

## OBSERVATORIO EXPANSIÓN

# La transformación digital, clave para impulsar la calidad en el sector asistencial

**RETOS/** Las compañías de asistencia en el seguro de hogar se enfrentan, en pleno proceso de digitalización, a un cliente que crece en exigencia y a unos márgenes cada vez más ajustados.

María Sánchez. Madrid

Los seguros de hogar en España tienen una alta valoración por parte de los usuarios. Sin embargo, en muchas ocasiones, no se conoce que, tras esa alta satisfacción de los consumidores, se encuentra el valor que aportan las empresas de asistencia a los propios seguros. “El cliente no es del todo consciente de quién le presta el servicio y no tiene constancia de quién hay detrás”, afirmó Borja Díaz, director general de Multiasistencia, en el *II Observatorio sobre los Retos de la Asistencia en el Seguro del Hogar en España*, organizado por EXPANSIÓN y el Foro Ecofin, presidido por Salvador Molina, presidente del Foro Ecofin, y moderado por Rafael Sierra, director de ADN del Seguro.

Uno de los principales retos del sector, en un entorno en el que el cliente es cada vez más exigente, es la búsqueda de la máxima calidad sin que ello suponga un alza en los costes. En los últimos años, durante la crisis, el precio era el principal factor de decisión. Sin embargo, la tendencia está virando hacia la búsqueda de la calidad. “Las compañías de asistencia estamos compitiendo en precio diariamente y, sin embargo, sabemos aumentar la satisfacción de los clientes e incrementar la calidad de los servicios, a pesar de que los costes y los márgenes nos han estado perjudicando en los últimos años”, defendió Maite Trujillo, directora comercial y marketing de AXA Assistance.

## Digitalización

La cuestión es: ¿Cómo dar respuesta a las crecientes exigencias del cliente sin que aumenten los costes? “Sumándonos a la transformación digital”, concretó Agustín Domínguez, director de estrategia de Reparalia. Una propuesta a la que se adhirió el resto de participantes. Además, Domínguez añadió que “hay que automatizar los pro-

**Los asegurados no buscan sólo un precio competitivo, cada vez son más exigentes en calidad**



Encuentro en la sede de Unidad Editorial. De izquierda a derecha, Borja Díaz, director general de Multiasistencia; Eduardo Rodríguez, director comercial y marketing de Asitur; Maite Trujillo, directora comercial y de marketing de AXA Assistance; Agustín Domínguez, director de estrategia de Reparalia; y Rafael Sierra, moderador del encuentro, coordinador de seguros en Foro Ecofin y director de ADN del Seguro.

cesos e invertir para lograr ser un *partner* competitivo para las grandes aseguradoras”. En esta línea, Borja Díaz apuntó que, “en tres años, al menos el 75% de los asegurados querrá tener un contacto en formato digital con su compañía aseguradora”.

Por su parte, Eduardo Rodríguez, director comercial y de marketing de Asitur, aseguró que, desde la compañía, tienen la creencia de que “todo tiende hacia un *self service* por parte del asegurado y ello solo podrá conseguirse a través de la tecnología”.

Al final, se trata de “priorizar el factor *customer experience* frente al coste, y eso se hace invirtiendo en innovación y tecnología”, defendió Maite Trujillo, y añadió que “la tecnología no es un gasto, es una inversión, y si se hace bien ésta repercute en una mejora de la operatividad y en un mayor retorno de los clientes”.

Desde Multiasistencia afirmaron que “hay que cambiar la dinámica de los procesos actuales” y, para ello, están trabajando en “crear herramientas que, a través de datos,

decidan procesos y permitan que la actuación se adecue a las necesidades de cada cliente”.

Por otro lado, las nuevas tecnologías, la domótica y el Internet de las Cosas en el hogar permiten que se avance en

**BORJA DÍAZ**  
Director general de Multiasistencia

“En tres años, al menos el 75% de los asegurados querrá tener un contacto en formato digital con su compañía”

**MAITE TRUJILLO**  
Directora comercial y marketing de AXA Assistance

“La tecnología no es un gasto, es una inversión, y si se hace bien ésta repercute en una mejora de la operatividad”

el sector y se dé una atención cada vez más eficiente. Aunque todos coincidieron en que todavía es una tecnología muy experimental y que aún no existe una vinculación directa entre la casa conectada y el mundo asegurador, Agustín

**AGUSTÍN DOMÍNGUEZ**  
Director de estrategia de Reparalia

“Hay que automatizar los procesos e invertir para lograr ser un *'partner'* competitivo para las aseguradoras”

**EDUARDO RODRÍGUEZ**  
Director comercial y marketing de Asitur

“Las empresas de asistencia internalizadas no tienen la agilidad en innovación que tienen las compañías especialistas”

Domínguez afirmó que permitiría “una gestión temprana de los siniestros, así como la instalación de sistemas de prevención más avanzados”.

## Choque de tendencias

Uno de los puntos fundamentales analizados en el Observatorio suscitó un acuerdo unánime de los asistentes. ¿Indemnización o reparación? “Sin duda, reparar”, aseveró Eduardo Rodríguez, ya que “además de ser menos costoso para la aseguradora, genera un mayor índice de satisfacción en el cliente final”. Para los expertos, no existe una demanda creciente en la que prevalezca la indemnización, es más “aquello que antes se indemnizaba, ahora se tiende a reparar”.

“Las aseguradoras se dan cuenta de que aumentar el porcentaje de indemnizados sería un error, por el coste y por la pérdida de calidad; y en España esta tendencia está dando un buen resultado frente a mercados como Francia”, según Maite Trujillo, de AXA Assistance. En España los procesos de reparación representan entre un

## TECNOLOGÍA

Las compañías asistenciales disponen de **mayores recursos** para invertir en tecnología e innovación frente las empresas que internalizan los servicios.

**En España, entre el 70% y el 80% de las intervenciones son reparaciones frente a indemnizaciones**

70% y un 80% de las intervenciones, mientras que en Francia la reparación apenas llega a un 15% o 20%, frente a un alto porcentaje de indemnizaciones. De hecho, Borja Díaz, de Multiasistencia, presente en diversos mercados internacionales, corroboró que “el modelo español está poco extendido. Pero, cuando se empieza a mostrar el valor que aporta una red de reparadores que controle la calidad y el coste, y las compañías aseguradoras lo prueban, se consigue subir el nivel de reparación controlada”.

## Externalización

El sector de asistencia está viéndose una polarización de la tendencia. Por una parte, algunas empresas aseguradoras optan por reforzar la gestión interna de la asistencia en el hogar, mientras que otras apuestan por externalizar los servicios.

Desde AXA Assistance defendieron que “se debería apostar por grandes compañías externas que ofrezcan todo lo que la aseguradora necesita sin necesidad de realizar una gran inversión y con una gran calidad en los servicios”. Por su parte, Eduardo Rodríguez, afirmó que, “al final, la externalización resulta más rentable, porque si al coste siniestral que tiene una aseguradora se le suman los costes que supone ofrecer un buen servicio asistencial, la cifra asciende exponencialmente”. Además, “las empresas de asistencia internalizadas no tienen la agilidad en innovación que tienen las compañías especialistas”.

Por otro lado, Reparalia defendió que “no existe una mayor subcontratación”, y es que, “aunque parece haber razones lógicas para creer que la apuesta por la externalización es más fuerte”, desde la compañía creen que “hay una razón más histórica que lógica para la internalización”.