

Según el XIV Informe de Capgemini sobre el Sector Asegurador en Internet

Los dispositivos móviles irrumpen con fuerza en el sector asegurador español

- Un 55 por ciento de las aseguradoras han incrementado el uso de la movilidad para dar soporte a sus clientes y un 68 por ciento dice tener una estrategia corporativa definida en movilidad (83 por ciento en redes sociales)
- Sanitas lidera el ranking de las aseguradoras con mejor posicionamiento en Internet, seguido por Mapfre y Mutua Madrileña
- En redes sociales, en el modelo multirramo, destacan ING Nationale Nederlanden y Santalucía. Por criterios de movilidad destacan Allianz y Axa
- En 2014 se prevé que el 45 por ciento de las entidades capturen el 10 por ciento de su negocio a través de Internet, un 9,71 por ciento más que en 2013

Madrid, 22 de abril de 2014.- Un 55 por ciento de las entidades aseguradoras encuestadas afirman usar los canales de movilidad para dar soporte a los usuarios, más del doble que el pasado año. Esta es una de las conclusiones del XIV Informe del Sector Asegurador en Internet, que destaca la cada vez más pronunciada convergencia entre movilidad y redes sociales, un 90 por ciento de las aseguradoras encuestadas se decanta por un solapamiento de ambos canales. El desarrollo de una estrategia corporativa en redes sociales y movilidad sigue siendo una tendencia en crecimiento para la mayoría de las aseguradoras.

Para la elaboración de este informe se han analizado 52 webs de entidades aseguradoras en España y 15 de Latinoamérica, clasificadas en seis modelos de negocio: compañías aseguradoras multirramo, entidades banca-seguros, aseguradoras de directo, mediadores on line, agregadores y compañías multirramo de Latinoamérica. Además, el estudio incluye las opiniones y comentarios de los directivos de las principales compañías del sector recogidas a partir del cuestionario de Capgemini sobre la “Evolución de Internet en el Sector Asegurador”.

Como ya ocurriera el año pasado, el principal objetivo a cubrir a través del canal Internet para el 77 por ciento de las aseguradoras es la relación con el cliente, seguido del marketing y la imagen de compañía, más de la mitad de las aseguradoras encuestadas consideran Internet como una red de distribución independiente.

En comparación con los datos arrojados el año pasado, ha aumentado el porcentaje de aseguradoras que han implementado nuevas funcionalidades en sus compañías. Los servicios de contratación y presupuestación, que han pasado de una implementación del 11 por ciento en contratación el año pasado, a un 50 por ciento este año, y de un 28 por ciento de implementación del servicio de presupuestación el año pasado, a un 44 por ciento este año. Para el 62 por ciento de las compañías la incorporación de la apertura de siniestros está prevista para los próximos dos años.

El 82 por ciento de las entidades tiene clara la apuesta por el *Responsive Web design* en los próximos dos años, permitiendo crear sitios web que se adapten al ancho del dispositivo, adaptándose el diseño y el tamaño de las imágenes cuando se cambia de dispositivo.

Otra de las principales conclusiones de este estudio es la tendencia positiva en lo que se refiere a la mejora de la captura de negocio a través de Internet. De la encuesta realizada, un 40 por ciento de las compañías participantes han capturado más del 10 por ciento del negocio a través del canal Internet y las expectativas para 2014 incrementan la captación casi un 10 por ciento más.

El estudio constata la importancia creciente que están adquiriendo las redes sociales y los canales de movilidad. Un 83 por ciento de las compañías asegura poseer una estrategia corporativa definida en redes sociales, cifra que desciende hasta un 68 por ciento en lo que se refiere a movilidad, si bien se sigue interpretando como estrategia corporativa la de posicionamiento y explotación de estos canales por parte de los departamentos de Marketing. Para un 95 por ciento de las aseguradoras, el principal uso de las redes sociales es el refuerzo de la reputación de marca.

El posicionamiento en Internet móvil y la toma de decisiones estratégicas basadas en las nuevas tecnologías hace que el sector asegurador cada vez más se oriente hacia el desarrollo de aplicaciones móviles para clientes y proveedores de servicios. Las plataformas indiscutibles de movilidad en las que el 100 por ciento considera que se debe tener presencia continúan siendo Apple y Android. Este año aparece con fuerza Windows 8 y se mantiene WindowsPhone.

Como ya hemos indicado, será la madurez en las iniciativas en redes sociales y movilidad las que marquen la diferencia en los próximos dos o cuatro años, las entidades aseguradoras tienen presente emprender proyectos significativos orientados hacia la estrategia corporativa. La posibilidad de incrementar sensiblemente el volumen de contratación on line dependerá de la estrategia de interacción con el nuevo consumidor digital.

Ranking de las compañías aseguradoras

El ranking de compañías multirramo está liderado por Sanitas. La variedad de oferta de servicios al cliente ofrecida, así como el diseño visual y técnico de su website son los aspectos que la han elevado a la primera posición.

RANKING DE ASEGURADORAS MULTIRRAMO

Las diez primeras posiciones

PUESTO	ENTIDAD	PUNTUACIÓN TOTAL
1	Sanitas	80,92
2	Mapfre	76,26
3	Mutua Madrileña	73,91
4	Caser	73,24
5	Axa	70,96
6	Plus Ultra	70,32
7	Lagun Aro	70,02
8	Santalucia	69,92
9	Generali España	68,92
10	Asisa	66,36

Fuente: Capgemini

En banca seguros, la apuesta por los servicios de negocio sitúa a SegurCaixa Holding en primera posición desbancando a Bankinter, que este año ocupa la segunda posición. Línea Directa, en el modelo de aseguradoras de directo y Segurosbroker en el modelo de mediadores se sitúan en primera posición. Rastreator repite primer puesto en el modelo de agregadores. En el caso de Latinoamérica, ocupan los primeros puestos Caja Seguros Argentina, Porto Seguro Brasil y Mapfre México.

En relación al ranking de social media y movilidad, las compañías mejor posicionadas son ING Nationale-Nederlanden, Santalucía y Mapfre -en social media- y Allianz, Axa y Adeslas -en movilidad-.

Acerca de Capgemini

Con más de 130.000 empleados presentes en más de 40 países, Capgemini es uno de los principales líderes en servicios de consultoría, tecnología y outsourcing del mundo. El Grupo Capgemini alcanzó unos ingresos globales de 10.100 millones de Euros en 2013. Capgemini, en colaboración con sus clientes, crea y proporciona las soluciones tecnológicas y de negocio que mejor se ajustan a sus necesidades y que conducen a alcanzar los resultados deseados. Siendo una organización profundamente multicultural, Capgemini ha desarrollado su propia forma de trabajar, la [Collaborative Business Experience™](#), basada en su modelo de producción [Rightshore®](#).

Para más información: www.es.capgemini.com

Rightshore® is a trademark belonging to Capgemini.