

---

## NUEVAS NECESIDADES DE SEGUROS PARA LAS NUEVAS GENERACIONES (ARTICULOS, PROPIOS)

10, diciembre



Se han desarrollado coincidiendo con el auge de las nuevas tecnologías e Internet, y el hecho de ser nativos digitales les ha conferido unas características especiales que los diferencian enormemente de las pasadas generaciones. Nos estamos refiriendo a los denominados **millenials** (entre los 18 y los 38 años de edad) y a los miembros de la **generación Z** (entre los 8 y los 23 años de edad), jóvenes con buen nivel académico (aunque escaso en algunos casos), que han integrado la tecnología en todas las actividades que desarrollan, poco conformistas, seguidores de opciones prácticas y rápidas, y capaces de alcanzar cualquier cosa que se propongan, gracias a su potencial de reinventarse una y otra vez si resulta necesario. Como consumidores son muy críticos y exigentes, siempre dispuestos a informarse online antes de tomar cualquier decisión de compra y deseosos de cerrar sus operaciones de manera sencilla y, sobre todo, inmediata.

A esta tendencia cortoplacista que los define, hay que sumarle que no suelen preocuparse excesivamente por su futuro, hecho que explica que la percepción que estas generaciones tienen con respecto del **sector asegurador** es de alejamiento y desconocimiento. Quizás esta distancia también sea causada por su situación económica actual y su dificultad para acceder al mercado laboral. La tasa de desempleo para personas menores de 25 años en España se sitúa en el 36,3%, la más alta de Europa después de Grecia. Además, este colectivo sufre temporalidad laboral, parcialidad y perciben salarios bajos. ¿Cómo van a pensar en contratar un seguro cuando más del 60% de los jóvenes que trabajan disponen de menos de 900 euros al mes? Pero dejando a un lado esta problemática, las compañías aseguradoras deben ser conscientes de que se enfrentan a un gran reto: ¿Qué hacer para mejorar el servicio y satisfacer las necesidades específicas de estas nuevas generaciones? ¿Son realmente rentables como consumidores? Sin duda alguna su principal misión debe consistir en *entender realmente quiénes son los millennials y los miembros de la generación Z, para lograr así **adaptar sus productos a su estilo de vida** y transmitirles de una*

---

forma más clara sus servicios. El punto que verdaderamente los diferencia de otras generaciones es el contexto digital en el que han nacido y crecido, y por lo tanto, las compañías sienten la obligación de adaptarse a este nuevo entorno y poner en práctica cambios drásticos que logren una mejor comunicación en el hábitat natural de estos jóvenes: **el mundo online**. En este sentido, la [aplicación IPARTE](#), gratuita para clientes de José Silva Correduría de Seguros, es un claro ejemplo, hace posible generar un parte de accidente de circulación 2.0 de forma inmediata y sencilla mediante su uso en el móvil.

Pero reflexionar y diseñar nuevas estrategias en un mundo que cambia a una velocidad vertiginosa no es la única tarea a la que se debe enfrentar el sector asegurador. La tecnología ha variado de gran manera la forma de consumir y de relacionarse, por lo cual las compañías deben adaptar también sus pólizas a las necesidades y preferencias de estos nuevos usuarios, que piensan más en las necesidades presentes que en las futuras. Vivimos en un momento de transformación, donde aparecen **nuevos riesgos** como son los delitos informáticos y la ciberseguridad, y surgen nuevas inversiones como las criptomonedas cuyo valor oscila con muchísima rapidez entre la pérdida y la ganancia. El ciberacoso es una realidad cada vez más frecuente, y por lo tanto los seguros deben ofrecer nuevas coberturas de defensa que protejan a los usuarios y actúen si son víctimas de insultos o difusión de información privada en redes sociales. La seguridad de los datos subidos a la nube es también un tema de suma importancia, ya que gracias al desarrollo del Big Data y el [cloud computing](#) las nuevas generaciones se han acostumbrado a guardar todos sus documentos y archivos personales en Internet, corriendo el peligro de que sean pirateados o robados. Es por ello que los [seguros de ciberriesgo](#) serán un producto estrella si las aseguradoras continúan actualizándolos y ofrecen nuevas garantías para su protección y salvaguarda.

Otros aspectos que han de tener en cuenta las compañías aseguradoras para cubrir las necesidades de las nuevas generaciones son los relativos al ocio y el entretenimiento. El fenómeno de los [deportes "outdoors"](#) o de aventura, las nuevas formas de viajar (Low cost, Social Media o gracias a la economía colaborativa), los festivales de música multitudinarios, o el creciente uso de [drones](#) para uso lúdico, son tendencias que no pueden resultar ajenas para el sector asegurador, que debe ser conocedor de ellas para así poder ofrecer servicios que resulten atractivos para los nuevos y futuros solicitantes de contratos de Seguros.

En resumen, las aseguradoras y los mediadores profesionales de seguros debemos de aprovechar las **tendencias digitales** para aumentar la cultura de protección, implementando servicios de contratación remota, atención inmediata y seguros personalizables, logrando captar así la atención de estas nuevas generaciones, que no tienen la costumbre de visitar los establecimientos físicos para realizar operaciones, como por ejemplo la contratación de una póliza. También tenemos que aumentar nuestra presencia en blogs y redes sociales, ya que el mundo online es el hábitat natural de estos jóvenes, donde buscan la información de los productos que necesitan y donde acaban por contratarlos. **Los Corredores de Seguros evolucionaremos como lo están haciendo las grandes plataformas online**, facilitando experiencias "en vivo y en directo" en el centro de las ciudades y con grupos afines. Soluciones como las que ofrece [Seguro Comparador](#), que dispone de información objetiva de las mejores opciones de Seguros y una [herramienta online](#) para conocer su precio aproximado con un solo click, es sin duda un claro ejemplo de la inmediatez y funcionalidad solicitada por estas nuevas generaciones.

Fuentes: elaboración propia.

---

## **Comentarios**