad de comparar.

Esto está operando actualmente, pero las grandes aseguradoras de Estados Unidos no están tan convencidas de avanzar en esta línea, ya que no quieren ser vistas por los clientes solo a nivel de precios, sino por su calidad en los servicios que ofrecen y su asesoramiento en materia de seguros. Otro aspecto son las comisiones de los productos de automóviles que básicamente esta en el 10% y las aseguradoras no están dispuestas a cubrir más gastos de comercialización por estas coberturas de seguros.

Otros aspectos analizados son la información que se requiere al entrar a estos sistemas que de alguna manera le permite a Google trabajar sobre la misma y en un futuro hacer otra oferta, a este cliente, con quien no se cierran ventas ya que conocen los resultados de la misma.

A nivel general, las dudas sobre el crecimiento de la herramienta en los seguros, básicamente esta en lo relacionado a la velocidad de la información recibida y la velocidad de respuesta que debe dar el usuario, muchas veces evaluando solo ofertas de precios que tienen un tiempo de cierre. Ya que esto puede provocar malas decisiones o decisiones solo basadas en el precio de contratación. Esto se produce porque hay varios operadores que quieren ese contrato e impulsan al cliente asegurado a una respuesta rápida.

Otros aspectos son la recolección de información personal, sobre su estado, cuestiones religiosas y de gustos que pueden presentar cuestiones éticas aun no analizadas con profundidad.

Si vamos a los negocios a través de redes sociales nos encontramos casi con los mismos problemas o parecidos, ya que permanentemente las personas que lo utilizan no se dan cuenta o desconocen, que han brindado su información personal y de terceros, incluida toda su familia sumando fotos e emails personales o de trabajo. Esta cantidad de datos que circula en las redes, hace la diferencia en el éxito de una herramienta de internet frente a otras o frente a otras formas de comercialización, compañías de seguros en forma directa o productores asesores

---

de seguros, agentes institorios, que son los asesores naturales del sistema. Muchos de estos actores mencionados utilizan la herramienta de internet para acercar más clientes, fidelizarlos y lograr vender más coberturas y en estos casos también la red esta administrando la información, aunque seguramente con medidas de seguridad afín a un administrador relacionado con el cliente.

Hemos hablado de seguros, pero también creemos que la actividad de reaseguros puede tener su espacio. Teniendo en cuenta que esta operación es entre empresas es más factible que pueda funcionar con menos dudas. Se han realizado pruebas con algunos reaseguradores, para operaciones facultativas, pero no han tenido gran avance. Básicamente porque no tienen gran diferencia con la operación tradicional del negocio que ya se realiza on line en muchos casos y el universo de mercado es limitado.

Actualmente los gobiernos están pensando en regulaciones relacionadas a estas herramientas de internet, basado en dar protección a los usuarios. Pero para quienes entendemos que Internet debe ser libre y seguir generando información y ampliar mas los horizontes de conocimiento generales, creemos que hay que educar a la sociedad en el manejo de la información y hacer notar los privado y lo público en la información que se envía a través de las redes sociales. La red es exitosa por el uso de la gente y seguirá siendo así. Lo único que puede hacer caer a la Red es el mal uso de los datos personales, lo que provocara la resistencia de la gente.

En definitiva, la resistencia de la gente al uso de sus datos personales es la clave.