

Si existe una tendencia en seguros, es la orientación de productos, procesos y procedimientos hacia el cliente. Las compañías desarrollan sistemas y herramientas que les permiten diseñar productos distintivos y competitivos; lanzándolos en el menor tiempo posible para captar nuevos clientes y mantener los ya existentes. Sus seguros patrimoniales han evolucionado desde un modelo indemnizatorio hacia otro de prestación de servicios, solucionando el problema al cliente en vez de pagar el valor del bien y que él lo solucione.

Localización GPS, una oportunidad de negocio

MIENTRAS que el mercado de prestación de servicios utiliza el concepto "Pagar por Uso" como elemento diferenciador, seguros todavía no lo ha incorporado. ¿Qué dificultades hay para incorporar este elemento? Podrían resumirse en que el precio del seguro se calcula y paga antes del uso del bien asegurado; la entidad no puede contrastar las declaraciones de uso del asegurado durante la vigencia del seguro, y la base de datos estadística de sus sistemas de tarificación no recoge información del uso del bien asegurado.

GPS vía satélite

Las tecnologías de localización vía satélite GPS y de comunicaciones GPRS ayudan a resolver esas dificultades y permiten incorporar el concepto "Pagar por Uso" al seguro de Autos. Sí se instala en el vehículo un dispositivo GPS con capacidad de transmisión GPRS, la aseguradora podría almacenar en su base la información sobre el comportamiento del vehículo asegurado. El dispositivo enviaría los datos identificados (zonas donde circula, horarios de circulación o parada, velocidad media, notificaciones SOS, etc.) al centro de control de la entidad, desde donde:

Se llevaría la gestión de alertas, con recuperación del vehículo en caso de robo; gestión de incidencias graves notificadas cuando se está de viaje, y gestión de asistencia técnica en caso de avería.

Se registraría y procesaría la información para su envío a los sistemas de gestión de la aseguradora.

Desde el punto de vista conceptual de negocio, se trata de incorporar a las políticas de análisis y selección de riesgos; determinación del precio, y pres-




Javier Fernández,
director
de Consultoría
de CMC

tación de servicios vinculados al bien asegurado, variables relacionadas con la utilización habitual que de él haga el cliente. La implantación de esta tecnología aporta beneficios a prácticamente todas las áreas de la compañía: Técnica, servicio, comercial, marketing e imagen institucional.

Impacto en el negocio

Un proyecto de estas características requiere resolver diversas cuestiones tecnológicas, logísticas de instalación de dispositivos, de tratamiento y proceso de datos, de negocio, etc. ¿Cómo abordarlo, dónde poner el foco? Son preguntas que es conveniente resolver antes de iniciar el proyecto. En CMC hemos estudiado un

proyecto de estas características y hemos llegado a la conclusión de que el eje principal debe situarse en el impacto que su implantación tiene en el negocio. En síntesis, según nuestro enfoque, se requiere:

- Elaborar un Business Case.
- Elegir un aliado tecnológico adecuado con dimensiones y experiencia.
- Disponer de un centro de control con plataforma de gestión y explotación del sistema.
- Abordar la implantación por fases y de forma muy medida.
- Disponer de un sistema de seguimiento y control del avance del proyecto.

Podemos concluir que la consolidación de la tecnología de localización y transmisión entre un dispositivo GPS instalado en un vehículo y un centro de control, abre una importante oportunidad para incorporar el concepto "Pagar por Uso" en Autos. ❖