

OBSERVATORIO INNOVACIÓN EN ASISTENCIA EN SEGURO DE HOGAR

La innovación tecnológica, clave en la asistencia al cliente de seguros

EVOLUCIÓN/ Las empresas aseguradoras ofertan un servicio cada vez más especializado basado en la inversión en nuevas herramientas y desarrollo tecnológico, facilitando así la experiencia del cliente.

Jaime Ostos. Madrid

La tecnología está cada vez más implantada en la vida diaria. Extrapolado a las empresas aseguradoras, la tecnología provoca una continua innovación en los servicios ofertados. Hay que dar una respuesta específica a cada cliente, y además debe ser rápida. Hoy en día los clientes no esperan ya que las facturas se firmen en un papel, esperan estampar su firma en un iPhone o *smartphone*.

Para las compañías de seguros este desembolso de dinero no es un gasto más, es una inversión sin la cual las empresas se quedan rezagadas respecto a sus principales competidoras. Estas son las conclusiones del III Observatorio Innovación en Asistencia en Seguro de Hogar en España, organizado por EXPANSIÓN y Foro Ecofin.

Según Salvador Molina, presidente de Foro Ecofin, “la innovación en el sector de asistencia en el hogar está siendo más fuerte dentro de las empresas que incorporan *big data* e inteligencia artificial que en la oferta a sus clientes a través de aplicaciones o herramientas web”. Igualmente, esta innovación va acompañada de una fuerte inversión, la cual es clave para que la empresa sea competitiva y que no se quede atrás en la carrera por ofrecer el mejor servicio al cliente.

Para Maite Trujillo, directora Comercial y Marketing de AXA Assistance, “más que un coste es una inversión. Si no inviertes en tecnología estás obsoleto, la experiencia del cliente no es la misma, es un coste que tiene su retorno en el medio plazo. Estamos obligados a hacerlo ya que sino no podemos competir”. Y esta inversión no es algo novedoso, sino que se viene produciendo desde hace ya bastante tiempo. Borja Díaz, director general Multiasistencia, explicó que “la asistencia en hogar no son sólo fontaneros, desde hace mucho tiempo las compañías hemos invertido grandes cantidades en tecnología”.

De un tiempo a esta parte las empresas aseguradoras se apoyan en las nuevas tecnologías para impulsar sus ser-



De izquierda a derecha: Salvador Molina, presidente de Foro Ecofin; Borja Díaz, director General de Multiasistencia; Luis Vial, director de Negocio de HomeServe Asistencia; Maite Trujillo, directora Comercial y Marketing de AXA Assistance, y Rafael Sierra, director de ADN del Seguro.

vicios. Igualmente, debido a la cantidad tanto de clientes como de servicios ofertados, el trato al cliente debe ser único y exclusivo, ya que las necesidades varían de uno a otro, así como la forma de tratarlo. En este sentido Maite Trujillo apuntó que “hay que

proporcionar el canal que quiera el cliente, tenemos que ser multicanal para adaptarnos a lo que el cliente quiera, ya sea *smartphone* o lo que sea”. Lo corroboró Luis Vial, director de Negocio de HomeServe Asistencia, para quien “la personalización es

la base de la tecnología que viene, hay que poder personalizar a cada cliente con las herramientas que tienes”.

Díaz explicó que “ahora el cliente demanda un contacto en diferentes canales, como el móvil, con una aplicación para interpretar, que no sea

un botón solo, sino que la propia herramienta dé soluciones. Estamos convencidos que es el canal del futuro”. Para proporcionar este servicio individualizado, Díaz apuesta por tener una base de datos “para que a cada cliente se le aplique un proceso dis-



MAITE TRUJILLO
Directora Comercial y Marketing de Axa Assistance

“Estamos obligados a tener una oferta de valor y cada vez con más garantías adicionales, algo que el cliente demanda”



LUIS VIAL
Director de Negocio de HomeServe

“La innovación sin cambio cultural no tiene sentido, si el equipo no trabaja nos quedamos a medio camino”



BORJA DÍAZ
Director General de Multiasistencia

“Hemos creado una unidad especializada en inversión al desarrollo de herramientas y nuevas tecnologías”



SALVADOR MOLINA
Presidente de Foro Ecofin

“Las reparaciones de mono azul están dejando paso a las reparaciones más tecnológicas”

CALIDAD

Las compañías ofrecen un **servicio de calidad** a todos sus clientes, dando las mismas prestaciones tanto a empresas como particulares.

tinto. Esto hace que los algoritmos tomen una decisión distinta para cada uno de los clientes”.

Ciberriesgo

Cada vez más pólizas de seguros añaden un apartado para cubrir posibles ciberataques. En AXA Assistance y según Trujillo, “desde hace tiempo incorporamos el ciberriesgo en las pólizas, no solo en las de hogar, tenemos una parte jurídica donde lo cubrimos”.

Para Vial, y dentro de su compañía HomeServe, “el ciberriesgo es un tema estratégico a nivel del grupo, hemos hecho fuertes inversiones a nivel de ciberseguridad, tenemos unos protocolos muy claros de actuación; manejamos millones de datos y tenemos que garantizar que no habrá problemas. Se trata del riesgo número uno de la compañía”.

En todos los países del grupo se trabaja así”. Por su parte, en Multiasistencia y según explicó Díaz “cubrimos la prestación a través de nuestro servicio vinculado a coberturas de seguridad informática y lo prestamos a las compañías”. Aunque eso sí, “no vemos un fuerte incremento de la siniestralidad asociada a estos servicios”.

Desde hace algunos años están empezando a surgir empresas enfocadas a ramos concretos. Estas nuevas empresas se basan en una política de precios bajos, con los que pretenden llegar a más clientes. Para las grandes compañías pueden ser competidoras, pero la baja oferta de servicios asociada puede que sea lo que las haga desaparecer. Según Borja Díaz, “no veo una competencia en la actualidad. Estos jugadores acabarán desapareciendo del mercado”.

En esa misma línea, Luis Vial apunta que estas empresas “en cuanto exijan una innovación importante no van a ser capaces de adaptarse. A medio plazo es un servicio que acabará desapareciendo”. Maite Trujillo resumió que “con la bajada en precios han demostrado que la calidad no cumplía los estándares”.