

Breves del SEGURO

Noticias de interés para Ud. con información general sobre ESICUBA y temas de seguro



www.esicuba.cu | esicuba.clientes@esicuba.cu | www.facebook.com/segurosinternacionalesdecuba

Edición No. 5/2021
Mes: Mayo

ESICUBA y el Mercado

ESICUBA en su Aniversario 58: a tono con nuevos tiempos y desafíos

A partir de un propósito fundacional, el de respaldar el desarrollo económico del país a través de las protecciones y garantías que desde la actividad aseguradora puede brindar a muchos de sus actores principales, Seguros Internacionales de Cuba, S.A. (ESICUBA) ha acompañado de manera activa, durante sus 58 años de existencia, las más importantes transformaciones ocurridas en el entorno de la economía nacional.

La cartera de más de 40 productos de Seguro que en la actualidad pone a disposición del mercado cubano e inversionista en Cuba, abarcando muy diversos sectores económicos, se ha venido ampliando paulatinamente, en la misma medida en que se incrementaba su cartera de clientes y trataba de ir respondiendo a nuevas necesidades, requerimientos y expectativas.

Sobre ese proceso de evolución que no se detiene, así como los retos y propósitos que ha superado en los últimos tiempos, o que añade a la agenda de pendientes, conversamos con José Carlos Meijides Alfonso, su director general.

¿Cuáles son los retos de ESICUBA para seguir avanzando en algunos de esos espacios donde se aprecia que su impacto podría ser todavía mayor, como la empresa estatal cubana?

-Un gran desafío que tiene hoy, no solo ESICUBA sino el sector asegurador cubano, pasa precisamente por dar a conocer mucho más los beneficios y la importancia del Seguro; fomentar el desarrollo de una verdadera cultura de Seguros en el país, tanto en las entidades como en la población.

Si bien es cierto que existe un grupo de sectores estratégicos como la aviación, las telecomunicaciones, el turismo, o la propia inversión extranjera, donde por la naturaleza de la labor que realizan y su devenir, está bien arraigado el valor de lo que representa estar asegurado; también es real que se constatan otros sectores donde será preciso trabajar muchísimo en cuanto a concientización con respecto a este tema; por ejemplo, entre los que se encuentran bastante a la zaga, están la pequeña, mediana, e incluso la gran industria nacional, donde realmente tenemos aún un bajo nivel de penetración.

Y como mismo está identificado que hay poca cultura del Seguro, debido a circunstancias y condicionantes de todo tipo que se sucedieron como parte del desarrollo del país, tenemos claro que sobre esa situación nos corresponde influir a las empresas aseguradoras, como actores principales; pues de nuestro lado contamos con las explicaciones, los argumentos más sólidos para avanzar en la concientización sobre lo que significa y aporta el estar asegurado, tanto en materia preventiva como en protección de los bienes y responsabilidades.

En ese sentido tenemos que desarrollar acciones y campañas de comunicación, así como concebir y aplicar vías más directas de acceso a los potenciales clientes y lograr que entiendan el valor de estar asegurados, que por ser un servicio intangible y basado en la eventualidad de que ocurra una pérdida, no siempre se comprende a fondo; es preciso cambiar la percepción errada que se tiene en algunas empresas en cuanto al Seguro, que se erige en una inversión a futuro y no como un gasto.

En momentos en que el país impulsa otros trascendentales procesos de transformación, con el objetivo de que su economía se reactive, y se aboga por una empresa nacional más eficiente y autónoma, ¿cómo cree que podría insertarse esa concientización sobre el valor del Seguro?

-Desde su contraprestación misma, que es la posibilidad de resarcimiento ante daños o afectaciones sufridos por el Asegurado a partir de riesgos cubiertos bajo la póliza, el Seguro tributa a un fin primordial de cualquier proyecto empresarial: el de mantener su operatoria, su nivel de actividad, y por tanto los resultados y utilidades esperados. Reviste especial importancia en la actualidad contar con ese tipo de respaldos, en una economía en la que se precisa no solo de mayor dinamismo, sino además de eficiencia, productividad y al mismo tiempo de la responsabilidad que acompaña a una mayor autonomía empresarial.

Mirar al Seguro como el mecanismo de transferencia de riesgos que es y contratarlo, supondría entender que al resultar afectado el cliente a partir de las eventualidades recogidas en la póliza, la aseguradora se encargará de indemnizarlo por las pérdidas sufridas; con lo que éste podrá recuperarse y seguir sus procesos productivos o de servicios, sin tener que erogar recursos no previstos, o adicionales. De hecho, en términos de delimitación geográfica, añadiría incluso que estar asegurado debía ser una condición a valorar en un país con alta incidencia de afectaciones climatológicas, en especial por eventos naturales tropicales.

Junto a ese propósito más evidente, de funcionar como garante de los patrimonios y las responsabilidades que



tiene el cliente que se asegura, hay que decir que el Seguro tiene implícito otro elemento esencial: su influencia en la prevención de riesgos, ya que para asegurarse, se deben cumplir determinados requisitos y parámetros que contribuyen siempre en que las entidades aprendan a prepararse mucho mejor o den solución ante un grupo de vulnerabilidades y probables exposiciones a peligros, lo que también contribuye a beneficiarlas.

Otro tema que no podemos eludir es la pandemia provocada por la COVID-19, con impacto en casi todos los aspectos de la vida y en la mayoría de los sectores económicos, sin que el de los Seguros sea excepción ¿Qué ha supuesto para que ESICUBA se mantenga operativa, cumpliendo con sus metas y respondiendo a los nuevos requerimientos del Mercado?

-En el sector de los Seguros a nivel mundial la pandemia ha influido tanto sobre los productos y sus formulaciones, como en los sistemas y operatorias que se les asocian. En el caso de los productos, porque evidentemente hay que atemperarlos a los fines de otros beneficios que necesitan y requieren los Asegurados, además de hacerlos más accesibles. Mientras que las nuevas circunstancias obligaron casi a instrumentar otras rutinas y alternativas, como el teletrabajo y el trabajo a distancia, para garantizar la protección y salud de empleados, clientes y colaboradores, así como mantener la vitalidad de las operaciones.

En ESICUBA implementamos esas variantes de trabajo en tiempo récord, siempre bajo un compromiso y premisa esenciales, el de mantener todo el tiempo y con calidad nuestros servicios de cara a los clientes. Porque esos servicios tienen la característica de poder ser demandados durante las 24 horas, los siete días de la semana. No solo porque en cualquier momento se puede producir un siniestro o afectación, sino porque hay requerimientos y dudas que precisan de respuesta urgente, como los que se generan en el sector aeronáutico o de transportación de mercancías.

Por otra parte, en lo que refiere a productos, se han ido adecuando algunos para responder a necesidades y expectativas coyunturales vinculadas con la COVID-19. Tal es el caso de los Seguros de Viajes y los de Gastos Médicos, en los que se introdujo y explicitó debidamente un grupo de coberturas para los viajeros que sean diagnosticados con la enfermedad durante su estancia en el país; lo que resulta una fortaleza con vistas a responder a un reclamo que irá en ascenso en ese segmento de mercado, sobre todo cuando el turismo internacional empiece a reactivarse con fuerza.

Además, a partir de esos productos readecuados, estamos buscando alianzas de trabajo con proveedores diversos del sector de los viajes que puedan colaborar en su comercialización, incluso a través de modelos de negocios como la venta online, en la que pretendíamos incursionar desde hace tiempo. En tal dirección, ya trabajamos en proyectos concretos con agencias de viajes, turoperadores y hasta cadenas hoteleras, que al incorporar nuestros Seguros de Viajes también suman valor agregado a sus propias ofertas.

Estamos revisando asimismo otras líneas de productos, no solo con el enfoque de la pandemia, sino de responder a tendencias y una evolución del sector asegurador a nivel internacional que igualmente nos alcanzan; o a requerimientos de algunos clientes, relativos a extender determinados beneficios o ampliar coberturas, para mayor satisfacción.

Por esos caminos, seguimos apostando en función de lo que ha sido siempre una línea guía para ESICUBA: dar respuesta, desde la práctica del día a día y el Seguro, a intereses y necesidades que se suscitan en todos esos ámbitos de una economía nacional a la que venimos acompañando desde hace 58 años. ■

“ Lo más seguro es no ponerse en peligro.

Francisco de Quevedo
Escritor español



Síguenos

Otra distinción como Vanguardia Nacional, ahora por el 2020



Cumpliendo con todos los protocolos y medidas sanitarias de rigor, en las oficinas centrales de ESICUBA fue celebrado días atrás el acto oficial para recibir otra vez, la distinción como Colectivo Vanguardia Nacional por el trabajo del año recién concluido; distinción que vuelve a reconfortarnos y llenarnos de júbilo, también porque la hemos conseguido en 17 ocasiones, durante un período de 22 años.

Como viene siendo tradicional, nos acompañaron en esta oportunidad directivos y miembros del Secretariado Nacional y el Comité Provincial y Municipal del Sindicato de Trabajadores de la Administración Pública, así como directivos de nuestra OSDE Caudal. En sus respectivas palabras de felicitación al colectivo laboral, recordaron que el logro se vincula con los resultados de un año bien difícil, que requirió de esfuerzos redoblados para cumplir con los indicadores productivos y los relativos a la emulación.

La ceremonia sirvió asimismo, para reconocer a un grupo amplio de trabajadores que cumplieron años cerrados de labor tanto en 2020 como 2021, algunos de ellos con una larga trayectoria en ESICUBA. Como colofón, fueron entregados los Premios 9 de Abril, desde los que se celebra el buen desempeño laboral de personas y equipos de la empresa, igualmente durante el transcurso de un año. Se firmó además un nuevo Convenio Colectivo de Trabajo con el Sindicato Provincial de Trabajadores de la Administración Pública (SPTAP), en el que se incluye información sobre la distribución de utilidades y otras actualizaciones de procesos que resultaban necesarias.

Nuevos aliados en el sector de los viajes



La agencia de viajes Sweet SPA S.A. se ha sumado recientemente al listado de entidades que comienzan a comercializar los Seguros de Viajes de ESICUBA, en un contexto en el que debe potenciarse la demanda de este tipo de productos y en especial de las coberturas que brinden cierto nivel de protección frente a la COVID-19.

Nuestra aseguradora no solo ha reformulado su producto de viajes para adaptarlo a esos nuevos requerimientos del mercado, sino que lo ha mejorado a partir del desarrollo de diferentes planes y adecuaciones, desde los que responde a necesidades de segmentos o actores específicos dentro del sector turístico.

Sobre la base de esa transformación, se enfoca ahora en el impulso de nuevas alianzas y colaboraciones tanto con agencias de viajes y turoperadores, como con otros proveedores de la industria de ocio.