

# Prioridades del Sector Asegurador

*El trabajo gremial para los próximos años se concentrará en fomentar la Cultura del Seguro.*

## **Roberto Junguito Bonnet**

Presidente Ejecutivo  
FASECOLDA

La Convención Internacional de Seguros llevada a cabo en Cartagena en Mayo de este año tuvo como tema central 'La Cultura del Seguro en Colombia'. Esta es la prioridad de nuestra Asociación para éste y los años por venir. En efecto, según la información comparativa internacional presentada recientemente por la Revista Sigma, la penetración del seguro en Colombia, medida como las primas anuales por venta de seguros con relación al Producto Interno Bruto de la nación, apenas alcanza 2.4%. Si bien este índice es similar al promedio registrado en América Latina, es realmente muy bajo cuando nos comparamos con otros países de la región como Brasil y Chile y muy inferior, claro está, a la penetración del aseguramiento registrada en los países más desarrollados como los Estados Unidos. Medido en términos del denominado índice de densidad, que representa el gasto por habitante-año en la compra de seguros, se encuentra que en Colombia éste apenas asciende a los sesenta nueve dólares, en tanto que en los países avanzados este supera los tres mil dólares.

La reflexión central adelantada en la Convención Internacional de Seguros es que el país y el sector

asegurador colombiano no deben quedar satisfechos con el impacto positivo que el acelerado crecimiento económico ejerce en la penetración del seguro en Colombia.

Es cierto que cuando la economía crece se incrementa la demanda por seguros en una proporción aún mayor al crecimiento de la economía. Por vía de ejemplo cabe destacar que mientras nuestra economía creció 6.8% real en 2006, lo que representa un aumento nominal (i.e. incluyendo inflación) cercano a 12%, los seguros lo hicieron en 18%. No obstante, ello no es suficiente.

Existe la convicción entre los aseguradores que además del estímulo que ejerce la economía y de los esfuerzos desplegados por las compañías por sacar nuevos productos y por los intermediarios y los agentes de seguros en todo el país por incrementar las ventas, FASECOLDA como asociación debe desplegar acciones complementarias para fomentar la Cultura del Seguro en Colombia.

Por ello, nuestra Asociación le ha comenzado a dar énfasis al aseguramiento en la Base de la Pirámide;

esto es, a la venta de seguros en los sectores más pobres de nuestra sociedad. Los estudios adelantados en los casos colombianos y difundidos ampliamente en nuestra convención indican que los sectores más pobres de la población son los más expuestos a los riesgos y, sin embargo, los que menos se aseguran. En este evento analizamos aspectos tales como los seguros populares o microseguros y, los seguros agrícolas. En el frente de los microseguros estamos trabajando con el Gobierno Nacional y con el Banco Mundial para vincular los seguros populares a los esfuerzos de acceso a los servicios financieros para los sectores más pobres de la sociedad por medio de la Banca de las Oportunidades. Del lado de los seguros agrícolas en Colombia hemos acompañado el esfuerzo pionero que realiza Mapfre Seguros, conjuntamente con las reaseguradoras y el Ministerio de Agricultura por establecer seguros agrícolas por índice en varias zonas y tipos de cultivos en el país.

Recientemente, las acciones de FASECOLDA y de la industria se han dirigido a la promoción de seguros en pequeñas y medianas empresas del país conocidas como pymes y a la investigación de la penetración del aseguramiento en el sector del comercio, que se caracteriza por pequeñas empresas y uno de los de mayor crecimiento en la economía. En cuánto a los seguros para pequeñas y medianas empresas llevamos a cabo un seminario conjuntamente con ACOPI, en el cuál intercambiamos infor-

mación sobre los productos que ofrecen las compañías de seguros para este tipo de empresas, muy amplios y especializados, por cierto, y las necesidades de aseguramiento de los pequeños empresarios del país.

En la próxima reunión de la Junta Directiva de FASECOLDA, que reúne a la totalidad de los presidentes de las empresas aseguradoras del país, se analizará y definirá la estrategia de comunicaciones dirigida a promover la Cultura del Seguro en Colombia. La estrategia seguramente abarcará información por la vía de televisión, prensa y radio para todos los sectores, particularmente, para los más vulnerables a los riesgos, sobre los beneficios y medios de asegurarse en el país.

También, consideramos que una educación básica sobre los seguros en escuelas, colegios y universidades del país y el acceso a información elemental sobre los seguros, sus coberturas y la forma de contratarlos hará parte de nuestro plan. En todo ello, esperamos una colaboración amplia del conjunto del sector asegurador colombiano, incluyendo, intermediarios, corredores, agentes y reaseguradores con quienes hemos iniciado conversaciones positivas sobre su concurso para el desarrollo de esta ambiciosa estrategia.

» La reflexión central adelantada en la Convención Internacional de Seguros es que el país y el sector asegurador colombiano no deben quedar satisfechos con el impacto positivo que el acelerado crecimiento económico ejerce en la penetración del seguro en Colombia.