



Agosto 2011

La cultura del seguro: vuelve La Lotería de la Vida

La industria aseguradora nacional lanza su campaña de comunicación “Lotería de la Vida 2011”, que en esta etapa busca dar a conocer los aspectos positivos del seguro y los beneficios que se obtienen al contar con este tipo de protección frente a los riesgos a los que la gente se expone día a día.

Esta campaña que inició en el 2008 busca fomentar la cultura del seguro en Colombia, mostrando a las personas que los riesgos están presentes en cualquier momento de la vida y que pueden afectar a cualquier individuo.

Con el slogan “**jugar con seguro es más seguro**” y la presentación de testimonios reales de personas que han logrado sobrellevar una adversidad gracias a que tenían un seguro, el público podrá confrontar su realidad y a través de las experiencias de otros considerar el seguro como opción para protegerse ante cualquier eventualidad y minimizar las consecuencias de estos imprevistos.

Cuando existen los seguros las personas no se empobrecen al momento de sufrir una tragedia. Son un indicador del desarrollo de un país y un instrumento para la reducción de la pobreza, evitando así un desequilibrio en la economía. De cara a un siniestro o una calamidad, el seguro garantiza no tener que empezar nuevamente de cero, dijo Ingrid Vergara, Directora de Comunicaciones y Mercadeo del gremio asegurador.

La campaña estará presente en medios masivos, como radio y televisión y en internet, donde a la página www.laloteriadela vida.com, se integran por primera vez las redes sociales de Facebook, Twitter y Youtube, en la que cada individuo podrá contar sus historias, subir fotos o videos relacionados con riesgos y participar de diferentes concursos.

En radio y televisión ejemplificaremos tres situaciones en las que las personas se enfrentan a riesgos y gracias a que estaban asegurados pueden continuar con su vida. El riesgo de robo a una propiedad tema muy común y cotidiano, para los colombianos que ven afectado su patrimonio familiar; el riesgo de accidente que involucra la salud de cualquier individuo y el riesgo de terremoto que considera los daños y pérdidas que se pueden generar en un negocio. Amenazas cotidianas, para cualquier colombiano.

Adicionalmente, en la página de internet podrán encontrar una explicación detallada de los tipos de seguros que existen, sus coberturas y dónde

adquirirlos, así como más de 45 videos con historias reales de personas que jugaron la Lotería de la Vida con seguro.

Cultura y Penetración

En un país como Colombia los ciudadanos están expuestos a múltiples riesgos, sin embargo, un alto porcentaje de la población no toma medidas para afrontarlos de manera responsable.

La penetración del mercado de seguros en Colombia es baja. Las estadísticas así lo demuestran: en Colombia las primas de seguros sólo representan el 2,2% del Producto Interno Bruto Nacional, cifra cercana al promedio latinoamericano que es de 2,5% del PIB.

Datos de la Suiza de Reaseguros revelan que mientras un colombiano invertía US\$118 en seguros al año en 2009, durante el año pasado destinaron US\$142 para este rubro. No obstante, esta inversión es baja si se tiene en cuenta que en países como Chile un habitante gasta más de US\$400, un norteamericano US\$4.086 y en el Reino Unido un ciudadano invierte US\$7.113.

INGRID VERGARA CALDERÓN

Directora de Comunicaciones y Mercadeo

FASECOLDA

Conmutador: 3443080 Ext 1801 - 1805

ivergara@fasecolda.com

DANIEL BERNAL

Analista de medios y comunicaciones

FASECOLDA

Conmutador: 3443080 Ext: 1805

dbernal@fasecolda.com