

Prensa Capgemini

Ángeles García Molero

Tel: +34 91657 78 33

E-mail: angeles.gmolero@capgemini.com

El IX Informe de Capgemini sobre el Sector Asegurador en Internet anuncia un punto de inflexión en el posicionamiento de las websites

Las aseguradoras multirramo prevén duplicar sus ingresos por Internet en 2010

- Actualmente, la mayoría de las compañías multirramo capta menos del 3 por ciento de su negocio por Internet. En 2010 creen que este porcentaje superará el 6 por ciento
- Las websites de las aseguradoras han alcanzado un alto grado de madurez en sus servicios. A partir de ahora, el entorno legislativo así como la Web2.0 serán decisivos en su evolución
- Mapfre ocupa el primer lugar del ranking seguida por Sanitas, Santalucía, Allianz y Mutua Madrileña.
- Casi la mitad de las compañías multirramo dedicará hasta un 10% del presupuesto IT en el desarrollo de su website. La mayor parte de la inversión se destinará a la captación de clientes

Madrid, 27 de noviembre de 2008.- Internet no es todavía un canal de negocio autosuficiente en el sector asegurador. Actualmente, el 70 por ciento de las aseguradoras tradicionales confiesa que obtiene menos del 3 por ciento de sus ingresos por este canal, aunque la mayoría prevé que esta cifra suba al 6 por ciento del volumen de negocio para 2010. Esta es una de las conclusiones del IX Informe sobre el Sector Asegurador en Internet de Capgemini, que apunta a que se inicia un cambio de ciclo en la utilización de las websites de las aseguradoras.

En este Informe se recogen las principales vías que tienen las aseguradoras para adaptar sus websites a este cambio de ciclo como consecuencia de un alto grado de madurez en sus servicios online. Así, el Informe vaticina una nueva tendencia en la que las aseguradoras deben enfocar el posicionamiento de sus sitios web hacia modelos que combinen la innovación y la colaboración tanto en aspectos de negocio como tecnológicos.

A partir de ahora, el crecimiento del negocio online estará impulsado por el aumento previsto de usuarios de Internet, la legislación vigente (especialmente la Ley de Medidas de Impulso de la Sociedad de la Información, LISI) y de la adaptación a la Web 2.0. Con este impulso, se prevé que el volumen de primas captadas por Internet represente en torno al 1,23 del total.

El Estudio analiza las páginas web de 42 entidades de seguros (lo que representa casi el 80 por ciento del mercado), clasificadas en cuatro categorías según los modelos de negocio más significativos en el mercado asegurador on line: compañías aseguradoras multirramo, entidades banca-seguros, aseguradoras de directo y mediadores on line.

El ranking con respecto a puntuaciones totales lo encabezan las aseguradoras multirramo, y concretamente está liderado por Mapfre, quien arrebató a Sanitas la primera posición obtenida el año pasado. Los mayores ascensos con respecto a la edición anterior corresponden a Santalucía y Allianz que han logrado situarse entre las cinco compañías con mejor valoración.

RANKING DE ASEGURADORAS MULTIRRAMO **Las diez primeras posiciones**

PUESTO	ENTIDAD	PUNTUACIÓN TOTAL
1	Mapfre	61,59
2	Sanitas	61,08
3	Santalucía	59,21
4	Allianz	58,3
5	Mutua Madrileña	54,61
6	DKV	53,26
7	Adeslas	52,74
8	Groupama	52,56
9	Lagun Aro	52,08
10	Asisa	47,96

Fuente: Capgemini

Como se ha estado viendo en los años anteriores, el Informe de 2008 recoge que el 75% de las compañías de seguros que operan en España ofrece la posibilidad de contratar sus pólizas a través de la web y un 73% permite la modificación de datos de las pólizas on line. Otros datos reseñables y que se equiparan a los de otras ediciones del estudio es que el 79% de las webs incluye un tarificador para alguno de sus productos; o que el 67% de las compañías analizadas cuenta con la opción de declarar siniestros a través de la web.

Factores de desarrollo en Internet

Los principales factores que determinarán e impulsarán el desarrollo de Internet en los próximos años serán el crecimiento continuado del número de usuarios de Internet; la implantación de la Ley de medidas de impulso de la sociedad de la información (LISI); así como la adopción gradual de la Web 2.0. Por tanto, éstas serán las principales cuestiones que deben valorar las aseguradoras para el futuro de sus websites.

Las aseguradoras multirramo se sienten preparadas para el crecimiento del canal de venta a través de Internet, ya que tan solo el 21% considera que están insuficientemente preparadas. La mayoría de las compañías encuestadas considera que están preparadas (57%), muy preparadas (14%) o altamente preparadas (7%) para enfrentarse al crecimiento del canal.

Por otra parte, la adaptación a la LISI tiene un gran número de variables a implantar a corto plazo. El 63% de las multirramo priorizarán su adaptación en una serie de aspectos que se desglosan en las

siguientes prioridades: en la firma electrónica (el 10% de las entidades); en la contratación (casi el 16%); en los suplementos (13%); en los presupuestos (12%) y en la consulta de datos de pólizas (algo más del 11%). El resto de aspectos consultados son la facturación electrónica, la declaración, consulta de datos y estado de siniestros, o la concertación de citas con proveedores, que representan un peso muy inferior, sumando el 38% en su conjunto.

En último término, las aseguradoras consideran que los principales beneficios que las iniciativas Web 2.0 les pueden aportar giran hacia la experiencia del cliente (lo creen el casi el 26% de las aseguradoras); la diferenciación de la competencia (18%), la ayuda a mejorar los estándares (15%) y al aumento de la fidelización de los clientes (15%). Aunque manifiestan que la lentitud en impulsar las tecnologías colaborativas (el 28%), la falta de conocimiento de su aplicación al negocio (26%) y la falta de alineación entre la organización y la tecnología (14,29%) son las principales barreras que las compañías tienen para adoptar estas nuevas tecnologías.

Acerca de la metodología del Estudio

- El Estudio sobre el Sector Asegurador en Internet se realiza por noveno año consecutivo.
- El ranking de las entidades evalúa tanto criterios técnicos como usabilidad, arquitectura de contenidos, diseño del website, al igual que aspectos directamente relacionados con el negocio, como comercialización, contratación y servicios a los clientes.
- Dentro del modelo de las aseguradoras multitramo se incluyen las webs que comercializan en exclusiva el ramo de salud.

Acerca de Capgemini

Capgemini, uno de los líderes en servicios de Consultoría, Tecnología y Outsourcing del mundo ayuda a sus clientes a transformar y mejorar su negocio haciendo uso de las tecnologías más adaptadas a sus necesidades. La compañía se compromete a favorecer la libertad de acción de sus clientes y a optimizar sus resultados. Para ello se apoya en un método de trabajo único que ha denominado Collaborative Business Experience y en un modelo de producción llamado Rightshore®, que consiste en disponer del recurso idóneo en el lugar adecuado, en el momento justo y con la máxima eficiencia. Presente en 36 países, Capgemini ha alcanzado unos ingresos globales de 8.700 millones de euros en 2007. Capgemini tiene unos 86.000 empleados en todo el mundo.