

# Perspectiva práctica del seguro del hogar

## RAMÓN NADAL

Director Técnico de Seguros Generales. CASER Seguros

**En los últimos quince años el seguro del hogar ha tenido una evolución muy significativa en términos de volumen de primas que alcanzará previsiblemente este año los 4.000 mill € frente a los casi 1.400 mill del año 2000, incrementando un 65% su cuota dentro del conjunto de seguros de no vida.**

Este crecimiento se debe a diversos factores como el mayor índice de aseguramiento, el alto número de viviendas terminadas durante toda la década anterior, la evolución de los costes de la construcción y la pujanza de la economía española hasta el impacto de la crisis económica que en las primas de esta modalidad no se evidenció hasta 2011. Incluso en los años de mayor severidad de la recesión las primas de hogar siempre se han incrementado, evidenciando ya una clara recuperación en 2014.

Esta evolución responde a un progresivo pero firme cambio en el sentido del propio seguro del hogar, que empezó ofreciendo una cobertura muy básica frente a los riesgos de incendio y robo, para incorporar progresivamente garantías que cubrían daños por agua, rotura de cristales y responsabilidad civil, para convertirse así en un completo multirriesgo, que ofrecía también a determinados clientes coberturas del tipo "all risk".

En los primeros noventa, aparece la asistencia en el hogar, que más allá de ofrecer determinados servicios de emergencia, en realidad poco utilizados por los clientes, se concentra en una forma distinta, mucho más ágil y eficiente de gestionar los siniestros, con un servicio de atención al asegurado durante las 24 horas. En realidad, se trató de un profundo cambio en la gestión, donde progresivamente se pasa del seguro como indemnización al servicio, asumiendo la reparación o en su caso la reposición de los bienes dañados por el siniestro, cumpliendo así más eficazmente con la función clave del seguro, que no es otro que restablecer la situación previa al hecho fortuito y aleatorio que produce el siniestro.

Para gestionar esta nueva forma de prestación, las aseguradoras líderes crearon sus propios servicios de

asistencia, y las de menor tamaño tuvieron que recurrir a plataformas externas que gestionaban los siniestros de diversas entidades.

Esta diversidad, donde conviven diferentes modelos de gestión y al contar con una red externa de proveedores no siempre adecuadamente instruida ni fidelizada evidenció la necesidad de mejorar el servicio en términos de calidad y plazos de atención.

Como ocurre ya en CASER, que tiene certificados mediante ISO 9001:2008 todos los procedimientos de gestión de las prestaciones del seguro del hogar, el Sector avanza por la vía de la calidad y a tal efecto se van incluyendo contractualmente compromisos concretos con el asegurado, con sus correspondientes compensaciones en caso de incumplimiento, como, por ejemplo, liberar el pago del recibo siguiente en caso que el fontanero no acuda en menos de 75 minutos en un escape de agua declarado como urgente.

El disponer de redes propias de profesionales exclusivos y bien entrenados, contando con herramientas de comunicación y protocolos de gestión adecuadamente definidos, hace que se ofrezca un elevado nivel de servicio y satisfacción del cliente, al tiempo que se contienen los costes de las prestaciones que permiten ofrecer una buena prima a los clientes.

La última evolución del seguro del hogar ha sido la progresiva incorporación de garantías y servicios de valor añadido que han incrementado el nivel de cobertura hasta ser prácticamente integral para atender todas las circunstancias que puedan sobrevenir en una vivienda.

**El disponer de redes propias de profesionales exclusivos y bien entrenados, contando con herramientas de comunicación y protocolos de gestión adecuadamente definidos, hace que se ofrezca un elevado nivel de servicio y satisfacción del cliente**

## El servicio es, cada vez más, elemento clave para la fidelización, ya que los clientes aprecian cada vez más su seguro por los servicios recibidos que por las coberturas puramente aseguradas

Es el caso, cuando, por ejemplo, se ofrece al asegurado sin coste alguno, que pueda disponer de un profesional de distintos oficios para atender pequeñas reformas o mejoras en su casa, lo que conocemos como el BricoCaser, muy valorado y utilizado por los clientes. Como también en los servicios, ya con cierto barniz digital, como pueden ser la asistencia informática remota o la recuperación de datos desde soportes electrónicos diversos.

Nos encontramos en un punto con un nivel de coberturas y servicios ya considerable y que hace que las pólizas del mercado sean muy completas. La evolución futura del seguro del hogar, en una economía en recuperación, verá como las aseguradoras incrementan la competitividad de sus ofertas mediante avances innovadores, asignación eficiente de los precios y mejora de los procesos de gestión.

Pero, ¿qué pasa con el cliente y, específicamente, con el asegurado de hogar? Pues que está cambiando, de hecho ha cambiado ya. Y es el cambio más rápido y drástico de la historia provocado por dos hechos muy relevantes: el acceso inmediato y sin coste a la información y la crisis: el cliente quiere ver un retorno directo y valioso de su dinero.

Hoy el cliente ya es más activo y exigente, valora los compromisos de calidad, los mejores clientes tienen que sentirse tratados de manera excepcionalmente buena, y en condiciones económicas favorables.

Pero resulta que los mejores clientes que no declaran siniestros son los que no tienen la oportunidad de comprobar el buen servicio y cobertura ofrecida por su asegurador, por lo que están más expuestos a dejar la compañía.

En adelante, la vinculación por la vía del servicio más que por la del siniestro, como ya se ha empezado a hacer en los años recientes, tendrá que apalancarse en la digitalización, para ofrecer la inmediatez y agilidad en la prestación de los servicios ofrecidos en la línea que demanda el cliente y que a su vez permita ganar eficiencia al asegurador.



Al ser un seguro obligatorio y muy popular, siempre fue el seguro del automóvil el aglutinador de otras modalidades en el entorno particular que posibilitaban la venta cruzada. Sin embargo, y ante su pérdida de peso y relevancia, en adelante será el seguro del hogar, que continuará enlazando distintas coberturas y servicios, el elemento nuclear de la protección familiar.

La industria del seguro no es ajena a la sociedad conectada y deberá saber aprovechar sus capacidades para satisfacer nuevas demandas de los clientes y oportunidades de negocio que ya se evidencian.

El servicio es, cada vez más, elemento clave para la fidelización, ya que los clientes aprecian cada vez más su seguro por los servicios recibidos que por las coberturas puramente aseguradas. Y la Innovación debe permitir diferenciar la oferta y escapar a la presión del mercado. Innovación no de garantías, sino de asignación de precio, formas de prestar esos servicios y compromisos de calidad.

Hoy en día la digitalización ya está presente en todas las facetas de nuestras vidas, pero aun queda camino para transformar la relación con los asegurados de hogar.

Con las nuevas tecnologías tenemos la oportunidad de aportar nuevos aspectos diferenciales y relevantes como es la prevención de los riesgos que sobre los bienes y, especialmente, sobre las personas se ciernen en la propia vivienda.

La conectividad de los hogares a través de internet junto con la movilidad que aportan *smartphones* y *tablets*, ponen al alcance de la mano, desde cualquier lugar del mundo, controlar y seguir aspectos de gran relevancia para cualquier familia, como la seguridad, la eficiencia energética, la tranquilidad o “peace of mind” con niños, mayores, adolescentes y personal de servicio del domicilio, durante las ausencias.

Mediante sensores de intrusión, humo, fugas de agua, movimiento, consumo eléctrico, etc., que reportan al asegurado las incidencias que evidencian situaciones de riesgo reales o potenciales se consigue prevenir, pero también una protección mucho mayor de las vidas y patrimonios familiares, mediante, por ejemplo, cerraduras de seguridad accionadas electrónicamente, mecanismos que cortan el suministro de luz y gas ante conatos de incendio, control de la iluminación o la activación de medidas automáticas de extinción de incendios.

Además, el “hogar conectado”, es un canal permanente de comunicación que debe permitir proveer de todo tipo de utilidades al entorno familiar, como, por ejemplo, el que ya estamos escuchando de reponer automáticamente el frigorífico cuando se vayan agotando las existencias.

Con una perspectiva más o menos cercana en el tiempo, permitirá ver como se posiciona el hogar familiar como punto de vinculación con la salud y el bienestar de quienes habitan en él, tanto para monitorizar la salud de personas con determinadas enfermedades crónicas, como también para alertar de hechos accidentales e

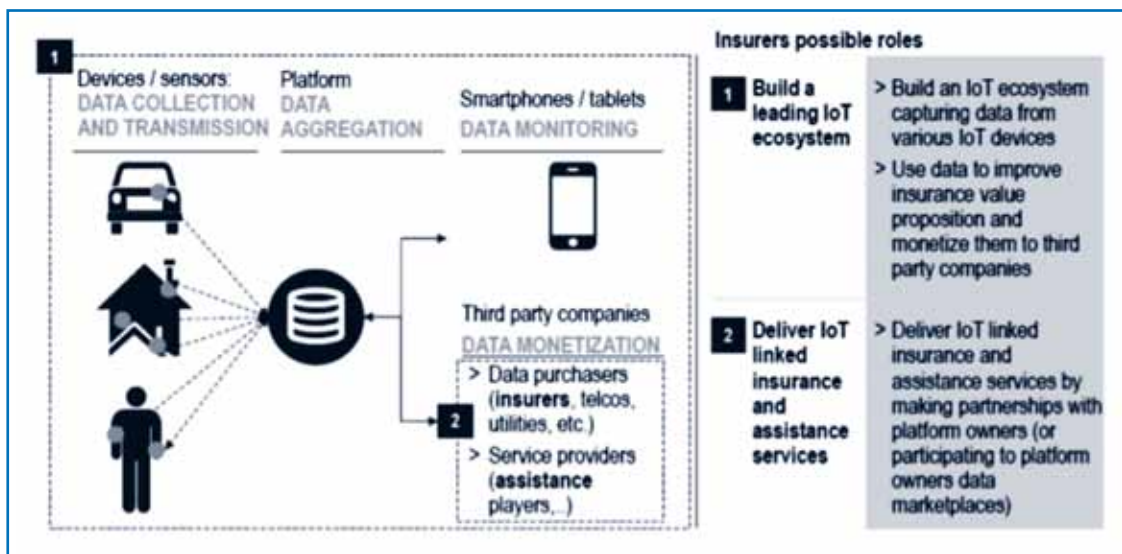
La revolución tecnológica en el hogar integrado más que conectado hace que las posibilidades y aplicaciones de interrelación sean tan amplias como la imaginación y la capacidad operativa sea capaz de facilitar y, es por ello que, las aseguradoras, tendrán que fijar sus posiciones en función de la estrategia y el rol que quiera asumir su propio modelo de negocio

imprevistos que requieran de una ayuda asistencial de urgencia.

En no mucho tiempo, el hogar conectado sabrá lo que sus inquilinos deseen incluso antes que lo pidan, lo que además de cómodo resultará más económico y eficiente. Las compañías tecnológicas americanas ya han empezado a tomar posiciones en este mundo, ya que estiman que en 2020 existirán más de 200.000 millones de objetos domésticos conectados a internet.

La revolución tecnológica en el hogar integrado más que conectado hace que las posibilidades y aplicaciones de interrelación sean tan amplias como la imaginación y la capacidad operativa sea capaz de facilitar y, es por ello que las aseguradoras tendrán que fijar sus posiciones en función de la estrategia y el rol que quiera asumir su propio modelo de negocio.

GRÁFICO 1. Internet of Things and Insurance



Fuente: Internet of Things and Insurance - Roland Berger Consultants.