

# Llama la CNSF a experimentar menos y estudiar más en el diseño de coberturas

#Amasfac #CNSF

Luis Adrián  
Vázquez Moreno  
@pea\_lavm

La presidenta de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), Norma Alicia Rosas Rodríguez, puso en tela de juicio que la comercialización de productos y primas experimentales sea el camino para que la sociedad obtenga las coberturas que en verdad necesita. Si hoy existe esa clase de seguros, agregó, es porque el sector no ha tenido el cuidado de analizar lo que en realidad quiere el cliente. Debido a esta omisión, cuando esos “superplanes” llegan al conocimiento de la fuerza de ventas, lo primero que sus miembros se preguntan es: “¿Podré vender eso?”.

Rosas Rodríguez destacó lo anterior durante su participación en el 11.º Congreso Internacional de la Asociación Mexicana de Agentes de Seguros y Fianzas, A. C. (Amasfac), agregando que el sector asegurador debería diseñar coberturas con un análisis más amplio acerca de las necesidades de los clientes, para que tales planes de protección no sean solo una ocurrencia de quien los propone. Para ello se requiere estudiar con mayor esmero las características que en la materia revela cada nicho poblacional.

En tales circunstancias, “considero que la autoridad debería solicitar como requisito para registrar un producto el estudio de mercado correspondiente. Así evitaríamos tener en circulación coberturas que están lejos de lo que la sociedad requiere”, subrayó la funcionaria.

Rosas Rodríguez dijo que debemos aceptar que el crecimiento tecnológico es una tendencia inevitable, y alrededor de ella están surgiendo infinidad de canales de comercialización que son opción atractiva para el usuario. Ante ello, la mejor decisión que puede tener el agente de seguros es mimetizarse y fluir con la tecnología para buscar que el acercamiento sea tan ameno, ágil y simple como se requiera. Esto debe ser así porque la atención de los jóvenes se capta solo unos segundos, y después uno la pierde. La manera de comprar

**Así se evitaría diseñar seguros que estén lejos de lo que la sociedad requiere**

cambió para ellos: aman la simplicidad. “Por ejemplo —agregó la presidenta de la CNSF—, ¿se han cuestionado cuál es el valor agregado que les pueden aportar como agentes a sus clientes haciendo un uso eficiente de un comparador? La diferencia puede ser abismal. Es justo así como el agente de seguros puede hacer con sus fortalezas un diferenciador importante en servicio y preferencia entre los consumidores”.

Otro efecto que ha traído la innovación a todos los países es el desarrollo de productos a costos más bajos de lo que permiten las políticas tradicionales. La labor del regulador es velar por la sol-



**Norma Alicia Rosas Rodríguez, presidenta de la CNSF, dijo eso en el Congreso Internacional de Amasfac**

vencia de las compañías y por el marco jurídico óptimo para la seguridad de los consumidores; por eso, sea cual fuere el canal de distribución, “nadie debe escapar de una supervisión efectiva: le conviene a la industria y al consumidor”, subrayó la actuario Rosas Rodríguez.

La labor del intermediario es crucial en el fomento de la asesoría y para despertar la conciencia de estar asegurado. A la luz de esta reivindicación, ahora tan extendida, resulta increíble que todavía haya personas que se avergüenzan de vender seguros, cuando su labor es sumamente importante, dijo con énfasis la presidenta de la CNSF, e invitó a la Amasfac a continuar con su labor de formación de verdaderos profesionales, auténticos agentes que sientan orgullo por lo que hacen, y no gente que considere esta disciplina como la última opción de desarrollo laboral.

“En este reto estamos todos incluidos porque los consumidores quieren productos que puedan comprar en línea de manera simple, transparente, adecuada, flexible, rápida y personalizada: nada que no esté en nuestras manos lograr. Si persistimos en la innovación en la cadena de valor, podremos satisfacer las cambiantes necesidades de los clientes con nuevos productos y servicios, así como recolectar y analizar grandes cantidades de datos en tiempo real. Podremos desarrollar nuevos enfoques para la suscripción de riesgos y determinación de precios”, remachó la funcionaria.

“Con la explosión de la tecnología se puede tener acceso a una enorme cantidad de datos que holgadamente per-

mitirán diseñar productos acordes con lo que el nuevo consumidor de seguros necesita. El objetivo es simplicidad en el acceso y mejor atención; y créanme

que esto es un problema por resolver en el mundo entero, no sólo en México”, apuntó.

Rosas Rodríguez subrayó que entre las oportunidades que la tecnología le ofrece al consumidor de seguros se encuentra el incremento en la eficiencia del servicio, la reducción en los costos de transacción y operación, mejoras en la suscripción y evaluación de riesgos, más transparencia, perfeccionamiento en la detección de fraudes y mayor inclusión financiera.

La presidenta de la CNSF ofreció una lista variopinta de riesgos de esta nueva era, entre los que descuellan, por el alcance de sus efectos, la vulnerabilidad de los dispositivos conectados y el aumento de los ciberataques; la fijación de primas basada en big data, que puede dar pie a discriminación o a una falla repentina o a la liquidación desordenada de entidades no reguladas que brindan servicios que simulan ser seguros. Todo ello podría concitar la desconfianza del consumidor hacia las instituciones aseguradoras formales, y ese ambiente podría envenenar el entorno.

Finalmente, la funcionaria de la CNSF señaló que un desafío mayúsculo de los profesionales de la intermediación consistirá en aplicar las capacidades y experiencia que se ha generado en este nuevo ambiente del sector asegurador con el objetivo de mejorar cada una de las actividades de la cadena de valor del negocio de los seguros, aprovechando la tecnología para innovar en beneficio de los asegurados y de la economía en general.



Te invita a capacitarte con los mejores programas

**Webinar**  
**“Administración de Riesgos Operativos”**  
(Marco ISO:31000) (CDMX)

AULA VIRTUAL | Fecha: 18 de Septiembre  
(pregunta por próximas fechas)

**Programa de Certificación**  
**en Suscripción del Seguro**  
**de Vida Grupo** (CDMX)

PRESENCIAL | Fecha: 5 de Octubre

Estamos impartiendo el Programa Técnico en Seguros (78 cursos) de forma simultánea, a más de 1,200 colaboradores de una misma empresa, en 8 países de Centro América...  
Pregunta por los beneficios de nuestra Aula Virtual ?

Síguenos en:

**Instituto Mexicano Educativo de Seguros y Fianzas, A.C.**

Vicente Guerrero No. 140, Col. Del Carmen Coyoacán, México 04100, D.F.  
Tels. 5659-2245, 5659-6513, 5659-0783

E-mail: josefina.magana@imesfac.com.mx  
claudia.murcia@imesfac.com.mx  
sandra.sanchez@imesfac.com.mx

[www.imesfac.com.mx](http://www.imesfac.com.mx)