



Patricia Verges Hernández, directora de la Oficina de Ventas Seguros Generales.

● GILDA FARIÑAS RODRÍGUEZ

LUEGO DE 55 AÑOS EN EL MERCADO NACIONAL, Seguros Internacionales de Cuba, S.A. (ESICUBA), se afianza como una empresa en franca expansión de cara a los actuales escenarios económicos y financieros que experimenta el país. A la vez que consolida la confianza ganada, entre sus numerosos clientes, con una labor responsable, de calidad y de absoluta garantía en los procesos ejecutados.

Patricia Verges Hernández, directora de Ventas en ESICUBA, cuenta que la oficina Seguros Generales fue creada en abril de 2000 y que desde sus inicios estuvo diseñada para atender, fundamentalmente, los sectores tradicionales de la economía. De hecho, en esta oficina se atienden todas las carteras destinadas al comercio exterior cubano.

A lo largo de 18 años y con una ubicación estratégica para el acceso a sus clientes (Calle 1ra. esquina a C, en la zona capitalina El Vedado), la oficina ha crecido de manera considerable, impulsando el desarrollo de la Aseguradora y aparejado al desarrollo económico del país, comenta Verges Hernández.

“Por ejemplo, cuando comenzó sus funciones, el monto de los ingresos era de 9 millones; hoy estamos facturando 62 millones de primas en el consolidado de monedas, donde el 98% corresponde a la moneda libremente convertible”.

El respaldo de ese progreso, según acota Patricia, está dado también por la diversificación de la gama de productos que compran los clientes.

En cuanto a los sectores tradicionales que cubre la Aseguradora, señala que una de las principales carteras es la de comercio exterior que, además, tiene el mérito de ser uno de los objetos fundacionales de ESICUBA.

“La gran mayoría de las empresas cubanas que realizan operaciones de comercio exterior en el país, tienen pólizas de Seguros con nosotros. De hecho, estos mismos clientes son los que hacen crecer a nuestra empresa, pues en la medida que ellos crecen, lo hacemos nosotros.”

“Hoy, incluso, tenemos clientes con los que llevamos trabajando entre 50 y 55 años, otros superan las dos décadas de relaciones laborales, lo cual establece un marco de confianza entre cliente y asegurador.”

Dentro de los sectores tradicionales con una mayor cobertura de Seguros se encuentra el Ministerio de Turismo (Mintur), cuya cartera de negocios involucra las instalaciones de todas las cadenas hoteleras, los hoteles mixtos y las empresas del sector extrahotelero.

“Para esas cadenas hoteleras, tenemos un producto específico denominado Seguro para Instalaciones Hoteleras. En este se permiten combinar las coberturas de daño físico con las de responsabilidad civil (cubre daños a terceros). O sea, para que un hotel opere, normalmente tiene coberturas asociadas a sus inmuebles, sus contenidos, equipos y maquinarias y también debe tener cobertura de responsabilidad civil”.

Al decir de Patricia Verges, “en la cartera del Mintur hemos avanzado en la calidad y conocimiento de los riesgos, así como también en hacer comprender la necesidad de contar con una póliza de seguro.”

“Un vivo ejemplo es lo sucedido tras los desastres que el huracán *Irma* ocasionó en este sector donde ESICUBA, después de constatados los daños iniciales, pagó de inmediato sumas millonarias.

Asegurar el futuro sin hipotecar la tradición

Trabajar en función de superar a diario la calidad del servicio ofertado y la satisfacción del cliente, es una ética que identifica a los trabajadores de la Aseguradora.



En los Seguros tradicionales como los de transportación de mercancías, hoteles e inmobiliarias, comercios y los grandes almacenes, descansa el 50 por ciento de los ingresos de primas de la Aseguradora.

En la actualidad, el número de clientes atendidos por la entidad aseguradora supera los 800, entre fijos (la mayoría) y algunos eventuales. Sin embargo, cada uno de esos usuarios dispone de una amplia variedad de productos, en tanto crecen sus necesidades comerciales, según confirma la funcionaria.

“Nuestra empresa ha logrado algo muy favorable al elaborar una gama de productos que nos permite ofrecer diferentes coberturas de Seguro. Es decir, los clientes tienden a fidelizarse con nosotros, pues en muchos casos,

ellos comienzan con un producto muy incipiente, pero luego lo incrementan al comprender la necesidad de protección del Seguro y lo que este les cubre”.

En el sector comercial, dice Patricia, sobresalen cadenas de tiendas comercializadoras en divisas, como Cimex que es un ejemplo de cliente con pólizas de Seguros para sus diferentes riesgos (transportación de mercancía, importación, exportación, distribución, almacenes...).

Otro aporte sustancial de clientes lo tributan las empresas mixtas e inversores extranjeros, los cuales en su gran mayoría aseguran sus importaciones/exportaciones, así como las industrias y sus procesos.

La calidad de la experiencia

“Trabajar en función de superar a diario la calidad del servicio ofertado y la satisfacción del cliente, es una ética que identifica a los 115 trabajadores de la Aseguradora.”

“De igual forma, todos estos años de experiencia confieren a la empresa un rango de confianza, profesionalidad y credibilidad que nos identifica y que no podemos perder”.

En tal sentido, la directora alerta sobre la conveniencia de que el cliente sea capaz de trasladar mejor las condiciones de riesgo a su asegurador para que este, a su vez, pueda ofrecer una Póliza de Seguro más a tono con lo que él necesita.

“Existe un principio en el Seguro que es ‘de buena fe’, y está dado por la relación cliente-asegurador. Es decir, confiamos en las declaraciones del cliente en cuanto al valor de lo que quiere asegurar; aunque en la medida que lo conocemos, nos permite ir alertando acerca de los posibles riesgos y asesorándolo en la administración de estos”.

De hecho, al ser la cartera de comercio exterior una de las más tradicionales que trabaja ESICUBA, ha motivado que la empresa evolucione en la calidad y mejora de sus productos, sobre todo en la transportación de mercancías.

La creación de mecanismos de facilidad de pago para el asegurado, deviene otra opción plausible al bolsillo de los clientes de ESICUBA. “Aun cuando el tema de las cuentas por cobrar, no representa un problema para la empresa, en general”.

A pesar de los éxitos comerciales que ha logrado ESICUBA durante estos 55 años, Patricia Verges dice que todavía, queda mucho mercado por conquistar. Tal es el caso del sector de la industria cubana que, mayoritariamente, no cuenta con coberturas de Seguro. “Esto es un problema para la industria, para nuestra empresa y para la economía del país. Necesitamos que la industria cubana gane en cultura de Seguro, que vea la necesidad de contar con una cobertura de Seguro. Por lo tanto, este subsiste aún como un tema pendiente.”