Impulsar cambios en el comportamiento: **leer y entender antes de comprar**

Adriana Yauhar, coordinadora del Programa de Educación Financiera
Fasecolda

Viva Seguro le apuesta a una educación financiera donde se promueven hábitos responsables de consumo para propiciar mayor satisfacción por los seguros adquiridos y confianza de los consumidores hacia la industria aseguradora.

Los programas de educación financiera tienen como propósito brindar herramientas de conocimiento con las cuales las personas puedan comprender a cabalidad los productos financieros adquiridos, sus riesgos inherentes y las diversas oportunidades que ofrece el mercado; lo anterior, con el ánimo de que tomen decisiones informadas que se ajusten a sus necesidades.

No obstante, uno de los hallazgos *del Diagnóstico de hábitos y comportamientos de las personas sobre el manejo de sus riesgos y los seguros*[1], contratado por Fasecolda en el año 2014, fue que solo el 51% de los 6.193 encuestados leyó la póliza antes de firmarla, y tan solo el 38% comparó entre las diferentes opciones de seguro que ofrecía el mercado. Adicional a ello, a través de cruces estadísticos se pudo establecer que la lectura de la póliza influye positivamente en la satisfacción del consumidor de seguros cuando procede a ejercer el derecho de reclamación; se encontró que el 64% de las personas que dijeron haber leído la póliza quedaron satisfechas con el producto recibido.

Las estadísticas del diagnóstico demuestran que gran parte de las personas de las principales ciudades[2] no están tomando decisiones financieras de manera informada; por consiguiente, es de esperar que tomen seguros que no responden de manera idónea a sus necesidades y que desconozcan a qué tienen derecho y el procedimiento a seguir en caso de presentarse un siniestro.

El consumo responsable de productos financieros

El concepto genérico de consumo responsable se asocia a la adquisición de bienes y servicios que

se ajustan a las necesidades reales de las personas y que, en su desarrollo, tiene en cuenta estándares ambientales, sociales y de gobierno corporativo.

En el sector financiero, el consumo responsable se entiende desde la óptica de la adquisición de productos que satisfacen las necesidades de los consumidores, quienes previamente han buscado y comparado información para escoger diligentemente entre la multitud de opciones que ofrecen los mercados. En consecuencia, el consumo responsable es un comportamiento deseado desde la educación financiera.

A pesar de lo anterior, procurar que los consumidores financieros sean responsables no es tarea exclusiva de las entidades financieras, también es una obligación de los mismos consumidores. De acuerdo con Carlos Trías Pinto, economista experto en temas relativos a los consumidores, y actual consejero del Comité Económico y Social Europeo, «la imprescindible mejora de la regulación, supervisión y transparencia del sistema financiero para aumentar la protección del consumidor e inversor de productos financieros no exonera al ciudadano del compromiso de desarrollar sus capacidades financieras a lo largo de toda su vida, en aras de ejercer un consumo responsable de productos financieros mediante la toma de decisiones informadas y bien fundamentadas»[3].

En el sector asegurador, la relación contractual entre la aseguradora y el asegurado genera obligaciones para ambas partes; algunos de los deberes de los asegurados frente a las compañías aseguradoras son:



Un consumidor responsable de productos financieros puede influir en una mejor oferta de bienes y servicios.

Pasaje Seguro en Centro Comercial Calima, Cali.
Foto: Viva Seguro Fasecolda - Corpovisionarios

1. Fasecolda, Viva Seguro y Corpovisionarios. Diagnóstico de hábitos y comportamientos de las personas sobre el manejo de sus riesgos y los seguros. 2014.
2. Bogotá, Medellín, Cali, Barranquilla.
3. Trías Pinto Carlos. Dictamen de Iniciativa del Comité Económico y Social Europeo sobre educación financiera y consumo responsable de productos financieros. 2011.



Pasaje Seguro en Centro Comercial Centro Calima, Cali.
Foto: Viva Seguro Fasecolda - Corpovisionarios



Pasaje Seguro en Centro Comercial Centro Sur Plaza, Cali.
Foto: Viva Seguro Fasecolda - Corpovisionarios

Para incentivar la compra informada de seguros que ofrece el mercado, la búsqueda de asesoría para comprender el producto y la lectura de la póliza antes de tomarla, el gremio asegurador creó la herramienta pedagógica Pasaje Seguro.



Pasaje Seguro en Centro Comercial Centro Sur Plaza, Cali. Foto: Viva Seguro Fasecolda - Corpovisionarios



Pasaje Seguro en Centro Comercial La Fe, Medellín.
Foto: Viva Seguro Fasecolda - Corpovisionarios

i) Informarse adecuadamente sobre el producto que se piensa adquirir e indagar sobre las condiciones.
ii) Observar las instrucciones y recomendaciones sobre el producto.
iii) Revisar los términos y condiciones del contrato y sus anexos, así como conservar las copias de dichos documentos.

Bajo este panorama, se puede apreciar que la tarea de comprensión y comparación de los seguros es necesaria en un consumidor responsable.

Por otro lado, este puede influir en una mejor oferta de los bienes y servicios. Cuando los consumidores conocen los productos que quieren adquirir, tienden a negociar las condiciones que más les favorecen, lo que promueve la competencia de la oferta, y al expresar sus inconformidades, presionan para que se respeten sus derechos; esto permite que el sector detecte nuevas necesidades y ofrezca un mejor servicio, lo que favorece la sostenibilidad de la industria.

Promover el consumo responsable: el Pasaje Seguro

Para incentivar la compra informada de seguros que ofrece el mercado, la búsqueda de asesoría para comprender el producto y la lectura de la póliza antes de tomarla, el gremio asegurador, con la asesoría de Corpovisionarios, creó la herramienta pedagógica denominada Pasaje Seguro. La iniciativa busca que los consumidores de productos y servicios cambien sus comportamientos y hábitos, como resultado de un ejercicio experiencial de juego y reflexión que toma elementos conceptuales y gráficos. Esta herramienta, que inicialmente se implementa en centros comerciales, se ha desarrollado en Bogotá, Cali y Medellín, y se espera replicar en otras ciudades.

El Pasaje Seguro es una galería fotográfica dividida en dos partes; la primera corresponde a un camino alusivo para «hacer las cosas al revés», es decir, a través de fotos y expresiones del común se evidencia un comportamiento inadecuado al momento de adquirir productos y servicios. Frases como: «yo no pregunto porque voy de afán» o «no leo, ¡qué pereza!, tengo mejores cosas que hacer», hacen parte de esta primera parte.

Una vez el usuario finaliza este sentido del recorrido, inicia un segundo camino caracterizado por «hacer las cosas al derecho», argumento alusivo a comportamientos positivos, responsables e informados antes de comprar. En este punto, el ciudadano puede reflexionar acerca de la clase de comportamiento que quiere seguir en adelante a la hora de acceder a cualquier bien o servicio, incluidos los seguros. En este recorrido se contemplan elementos lúdicos como «la manzanita del seguro» y el juego «al derecho y al revés»; el primero de ellos busca que las personas analicen los conceptos más comunes que podrán encontrar en una póliza de seguros, mientras que el segundo reafirma la importancia de leer con cuidado y en su totalidad las condiciones de lo que se compra.

En síntesis, los objetivos del Pasaje Seguro son:

i) Brindar una experiencia lúdica donde los participantes de la acción se percaten de su responsabilidad al leer o informarse antes de adquirir productos.
ii) Empoderar al ciudadano con una herramienta capaz de identificar y comprender elementos comunes en las pólizas de seguros.
iii) Promover una mirada distinta del consumidor hacia el sector asegurador, en la que prima la preocupación por hacer una venta consciente e informada.

Es así como promover el consumo responsable de seguros es un aspecto esencial en el programa de educación financiera; se busca que las personas reconozcan lo que compran o desean comprar para que a la hora de tomar decisiones, lo hagan de manera informada.