

60 y mucho + analiza en una mesa redonda las necesidades del sénior en el mundo de los seguros

La esperanza de vida, cada vez más larga, amplía la oferta de ocio en una población que sigue buscando respuestas en la seguridad

Esta mañana y dentro del marco del I Congreso Online organizado por 60 y mucho +, Construir futuro pensando en el sénior, ha tenido lugar la mesa redonda: la respuesta del sector asegurador ante las nuevas necesidades del sénior del siglo XXI.

En dicha mesa han participado Juan Fernández Palacios, director del Centro de Investigación Ageingnomics de la Fundación MAPFRE, Venancio Mayor Domingo, subdirector general de Ramos Tradicionales de Ocaso, así como Ramón Nadal de Dios, director de seguros Generales Caser.

Los temas principales a debatir fueron qué tipo de productos de asistencia familiar integral hay actualmente y cuáles son las tendencias del sector seguros que dan respuesta a las necesidades del sénior en el siglo XXI.

Todos los ponentes coincidieron en señalar que el mundo del seguro al sénior ha cambiado tanto en los últimos cincuenta años que, de hecho, ya no tiene que ver con hace cinco décadas. Ha habido una transformación total para poder cubrir unas necesidades nuevas que les son propias a las personas de esos tramos de edad.

Venancio Mayor, de Ocaso, hizo un breve repaso a la histórica compañía para valorar estas transformaciones: “El mundo sénior en Ocaso es su razón de ser. Hemos cumplido ya 10 años y siempre hemos ido en esa línea. En los años 20 el mundo sénior era de 50 y 60 y lo que preocupaba era el seguro de deceso. Las necesidades de entonces no tienen nada que ver con las actuales- señaló. El mundo sénior hoy día es muy amplio porque abarca desde los 50 en adelante teniendo en cuenta que la esperanza de vida llega de media hasta los 85 años. Este seguro, que nació para responder una necesidad de la dignidad en el fallecimiento, ahora ha volcado a la asistencia, asistencia en viaje, multiriesgo, médica, etc. Es decir, nos fuimos adaptando a sus necesidades según iban surgiendo. EL colectivo sénior ha cambiado mucho en los últimos sesenta años”, explicó.

Por su parte Ramón Nadal, de Caser recalcó que en su compañía “nuestro entendimiento no es tanto la asistencia, sino la identificación de satisfacer una serie de necesidades de una franja de población cada vez más importante y con mucha presencia en la sociedad civil, es decir, los sénior. Nuestra asistencia es doble, por un lado seguros pero por el otro de asistencia. Y en otra aproximación, es el ahorro ya que –recordó- nunca es tarde para empezar. Cáser también tiene un seguro pensado para mayores, atención en el hogar por si necesitan una asistencia por enfermedad.

Por su parte, Juan Fernández Palacios, de Mapfre recordó que “la población sénior crece de manera

cuantitativa y su colectivo está teniendo cada vez más calidad de vida, lo que implica cuidar todo lo que le rodea por lo que les convierte en un bastión esencial de la economía con un protagonismo pleno en la oferta de servicios. Podemos, por tanto, hablar de la economía sénior que cada vez tiene más peso, explicó. En el mundo de los seguros no podemos olvidarlo. Por eso en Mapfre se decidió crear el centro de investigación Ageingnomics, donde queremos aportar una mirada positiva al crecimiento de la esperanza de vida porque también trae, entre otras cosas, potencial económico. Hay que incentivar y motivar al colectivo sénior para que nos ofrezcan toda su experiencia”, reclamó.

¿Han cambiado mucho los seguros en los últimos veinte años?

El representante de Ocaso en la mesa recordó que “el seguro actual se ha convertido en una plataforma multiservicio, es decir que cubre a todos los miembros de la familia y, además, no tiene nada que ver con lo que se contrataba hace veinte o treinta años. En los años 80 se desarrolla el seguro de asistencia en viaje porque los españoles empiezan a viajar y con ello, surgen nuevas necesidades relacionadas con la asistencia en dichos viajes. Todo este desarrollo nos ha permitido ofrecer a las personas mayores algo más que una tele asistencia. La tecnología nunca va a sustituir a la presencia de un hijo con su padre pero sí podemos ofrecer servicios con personas”, remarcó.

“Esta pandemia –agregó- nos ha enseñado mucho con lo que ha pasado con las residencias, por ejemplo. A lo mejor hay que plantearse el futuro de todas estas personas muy sénior en casa y no en residencias. La estancia en domicilios será mayor y con ello aumentará la demanda de los servicios del sector seguros”.

Juan Fernández Palacios recordó, así mismo que “la evolución del seguro ha ido en la dirección de la mejora de prestación de servicios como consecuencia del enfoque hacia el cliente de la mayoría de las compañías: centrarse en las necesidades individuales y ofrecerles coberturas destinadas a ello, por ello tenemos muy en cuenta la opinión de los usuarios y su experiencia con nosotros”, explicó.

La evolución del cliente

Todos los ponentes coincidieron en dos cosas, en la evolución de las necesidades de los clientes y también cómo las empresas se van adaptando a ellos según van cumpliendo años. El representante de Ocaso explicó que “hay una posición clara y es que cuando uno llega a su cese laboral tiene que tener unos ahorros para poder vivir mejor esta etapa. En la crisis anterior vimos cómo la gente mayor soportaba mucha carga familiar ayudando a los hijos. Hay un colectivo sénior que demanda mucho más que una pensión: ocio, cultura, es decir, seguros de ahorro que complementan esa pensión. Este tipo de seguro es cada vez más habitual y necesario si se quiere tener una vida confortable”.

Por su parte, el representante de Mapfre coincidió con su colega diciendo que “efectivamente, dentro del sénior hay cada más etapas y hay un requisito básico, que no pueden ser la generación de la pobreza y la escasez. Para que se puedan cuidar de sí mismos tienen que tener unos ingresos mínimamente dignos. Tenemos un sistema público de pensiones que está exhibiendo problemas de sostenibilidad a tenor de la evolución demográfica. Para mantener ese nivel de renta por parte de la

población mayor, ahí está la posibilidad del seguro del ahorro. Los datos nos dicen que este complemento es vital y no se puede conseguir empezando a los 65 años. Conviene empezar cuanto antes, cuando uno es joven todavía. En el sector asegurador queremos ser parte de la solución”.

El representante de Caser recalcó que “siempre estamos muy atentos a lo que nos dicen nuestros clientes cuando todavía no están en la etapa sénior a través de las encuestas de calidad e intentamos fortalecer la oferta y transformarlo en un producto comercial que pueda satisfacer sus necesidades”.

Cómo enfocar los servicios de telemedicina en el sénior

Venancio Mayor, de Ocaso explicó que “hace tiempo que tenemos incorporado este servicio, la posibilidad sobre todo en la llamada España vacía, en las zonas rurales. Es cierto que suelen ser reacios pero poco a poco se van adaptando. Para nosotros la clave está en simplificar al máximo esas herramientas. También nos importa muchísimo la seguridad. Muchos sénior son vulnerables a engaños, a robos etc...La tecnología tiene que estar a disposición del ser humano y no al revés”.

Por su parte el representante de Caser recordó que en su compañía “promovemos soluciones tecnológicas pero humanizadas donde siempre detrás hay una persona, un profesional. A tal efecto, hace ya 3 años creamos un centro médico virtual donde hay médicos y enfermeras para atenderlos tanto por teléfono como por la app, receta electrónica, control de constantes vitales etc... El mayor tiene que entenderlo como algo útil y no como un control.

El representante de Mapfre reconoció que “la tecnología nunca va a suplir los efectos benéficos de una atención personal pero en un momento determinado y para ciertas gestiones valoramos acercarnos a un centro para hablar con una persona. Esto no implica que no apostemos por las herramientas tecnológicas. Por otro lado la llamada brecha digital puede que esté empezando a ser un mito. Está cambiando y de forma muy acelerada. En nuestra empresa hemos hecho una encuesta a mayores de 55 años y los resultados del barómetro son reveladores en muchos aspectos. Nos confirman lo que ya pensábamos: los sénior tienen una vocación viajera muy importante, así que tener un porcentaje de población con ganas de viajar es significativo. Pero otra cosa importante es que más del 78% usan la tecnología con habitualidad. El 58% usa la banca online, por ejemplo. Y un 49% compra a través de internet, por lo tanto esa supuesta brecha digital se está reduciendo de manera acelerada. En cuanto a los servicios online de salud lanzamos una plataforma Savia hace dos años con una gama de servicios muy amplia y que con el COVID creció de manera exponencial”, afirmó.

Datos de contacto:

Agencia de comunicación MAD&COR

www.madandcor.com

675943952

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Sociedad](#) [E-Commerce](#) [Seguros](#) [Recursos humanos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>