

*Analizando información que surge de las encuestas que se han realizado en la industria de seguros han mostrado un problema de larga data con su reputación, y sus institutos. Cada tanto surgen encuestas sobre la ética y la honestidad del sistema para tomar de primera mano la sensación de quienes compran seguros, en el promedio internacional ha tenido momentos negativos y otros no tan malos.*

*En el tiempo, estas encuestas que han sido solicitadas por sectores privados y públicos han generado cambios en el sector seguros con cambios en las formas de mostrarse al mercado y con ajustes en relación a la respuesta hacia el cliente, tanto sea en el pago de siniestros como en el asesoramiento sobre la toma de cobertura.*

*Otros cambios se han visto en la forma de presentarse de los intermediarios, ya no como vendedores de seguros, sino como profesionales de seguros -capacitados y matriculados- para dar garantías de lo que se está ofreciendo en representación de las empresas aseguradoras. Otros aspectos están vistos a través de controles previos en la contratación y, por supuesto, en la publicidad dirigida al público en general.*

*Por otra parte cuando uno habla con colegas sobre el funcionamiento del sector se encuentra con visiones parecidas a las del público, comparando con las acciones de otros actores del mercado -sean éstos aseguradoras o intermediarios de seguros-. Todos piensan que hay que hacer acciones concretas para su mejoramiento y crecimiento en la conciencia aseguradora. Hoy en nuestro país estas acciones están en marcha con acciones conjuntas entre el estado y el sector privado y esto ya esta dando resultados, inclusive con inclusión en los programas de educación.*

*Estamos de acuerdo en que la mayoría de los profesionales de seguros actúan éticamente. Por desgracia, con sólo unos pocos ejemplos negativos alcanza para socavar eso. La economía del comportamiento ha documentado a fondo que los cerebros humanos están cableados a tener un sesgo negativo y que puede tomar cinco interacciones positivas para superar sólo un encuentro negativo.*

*Según los informes locales e internacionales aun falta mucho por hacer y esto nos lleva a realizar un trabajo duro para que se pueda ver en el público un nivel adecuado de respuesta. Por supuesto que no es igual en todos los países ya que hay países que tienen un nivel de penetración más alto porque tienen mayor cantidad de seguros obligatorios y esto no siempre es certeza de conciencia aseguradora o de que un sistema funcione bien hacia el público. Por su parte, los mercados desarrollados no tienen un nivel alto de seguros obligatorios, ya que han logrado que público se concientice y confié en el sistema.*

*Otra solución popular era hacer nuestro negocio más fácil de entender, al aclarar el lenguaje de políticas y la creación de una mayor transparencia en la fijación de precios y afirmar procesos. Mejorar la información al cliente –como por ejemplo, tener textos contractuales que sean claros en su redacción- donde el asegurado no necesite un traductor para saber si esta o no esta cubierto, y los alcances de la cobertura.*

*Las metas a conseguir deberían ser -como mínimo- penetrar en la educación primaria y secundaria, en la ética de los profesionales con códigos de ética aceptados por todas las partes, teniendo en cuenta los efectos negativos que han tenido algunas ventas a través de paginas web y call centers, buscar la transparencia a través de la tecnología, mas competencia, mejora en la legislación que fije sanciones fuertes para quienes han cruzado la línea, entre otras.*

*Los estándares de profesionalismo han crecido mucho y hay mayor capacitación tanto en las aseguradoras como en los intermediarios de seguros. Tomando en cuenta todos los aspectos no solo el conocimiento sobre la actividad misma que es natural sino también en las necesidades del cliente.*

---

*Esto esta siendo muy motivador en los operadores del mercado y se involucran cada vez mas. Estos cambios son importantes para el futuro del mercado y para su desarrollo.*

*Ya estamos en ese camino, sólo es cuestión de mantenerlo.*