



Rafael Díaz, responsable de particulares de **Grupo PACC**

# Aumenta la percepción del seguro como **NECESARIO** para viajar tranquilo

El seguro de Asistencia en Viaje ha sufrido un descalabro en 2020, pero Rafael Díaz, responsable de particulares de **Grupo PACC**, está convencido de que “el ratio de clientes que opten por este seguro aumentará porque ya se estima como algo necesario para poder viajar tranquilos ante cualquier casuística”.

No obstante, se queja de que “las aseguradoras generalistas entran a ciegas en un ramo queriendo ser muy competitivas, pero posteriormente no son capaces de mantener el nivel de prestaciones que se les debería suponer. En estos casos, siempre vamos a recomendar una especialista. Por encima de un precio competitivo siempre estará la tranquilidad de nuestros clientes y, por ende, la nuestra”.

El seguro de Asistencia en Viaje ha sido uno de los ramos más perjudicados en 2020. Su caída, con respecto a 2019, “ha sido en torno al 65% para el ramo”, estima Rafael Díaz, responsable de Particulares de Grupo PACC.

Debido a las restricciones de movilidad que se implantaron con motivo del Covid-19, el pasado año se denegaron muchas devoluciones de primas por la imposibilidad de viajar por la pandemia. En esos casos, Díaz apunta que se abrían dos vertientes: el cliente que había contratado su póliza con gastos de cancelación y el que no lo había contra-



tado. “Para el primer caso, se estudiaba con la compañía el tiempo transcurrido desde la contratación para realizar la devolución de gastos al cliente en la medida de lo posible. Para el segundo caso, el más difícil, se iba estudiando caso a caso la devolución de primas”.

Eso pasó y ahora, la correduría se centra en mejorar el ratio de caída que hubo en 2020 con respecto a 2019. “Estimamos no llegar a los números de 2019 pero sí mejorar la caída de 2020, dejándola en un ratio inferior al 30%”. Todo eso ayudado por las ganas de viajar que tenemos todos y por el hecho de que “el cliente se ha interesado por el seguro de Asistencia en Viaje, sobre todo, con la pandemia. Se ha adquirido ‘cultura aseguradora’ sobre él. Ahora el cliente sabe que puede optar por una cobertura de Asistencia Sanitaria amplia, por dar cobertura a su equipaje, repatriación, etc. Estamos seguros de que el ratio de clientes que opten por este seguro aumentará porque ya se estima como algo necesario para poder viajar tranquilos ante cualquier casuística”, firma Rafael Díaz.

## VENTAS EN VIAJES NACIONALES

Otro de los efectos que ha tenido la pandemia es que se han generalizado la venta de seguros de Asistencia en Viaje en territorio nacional, que antes era escaso. Díaz cree que “la Asistencia en Viaje a nivel nacional ha llegado para quedarse. Se ha adquirido mucha conciencia durante la pandemia. El viajero quiere estar seguro ante cualquier imprevisto, ya sea sanitario o material”.

La realidad, según el responsable de Particulares de Grupo PACC es que el seguro de Asistencia en Viaje se está reinventando, “adaptándose a las nuevas necesidades que presentan los viajeros. Ofreciendo de forma clara cobertura ante los gastos médicos por positivo en Covid-19, traslados y repatriación, prolongación de estancia por cuarentena, etc. Definitivamente demostrando la flexibilidad del sector asegurador para adaptarse rápidamente a las nuevas circunstancias que afectan, en este caso, a la nueva forma de viajar”.



**La Asistencia en Viaje a nivel nacional ha llegado para quedarse porque el viajero quiere estar seguro ante cualquier imprevisto, ya sea sanitario o material**

Otra cosa distinta es lo que ocurrirá con los viajes profesionales con la proliferación de videoconferencias que hay. En opinión de Rafael Díaz, “afectará al profesional que se desplazaba por un periodo corto de tiempo para tratar algo puntual porque las videoconferencias los pueden sustituir perfectamente. Pero no va a cambiar nada para los profesionales que viajaban para un desarrollo profesional”.

Como se ve, unos nichos bajan en la contratación, mientras otros aparecen. Últimamente se habla mucho de la *silver economy*. Algo que

las compañías llevan trabajando tiempo, escuchan y enfocan sus productos para las necesidades que puedan afectar a los viajeros mayores de 50 años.

Díaz está seguro que “será un nicho de mercado, más teniendo en cuenta el aumento de la esperanza de vida, junto a la inversión de la pirámide demográfica a nivel europeo. Los mayores de 50 serán un importante motor económico a nivel de ocio”.

## LA TRANQUILIDAD DE LOS CLIENTES

No obstante, Díaz se queja de que “las aseguradoras generalistas entran a ciegas en un ramo queriendo ser muy competitivas, pero posteriormente no son capaces de mantener el nivel de prestaciones que se les debería suponer. En estos casos, siempre vamos a recomendar una especialista. Por encima de un precio competitivo siempre estará la tranquilidad de nuestros clientes y, por ende, la nuestra. Se trata de un servicio que el cliente valora muchísimo y a nosotros nos hace estar tranquilos. Imaginad un imprevisto en otro país sin dominar el idioma y que con una sola llamada, la aseguradora se encargue de todo. Esto te aporta una confianza plena en el producto”.

El responsable de Particulares de Grupo PACC explica que “cualquier tipo de seguro de Asistencia en Viaje es apropiado para ser comercializado por el corredor de seguros. Lo importante, en este caso, es la especialización. Es decir, se puede tener una oferta diversa

**El seguro se está reinventando, adaptándose a las nuevas necesidades que presentan los viajeros**



‘para salir del paso’ o tener un producto exclusivo destinado a un nicho concreto que nos aporte más fidelización con el tipo de cliente al que va dirigido. Sin duda, nos quedamos con la segunda opción”.

Los mediadores solo distribuyen el 11% de los seguros de Viaje de particulares. Pero Rafael Díaz cree que van a aumentar ese ratio porque “el cliente que antes contrataba con una agencia de viajes y que viajaba tranquilo con el seguro básico que estas le ofrecían, ahora no quedará satisfecho con él, a nivel de prestaciones. Por lo tanto, intentará complementarlo con un seguro a su medida para viajar con mayor tranquilidad ante imprevistos”.

El mayor reto al que se enfrentan es “la llamada ‘nueva normalidad’. Tanto las aseguradoras, que ya han demostrado su capacidad de adaptación, como la sociedad, deben afrontar este nuevo reto donde se defina la nueva forma de viajar”.

El negocio ha evolucionado muchísimo, explica Díaz, “sobre todo a nivel de coberturas. Ahora son dos veces, o tres, más potentes que cuando nos iniciamos en el ramo. Al final, como en los demás ramos, la evolución de un producto viene marcada por el desarrollo de la sociedad y la aparición de nuevas necesidades”.

CARMEN PEÑA