

## SEGUROS

# El seguro de viaje, un sector con mucho recorrido

Las cifras de contratación en España están muy lejos de las del resto de Europa, aunque las compañías han registrado en 2005 crecimientos en este segmento. El futuro es optimista, aunque falta concienciar al viajero

**C**ada vez son más los españoles que contratan seguros para sus viajes, pero el número de pólizas está aún muy por debajo de la media europea. Según un estudio realizado por **Europea de Seguros**, el porcentaje de españoles que viajan al extranjero con un seguro de viaje suscrito apenas llega al 16% o el 17%, muy lejos del 80% que se registra en países como Alemania, Dinamarca y Holanda. Así, el volumen de negocio que mueve este sector es casi imperceptible, y según coinciden varias aseguradoras, “en 2005 no se llegará a una facturación global superior a los 100 millones de euros. No es de extrañar por tanto que los servicios de asistencia en viaje estén a la cola dentro de las ofertas de las aseguradoras. “Es preocupante la idea, muy extendida, de que los seguros que incluyen las tar-

jetas de crédito son suficientes, pero no es así. Hacen que la gente se confíe y luego vienen los problemas”, se advierte desde la compañía Europea de Seguros. “No es tanto un problema de previsión, sino más de falta de cultura”, dice José Luíís Gómez Banovio, director comercial y marketing de **Elvia Mondial Assistance**. “En otros países la contratación de este tipo de seguros es algo obvio, como lo es en España la contratación de un seguro para el automóvil. Eso falla en España”, sentencia el directivo. El problema está, a juicio de todos los actores de este sector, en que “es obligatorio ofrecer el seguro, pero se deja al cliente final que elija por sí mismo si quiere contratarlo”.

Pero las aseguradoras que ofrecen este tipo de pólizas ven el futuro con mucho optimismo. Los principales vendedores de seguros de viaje aseguran

## UN CAMBIO EN LAS COSTUMBRES

El turista español no está acostumbrado a contratar seguros de viaje, prefiere dejar el viaje al albur de la providencia con tal de que le salga un poco más barato.

haber cosechado crecimientos superiores al 10% en los últimos tres ejercicios, y ven en 2006 “el año en el que se disparará la contratación de este tipo de servicios de asistencia al viaje”.

Hasta el momento, el seguro es el quinto producto para las agencias de viajes, después del transporte, los hoteles, los paquetes y el alquiler de vehículos. Sin embargo, es el más barato y el que tiene menos repercusión económica sobre el precio total del viaje”, dice un portavoz de la aseguradora **Intermundial**.

Coincide **Mapfre Asistencia**, compañía que gestiona la asistencia en viaje de 32 touroperadores españoles, en que hay que concienciar a las agencias de que el distribuidor turístico debe convertirse en el principal prescriptor de los seguros.

## Nuevos horizontes

La explotación de nuevos canales que provean de asistencia en viaje, y la especialización, serán, durante 2006, varias líneas maestras a seguir por las aseguradoras. **Elvia Mondial Assistance**, por ejemplo, espera cerrar el ejercicio 2005 con un incremento de hasta el 50% gracias a la apertura de nuevos canales comerciales, tales como: hoteles, billetes de avión, u operaciones electrónicas. “Son éstas, y otras nuevas vías, las que generarán pingües ingresos al sector en el futuro”, se dice desde **Elvia**.

En cuanto a la especialización, cabe destacar el buen fruto cosechado por la comercialización de los denominados seguros de anulación o los relacionados con los viajes de la temporada de esquí. En estos últimos, se han contratado siete seguros por cada diez viajes cerrados, un porcentaje impensable, por ejemplo, en viajes turísticos estivales, donde la contratación de los seguros está por debajo del 50%.

