

I Informe Santalucía de Tendencias e Innovación en el Seguro de Hogar

Índice



A

Introducción
Pág. 6



El Sector
Datos
Pág. 8



2

Nuevas Tendencias
Tecnología y Hogar
Pág. 11



3

La Adaptación del Seguro de Hogar
a la realidad del COVID-19
Pág. 25



4

En Resumen
Pág. 29

A

Introducción



Andrés Romero Peña

Consejero Director General de
Santalucía



En SANTALUCÍA somos muy conscientes del momento de dificultad que están viviendo los hogares españoles. El impacto de la pandemia del COVID-19 está suponiendo un desafío para todos. Y es en estos instantes, especialmente, cuando las compañías aseguradoras tenemos el reto de seguir buscando soluciones innovadoras con el objetivo de proteger de la mejor manera posible a nuestros asegurados.

Desde SANTALUCÍA, con el compromiso y la responsabilidad que nos caracteriza y el propósito de ofrecer los mejores servicios a nuestros clientes, el pasado 17 de septiembre lanzamos al mercado las nuevas modalidades de Seguro de Hogar, conformadas por el Seguro de Hogar Eficaz, Hogar Completo y Hogar Premium.

Por estas razones, hemos considerado oportuno publicar nuestro **I Informe SANTALUCÍA de Tendencias e Innovación en el Seguro de Hogar**. De nuevo, en colaboración con Vecdis, hemos querido remarcar una serie de tendencias tecnológicas que prometen revolucionar el sector de los Seguros de Hogar en los próximos años. De hecho, algunas de estas tecnologías, ya lo están haciendo hoy en día.

Como resalta el informe, combinar las distintas tecnologías es clave para crear servicios de valor que nunca antes habían sido posibles, convirtiendo a este seguro en un producto más atractivo que

facilite la vida de los clientes. Las tecnologías cotidianas puestas a nuestro servicio avanzan a un ritmo frenético. El uso del smartphone, la evolución en materia de Internet de las Cosas o la Inteligencia Artificial son algunas de las tendencias que marcarán la evolución del Seguro de Hogar tal y como lo conocemos, permitiendo, entre otras cosas, ideas tan revolucionarias como adelantarnos al momento del siniestro.

Las compañías aseguradoras debemos dar respuesta a las necesidades de nuestros asegurados en un momento en el que la tranquilidad y la seguridad del hogar es más vital que nunca. Es nuestra responsabilidad y el sentimiento que nos mueve.

Durante la crisis sanitaria, la tecnología se ha convertido en nuestra gran aliada para simplificar los procesos en la casa. Los servicios digitales aplicados al hogar han prosperado, la teleperitación se ha disparado, la venta online ha crecido y la población se ha adaptado en tiempo récord. Ha servido para reaccionar de un modo eficaz ante la adversidad y salir reforzados con proyectos bien diseñados y vivos, actualizados a una realidad en la que el seguro, una vez más, ha demostrado su valor.

Sin duda, las nuevas tecnologías aplicadas al hogar han llegado para quedarse. Tenemos por delante un futuro prometedor y desafiante.

1

El Sector Datos



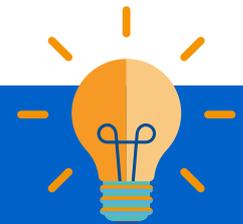
El Seguro de Hogar: nivel de aseguramiento nacional, perfil de contratación e impacto económico

Según datos recogidos por UNESPA¹ en su Informe Estamos Seguros, un **72% de las familias españolas aseguran la vivienda en España**. Esto significa que en nuestro país hay **19 millones de viviendas que cuenta con Seguro de Hogar**, lo que representa el 76% del total de viviendas españolas.

En términos de contratación, destacar a las **parejas con dos hijos menores de 16 años** como el **perfil más habitual de contratación del Seguro de Hogar (el 79,83% contrata este tipo de seguro)**.

Del presupuesto destinado a **seguros por parte de las familias**, los vinculados a la **vivienda** representan el **17,64%** del total.

En cuanto a la significación económica del Seguro de Hogar en España, se destacan los 10 billones de euros cubiertos en riesgos personales y los 3,8 billones derivados del valor de las viviendas aseguradas según UNESPA.



Distribución Nacional del Seguro de Hogar

Las familias del País Vasco son las que más aseguran su residencia principal de toda España, con casi un **90% de viviendas aseguradas**.

Por otro lado, las comunidades de **Baleares, Extremadura y Canarias, así como las ciudades autónomas de Ceuta y Melilla** son las que muestran un menor **índice de aseguramiento de la vivienda principal**.

Los murcianos son los españoles que **más contratan un seguro para su segunda vivienda**. Les siguen los residentes en **País Vasco, La Rioja y Andalucía**. Por el contrario, las familias de **Melilla, Galicia y Cataluña** son las que **menos protegen su segunda vivienda** a través de un seguro.

Con respecto a la **segunda vivienda**, destacar que **las familias de mayor poder adquisitivo tienden a asegurarla más**.



1. UNESPA. Informe Estamos Seguros 2018.

Disponible en: [https://unespa-web.s3.amazonaws.com/main-files/uploads/2019/05/Informe+Estamos+Seguros+2018+\(Version+integra\).pdf](https://unespa-web.s3.amazonaws.com/main-files/uploads/2019/05/Informe+Estamos+Seguros+2018+(Version+integra).pdf)

Incidencia y tipología de siniestros del Seguro de Hogar

✓ De todos los inmuebles, las viviendas son los que presentan un mayor índice de aseguramiento, así como de percances ocurridos.

✓ Una vivienda asegurada media en España sufre un **siniestro cada dos años y nueve meses**, aproximadamente. Además, los datos indican que **cada 5 segundos se produce un percance en un hogar**.

Según datos de SANTALUCÍA, **las primeras semanas del año** son, históricamente, las que presentan un **mayor número de siniestros declarados**. Concretamente, en enero de 2019 se declararon **79.018** siniestros en la compañía.

En cuanto al volumen total de siniestros de hogar declarados por SANTALUCÍA en 2019, este número asciende a **843.852**.

Por otro lado, según UNESPA², **el principal percance ocurrido** en una vivienda asegurada es el **daño por agua**. De hecho, en el año 2019, se produjeron casi **2,5 millones** de percances de este tipo, uno **cada 13 segundos**. **El siguiente percance más habitual es de las roturas de cristales (uno cada 27 segundos)** con un total de **1,1 millones de roturas**. Le siguen **los servicios de asistencia con 1 millón atendidos al año (uno cada 31 segundos)**.

En cuanto a la cuantía económica, destacar que los **daños por agua** representan el importe más elevado en lo referente a los **pagos**. Suponen un coste a las aseguradoras de **3 millones de euros cada día**. A continuación, se encuentran los **robos**, con un coste de unos **680.000 euros diarios** y en tercer lugar, los **fenómenos atmosféricos** cuyo coste asciende en torno a los **660.000 euros diarios**.



Según SANTALUCÍA, Madrid es, seguido de Cataluña, la comunidad en la que más siniestros se declararon a lo largo de 2019.



2. UNESPA. Informe Los Percances Atendidos por el Seguro Patrimonial en 2019. Disponible en: <https://unespa-web.s3.amazonaws.com/main-files/uploads/2020/09/Los-percances-atendidos-por-el-seguro-patrimonial-en-2019-FINAL.pdf>

2

Nuevas Tendencias: Tecnologías y Hogar



Innovación y nuevas tecnologías

El mundo de los Seguros de Hogar, con la llegada de las nuevas tecnologías, ha visto la oportunidad de implantar innovaciones que permiten la mejora de los procesos a realizar, tanto por clientes como por las propias aseguradoras, para llevar a cabo el acto de proteger y asegurar los bienes de los consumidores.



Estas nuevas tecnologías, que van desde los smartphones hasta la Inteligencia Artificial, permiten mejorar procesos internos como, por ejemplo, la evaluación de riesgos o la valoración de un siniestro, pero también procesos externos, como los pagos de las primas o el hecho de dar parte de un siniestro.

Cada tecnología permite mejoras en áreas concretas. Mientras que la **Inteligencia Artificial puede promover mejoras en la atención al cliente, la realidad virtual lo puede hacer en la formación de evaluadores de riesgos o siniestros**. Igualmente la llegada de los smartphones puede permitir mejoras en la experiencia de los clientes, así como el Internet de las Cosas (interconexión digital de objetos vía internet) una reducción del número y del coste de los siniestros.

Pero esto no implica que cada tecnología sea exclusiva de un único proceso, puesto que, por ejemplo, la Inteligencia Artificial, además de posibilitar mejoras en la atención al cliente, también ayuda a mejorar la evaluación de riesgos.

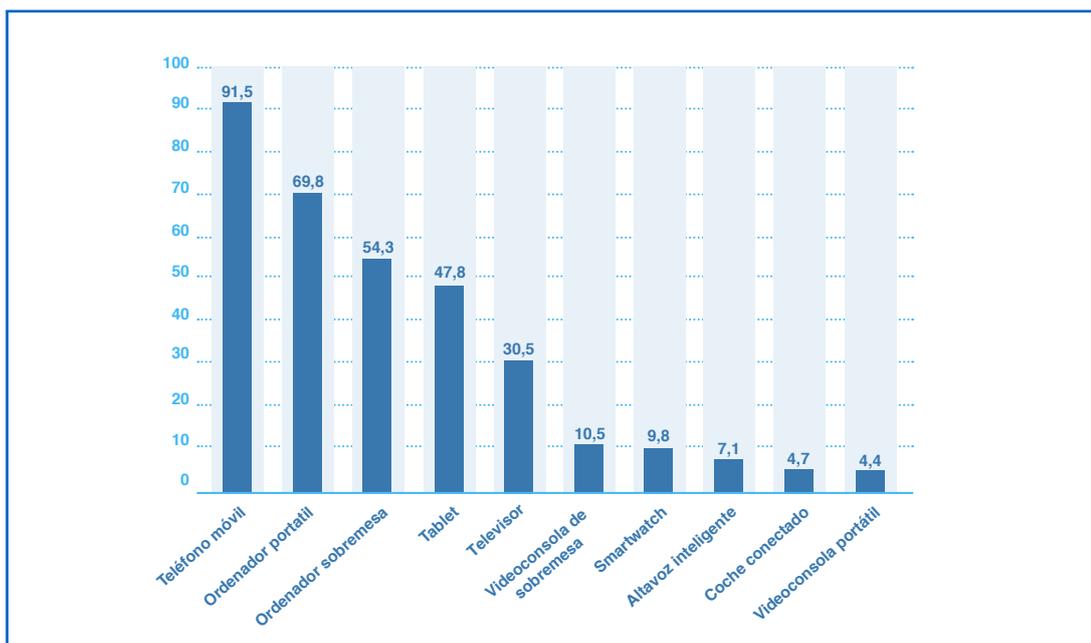
Por otra parte, las tecnologías no son entes solitarios. Funcionan mejor cuando se cruzan, cuando se complementan y, por eso mismo, la industria aseguradora apuesta por este uso combinado. En consecuencia, cuando se habla de tecnologías que mejoran los procesos en los Seguros de Hogar, no se puede hacer una clasificación clara y estructurada, sino que hay que hablar de experiencias y ejemplos, así como de iniciativas y soluciones encontradas.

La clasificación que vamos a hacer a partir de aquí engloba diferentes tecnologías con las posibles aplicaciones que tienen para los Seguros de Hogar. Cabe remarcar que cada tecnología puede mejorar diferentes procesos y estos, pueden mejorar con diferentes tecnologías.

1 Servicios online y smartphones

El desarrollo de los teléfonos inteligentes o smartphones y su llegada al gran público ha supuesto una revolución. Estos dispositivos se han convertido en la **principal ventana de acceso a internet para los españoles** y, el pasado 2019, el 91,5% de los españoles que accedían a internet ya lo hacían a través de un smartphone.





Tipos de dispositivos utilizados para conectarse a Internet en España 2019.
Fuente: Vecdís.

Estos datos ofrecen nuevas vías para el sector. No son pocas las compañías que hacen uso de las opciones que posibilitan el hecho de que los clientes tengan acceso a esta tecnología.

Cuando los clientes disponen de smartphone, tienen la **capacidad de llevar a cabo unas gestiones que anteriormente eran inviables**. Por ejemplo, ahora tienen la posibilidad de realizar valoraciones de los bienes de los que disponen en el hogar, utilizando simplemente la cámara de fotos del móvil. En particular, Buzzvault, una startup Insurtech que está respaldada por Munich Re Digital Partners, ofrecía la cotización de sus pólizas a través de una aplicación que realizaba una póliza de Seguro de Hogar personalizada basada en los datos digitalizados del contenido de la vivienda. En estos momentos, la Insurtech se encuentra repensando su producto y la forma de llegar a los clientes.



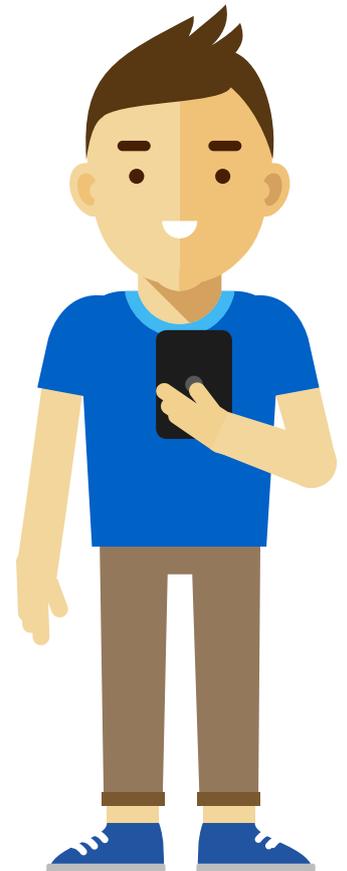
Existen también iniciativas que, además de hacer valoraciones de los bienes a distancia, permiten a los clientes recibir opciones de las coberturas que necesitan según los objetos identificados en las fotografías realizadas. Es el caso de Cover, que recomienda un seguro basándose en la fotografía del elemento a asegurar. Funciona con dispositivos electrónicos, joyas o, incluso, mascotas.

Cover trabaja, entre otras, con las aseguradoras norteamericanas Progressive, Allstate y Nationwide. El procedimiento que utiliza con ellas es muy simple: los clientes pueden caminar literalmente alrededor de sus hogares y la aplicación detectará automáticamente cada elemento, lo identificará y catalogará la propiedad basándose en una póliza existente en su base de datos, o creará una nueva si la necesita.

Los teléfonos inteligentes, además, permiten reducir los tiempos necesarios para contratar una cobertura. Es el caso de Coya que, gracias a las nuevas tecnologías, hace que sus clientes puedan contratar un Seguro de Hogar en tan solo unos pocos clicks a través de su teléfono inteligente o su ordenador. Para ello, ha desarrollado una plataforma en la que los usuarios tan solo tienen que rellenar algunos datos con información básica como su nombre, código postal y tamaño de la casa, para recibir de forma inmediata una oferta digital. El objetivo es poner fin a las burocracias y papeleos que habitualmente conlleva el establecimiento de un seguro de este tipo.

HomeLyfe nació con la misma idea que Coya, reducir los tiempos necesarios para la contratación de Seguros de Hogar. Busca **facilitar el acceso al seguro a los clientes mediante un uso inteligente de la tecnología** que hace que el proceso sea más intuitivo, más fácil de entender y que consolida los datos para reducir los grupos de preguntas por las que los consumidores tienen que pasar para solicitar una póliza. Además, desde la aplicación, los clientes pueden hacer de todo, desde obtener presupuestos y compras, hasta administrar y renovar múltiples pólizas de seguro e incluso iniciar una reclamación.

Por su parte, Hippo tiene como objetivo reducir el tiempo necesario para la contratación de un Seguro de Hogar. Esta es la razón por la que, desde su nacimiento, se ha centrado en mejorar este proceso. Para ello, requiere que los usuarios comiencen aportando su dirección, y después el programa busca entre gran cantidad de proveedores de datos, para obtener la mayor parte de la información que tradicionalmente se demanda al solicitar un Seguro de Hogar.

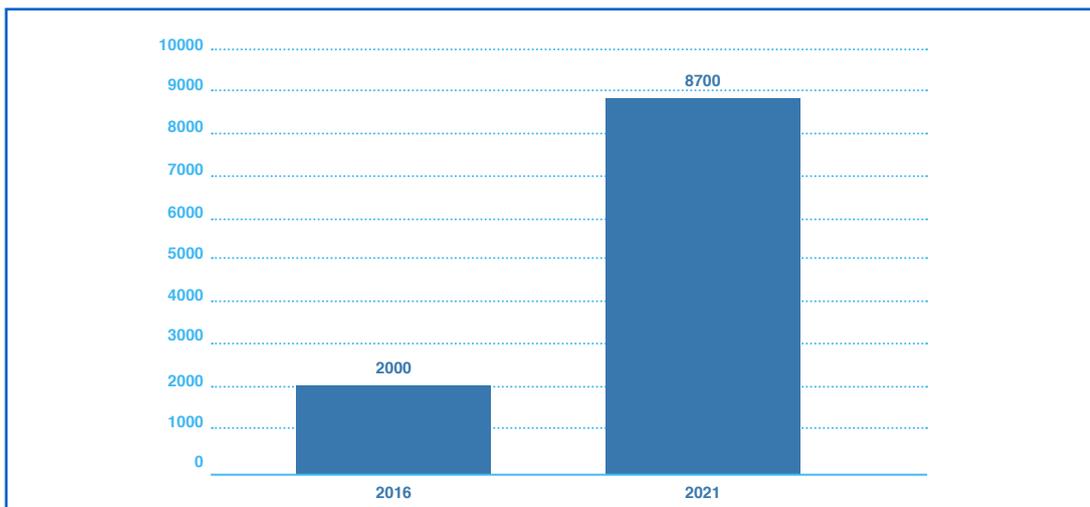


Otro ejemplo de beneficio que supone la transformación digital es la de los pagos telemáticos. En este terreno, Lovys es una Insurtech francesa que considera que el factor clave para mejorar la experiencia de cliente en seguros es el modelo de pago y por ello ha desarrollado una plataforma digital diseñada para mejorar la experiencia de cliente permitiéndole configurar su seguro y pagarlo cada mes de forma totalmente digital.

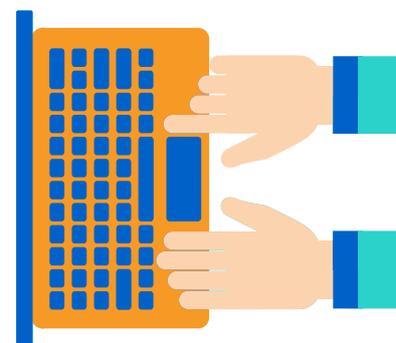
2 Drones e imágenes satélites

Los satélites, aviones y drones son capaces de desplegar cámaras y sensores de alta resolución que proporcionan flujos de datos adicionales en tiempo real. Las técnicas de Machine Learning (aprendizaje automático de las máquinas, a través de algoritmos) más potentes ahora pueden convertir estas imágenes en información relevante sobre riesgos en tiempo real. Por ejemplo, **la combinación de imágenes de propiedades y transmisiones meteorológicas de alta frecuencia puede proporcionar una vista rápida y precisa del daño a la propiedad**, que puede usarse para el procesamiento de reclamaciones de alta velocidad. La misma tecnología de inteligencia visual, combinada con los datos de propiedad de Internet de las Cosas y las previsiones meteorológicas basadas en Inteligencia Artificial, pueden proporcionar una visión prospectiva del riesgo de propiedad para una casa que se puede utilizar para determinar los precios de los seguros.





Tamaño de mercado de drones comerciales a nivel mundial (en millones de dólares).
Fuente: Vecdis.



El mercado global de los drones comerciales prevé pasar de un valor de mercado de 2 mil millones de dólares en 2016 a alcanzar los 8,7 mil millones de dólares en 2021, por lo que es una tecnología que la industria aseguradora no puede ignorar ya que, además, presentan diversas oportunidades. Por una parte, la provisión de un seguro de drones es un área de negocio en crecimiento, y que más adelante en el informe se abordará su implicación para los Seguros de Hogar. Y, por otra parte, los propios drones pueden ser herramientas útiles para mejorar las operaciones de seguros.

Hasta la fecha, la aplicación más común de los drones ha sido la de realizar inspecciones con el fin de evaluar riesgos o los daños causados por un siniestro. Cuando esta evaluación es simple, ahorra tiempo a las compañías, pero cuando esta evaluación entraña dificultades, ya sea por un acceso complicado al lugar o por malas inclemencias meteorológicas, **no se trata solo de un ahorro de tiempo, sino también de prevenir riesgos**, hasta este momento, inevitables.

Las primeras grandes compañías que empezaron a utilizar drones para estos procesos fueron las norteamericanas State Farm, Farmers Insurance y Allstate. Estas compañías empezaron con pequeñas pruebas en lugares muy concretos para, posteriormente, extender el uso de drones a toda la geografía donde ofrecen servicio.

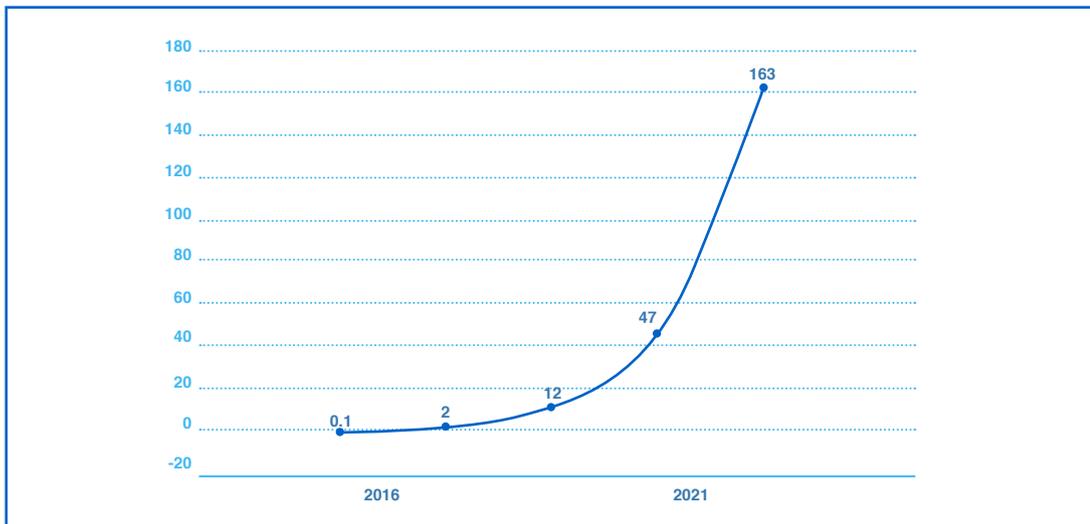
Por otra parte, las imágenes satelitales han llegado a la industria aseguradora, y ahora se puede hacer uso de estas imágenes para evaluar riesgos de forma anticipada. Orbital Insight es una compañía estadounidense que asegura que sus imágenes satelitales son capaces de evaluar riesgos relacionados con catástrofes naturales o el estado de las estructuras de la propiedad. Mediante el uso de sus servicios, las aseguradoras son capaces de mejorar sus procesos, así como su eficiencia.

Otra iniciativa similar es Digital Globe, que al igual que Orbital Insight, puede monitorizar la evolución de fenómenos meteorológicos y evaluar cómo los entornos urbanos cambian afectando al valor de las propiedades o evaluar los daños resultantes de catástrofes naturales.



3 Uso de Big Data, Inteligencia artificial y Machine Learning

El mundo actual se caracteriza por las grandes cantidades de datos que se generan en cada instante y lo que marca la diferencia es la capacidad de extraer información de ellos.



Crecimiento de datos creados a nivel global entre 2005 y 2025 (en zetabytes).
Fuente: Vecdis.

Se puede apreciar como, desde 2005 hasta 2015 (último año con datos reales), se ha pasado de 0,1 a 12 zetabytes (unidad para medir el almacenamiento de información) de datos generados a nivel mundial, pero si se analiza más allá y se ven las previsiones para 2025, esta cifra alcanza los 163 zetabytes. El crecimiento exponencial hace que manejar y extraer valor a esos datos sea esencial.

Aquí entran en juego las nuevas tecnologías relacionadas con los datos, donde destaca por encima de todas, la Inteligencia Artificial, que en su forma más sencilla se define como la combinación de algoritmos planteados con el propósito de crear máquinas que presenten las mismas capacidades que el ser humano. La IA puede realizar tareas como identificar patrones en los datos de manera más eficiente que los seres humanos, lo que permite a las empresas obtener más información de manera precisa. Además, el Machine Learning, asociado a la Inteligencia Artificial, permite inferir comportamientos después de analizar esos datos.



Como se ha comentado anteriormente, las tecnologías no se desarrollan y se ponen a disposición de los usuarios de forma aislada, **hay iniciativas que hacen una mezcla de diferentes tecnologías**. Swyfft, por ejemplo, es una compañía de Seguros de Hogar impulsada por datos que está cambiando la forma en que las personas buscan y obtienen su Seguro de Hogar. El objetivo de Swyfft es que los consumidores puedan tener al alcance de la mano la comodidad de hacer todo con un click y tener una experiencia de usuario lo más optimizada posible. Y lo está

logrando gracias al análisis denominado LIDAR (detección de luz y datos de rango), que utiliza láser para detectar y generar información 3D de forma remota sobre los entornos naturales y creados por el hombre en un área específica. Debido a que sus modelos le permiten evaluar con precisión los riesgos en una dirección dada en cuestión de minutos, esto facilita a la compañía ofrecer de forma rápida una cotización vinculante. Todo lo que necesita es una dirección y menos de un minuto. Sin completar largos cuestionarios sobre metros cuadrados o actualizaciones eléctricas. Se trata solo de **dónde se encuentra la casa y cómo esa ubicación disminuye o aumenta el riesgo de un siniestro**. Cuando estos datos se aplican a los modelos patentados de Swyfft, el equipo puede evaluar los riesgos potenciales en una dirección específica.

En el caso de la estadounidense Lemonade, lo que hace es vender sus productos a través de una aplicación de smartphone fácil de usar. Para ello hace uso de Inteligencia Artificial, a través de un Chatbot (según Wikipedia, *un Chatbot es un programa que simula mantener una conversación con una persona al proveer respuestas automáticas a entradas hechas por el usuario*) llamado Maya que ayuda a los clientes a navegar por el proceso de registro y, a través de Jim, otro Chatbot que permite presentar reclamaciones y enviar vídeos para describir el incidente desde el smartphone.

Young Alfred, a su vez, quiere hacer que comparar un Seguro de Hogar sea lo más simple posible y su plataforma permite a los usuarios identificar sus necesidades, mientras que un algoritmo de Machine Learning identifica el riesgo del cliente y hace recomendaciones personalizadas para el Seguro del Hogar que se ajustan a las necesidades de los usuarios.



Por otra parte, existen iniciativas como por ejemplo Cape Analytics, que en sus principios ideó un sistema que combinaba imágenes aéreas con datos de drones y satélites de socios como Google, para posteriormente, procesarlas a través de una interfaz y un algoritmo que identificaba las características relacionadas con el riesgo utilizando Inteligencia Artificial.



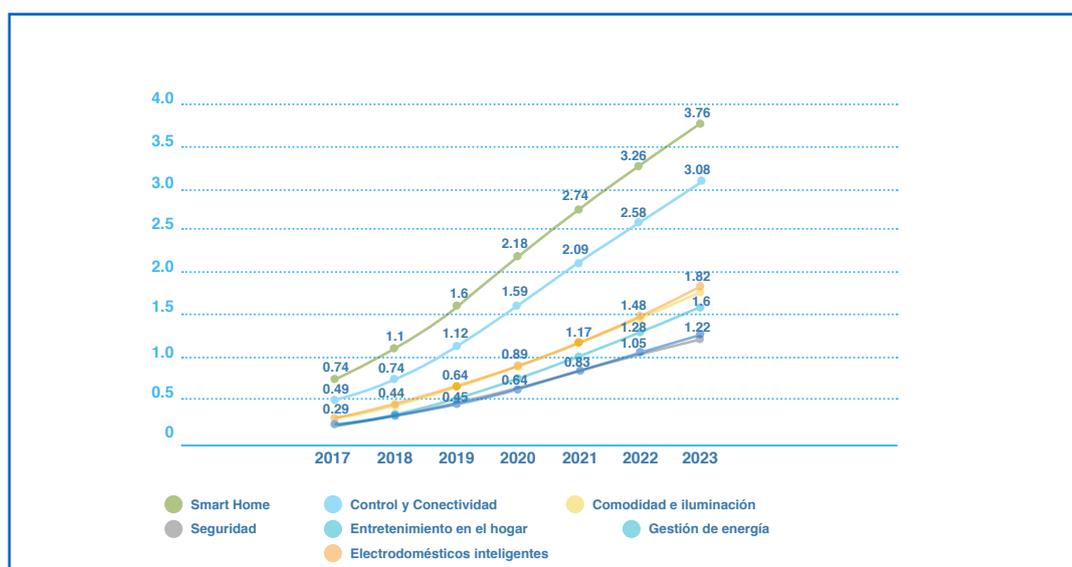
4 Realidad virtual

La realidad virtual, que técnicamente consiste en construir un entorno mediante tecnología informática capaz de crear en el usuario la sensación de que está inmerso en él, puede parecer una tecnología alejada del sector asegurador, pero no es así. Dicha tecnología, ofrece grandes posibilidades en cuanto a la formación de los peritos para que, a la hora de evaluar siniestros y riesgos, hayan adquirido las destrezas necesarias para llevar a cabo el trabajo en el menor tiempo y con los menores riesgos posibles. En Estados Unidos, Farmers Insurance lleva un tiempo **formando a sus trabajadores mediante el uso de la realidad virtual**. Para ello, crearon un entorno de pruebas que permite a los alumnos interactuar con cientos de objetos y acortar de forma drástica la curva de aprendizaje. Además, incluye un sistema de gamificación, y los trabajadores reciben una puntuación basada en el nivel de identificación de los factores clave.



5 Smart Homes: casas inteligentes

Las Smart Homes (casas conectadas a través de sensores o dispositivos que permiten operar de acuerdo a las órdenes del usuario) son una oportunidad enorme, quizá la mayor, para la industria aseguradora porque, cada dato recabado, se convierte en una nueva oportunidad de aportar mayor valor a los clientes. Ya sea ofreciéndoles el bienestar que pueden llegar a aportar los dispositivos conectados o la seguridad de estar protegidos ante posibles siniestros originados por agentes externos (personas o agentes ambientales). Según un estudio de LexisNexis Risk Solutions, el 75% de las aseguradoras de viviendas espera que la tecnología de Smart Homes tenga un impacto positivo en la mitigación de riesgos.

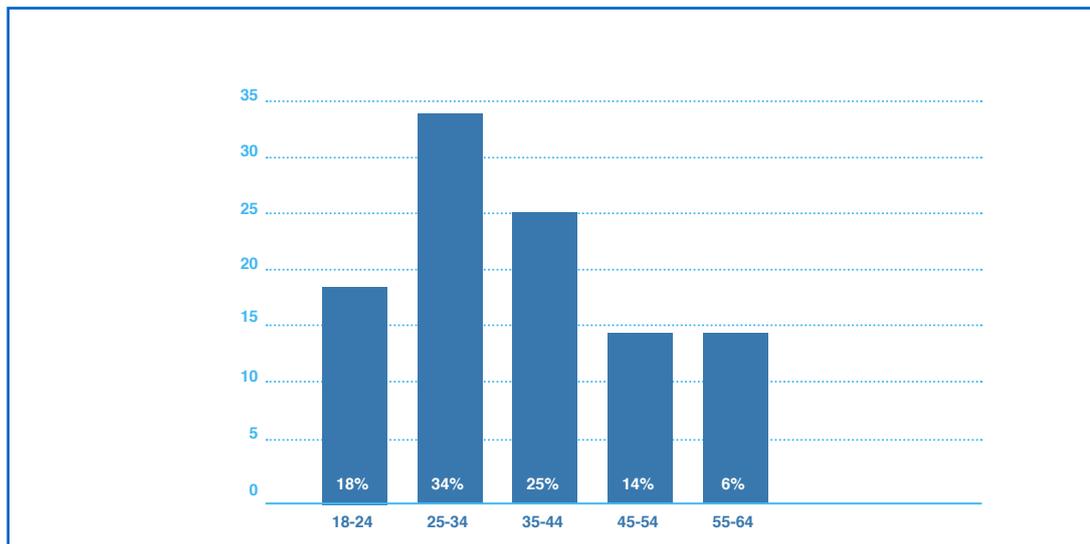


Número de Smart Homes por segmento previstas en España hasta 2023 (en millones)

Fuente: Vecdis.



En España, está previsto que **el número de Smart Homes se multiplique por cinco, pasando de cerca de 750.000 en 2017 a alrededor de 3.750.000 en 2023**. Y ese número no va a dejar de crecer en un futuro, puesto que la franja de edad con mayor número de usuarios de Smart Homes es la de entre 25 y 34 años. Teniendo en cuenta la relación que las generaciones más jóvenes tienen con la tecnología, parece clara esta afirmación.



Usuarios de Smart Home por franja de edad en todo el mundo

Fuente: Vecdis.

El Internet de las Cosas es la tecnología más utilizada cuando se habla de los elementos que conforman una Smart Home. Se trata de interconectar digitalmente los elementos que forman parte del hogar. Una mirilla de una puerta con un sistema digital de seguridad, un grifo con un dispositivo capaz de detectar si hay alguna fuga de agua, o un termostato que avisa en caso de que la temperatura del habitáculo sea superior a lo previsto. En todos estos ejemplos, cuando los parámetros establecidos como normales, se incumplen, en el mejor de los casos se puede emitir un aviso que hace que el usuario sea consciente de que “algo” no funciona correctamente.

✔ Personalización del producto



La gran tendencia en los próximos años será la personalización del seguro. En lugar de que cada hogar presente en una misma calle tenga la misma calificación de riesgo, ahora puede ser clasificado según el comportamiento de riesgo diferente de sus inquilinos.

El enfoque de una fijación de precios única en el tiempo en todas las líneas personales se reemplazará por evaluaciones de riesgos automatizadas y continuamente actualizadas. Estas evaluaciones se habilitarán mediante el análisis automatizado de los datos recopilados dentro de la Smart Home.

Este análisis proporcionará, a su vez, información personalizada sobre el comportamiento y las actitudes del cliente hacia el riesgo. Como resultado, las primas de seguros se ajustarán en períodos mucho más cortos para reflejar el comportamiento real y cambiante del cliente.

Por ahora, el sector asegurador está recabando estos datos para su propio uso en la provisión de un seguro inteligente. Pero en un futuro no muy lejano, esto cambiará y los clientes poseerán sus propios datos, permitiéndoles negociar sus necesidades de seguro con diferentes compañías de acuerdo a los datos almacenados.

✔ Monotorizar las fugas de agua

Los daños causados por fugas de agua suelen ser el principal problema que hace frente desde las aseguradoras cuando se trata de solucionar siniestros en el hogar. Ya sea en casas donde los afectados son los propios clientes o en hogares donde los afectados son los vecinos. La reparación de una fuga de agua que no se advierte a tiempo no es el siniestro más costoso que puede ocurrir en un hogar, pero sí es uno de los que más se produce, por lo que es importante la prevención en estos casos y conseguir reducir el número de siniestros que ocurren.



Para ello se han desarrollado detectores inteligentes conectados que detectan fugas de agua. HomeServe es uno de los creadores de estos detectores inteligentes. Su producto es LeakBot. Y son ya varias las aseguradoras que ofrecen este producto a sus clientes. Otro ejemplo de detector en el que confían las aseguradoras es Roost, del que la canadiense Desjardins entrega un dispositivo a sus clientes al contratar la póliza del Seguro de Hogar.

✔ Monotorizar la seguridad del hogar

La seguridad ante posibles ataques de robo es otra de las preocupaciones de los clientes. Más allá de alarmas y compañías de vigilancia, existen otras posibilidades de gestionar este problema: a través de dispositivos que avisan de posibles incidencias.

Ejemplos de esta tendencia, lo integran diferentes compañías que han desarrollado sus productos con el apoyo de inversiones de diferentes aseguradoras. Es el caso de Cocoon, que ha desarrollado una tecnología única de detección basada en Inteligencia Artificial, llamada Subsound, que hace que la seguridad del hogar sea más accesible. Esto supone una forma más precisa y confiable de detectar intrusos en el hogar al filtrar las falsas alarmas cotidianas causadas por mascotas, tuberías y tráfico.



✔ Sensores multifunción

También existen iniciativas como la de Notion, que ha desarrollado unos sensores conectados a Internet a través del WiFi y que se pueden colocar en cualquier parte de la casa (en función del uso que se les quiera dar: en una puerta, en el suelo, en un electrodoméstico o en un cajón), y que son capaces de medir luz, sonido, aceleración, humedad, temperatura, orientación, proximidad y frecuencia.

✔ Iniciativas integrales

Hay aseguradoras que, en vista de la proyección y las posibilidades que ofrecen las Smart Homes, han empezado a **crear alianzas con el fin de hacer que los clientes tengan acceso a los dispositivos para convertir sus hogares en inteligentes.**

Es el caso de la estadounidense Travelers, que se ha asociado con Amazon para ofrecer kits de Smart Homes e información sobre seguros y gestión de riesgos a través de una tienda digital en Amazon, la primera de la industria de seguros.

Mientras tanto, otras empresas tradicionales están utilizando tecnologías emergentes basadas en IoT (Internet of Things o Internet de las Cosas) para redefinir sus ofertas. Se están asociando con fabricantes de dispositivos conectados y planean controlar todos estos dispositivos de forma remota desde su aplicación móvil, que servirá para enviar ayuda si se detecta una emergencia en el hogar de un cliente, incluidos incendios, fugas de agua o robo.



Es el caso de Halifax que, de la mano de Surely, desarrolló una aplicación que integra sensores que incluyen Samsung SmartThings para detectar cuando hay alguien cerca o dentro de la casa, Fibaro para la detección de incendios y el Leakbot de HomeServe, para la detección de fugas de agua. Se alerta a los clientes de los cambios relevantes en los sensores, así como de las fuentes de datos externas útiles relacionadas con la protección de la casa (por ejemplo, advertencias climáticas extremas). Los clientes también pueden hacer un seguimiento de los contenidos de sus hogares habitación por habitación.

Mientras, Wattio quiere mejorar la experiencia que existe entre la industria aseguradora y sus clientes y, para ello, permite que las personas puedan relacionarse con su hogar desde su smartphone. Wattio propone un enfoque centrado en ofrecer una gama de productos y servicios cien por cien personalizables. A través de la app, los clientes controlarán su hogar e interactuarán con él a diario. Toda la solución de Wattio se puede personalizar en base a la identidad corporativa de la aseguradora, de forma que los puntos de contacto con el usuario siempre sean bajo su marca. De esta manera, **la aseguradora puede tener un contacto frecuente, directo y positivo con el cliente**, lo que supone un impacto de marketing muy potente y un cambio de paradigma respecto a la relación actual.

Plasmatic Technologies es otra de las Insurtech que ha presentado una solución para ayudar a los seguros a acelerar su capacidad para aprovechar los activos de Internet de las Cosas presentes en las casas. El sistema Alana de la empresa armoniza los datos de los dispositivos conectados que los propietarios ya están utilizando, lo que ofrece a las aseguradoras la capacidad de desarrollar e implementar productos inteligentes para el hogar e iniciativas que mejoren sus servicios.

El Alana Connected Home System es una plataforma completamente accesible para la compañía de seguros e incluye características como una plataforma de mensajería para que los operadores o intermediarios puedan enviar notificaciones directas y personales a los propietarios, alertándoles de situaciones en el hogar, o incluso simplemente informándoles sobre nuevos programas, productos o consejos que puedan proporcionar valor al cliente.



Pero más allá de una reducción de riesgos o proporcionar elementos de Smart Homes a los clientes, permite transformar la relación que se tiene con ellos, pasando a una relación tangible, pues el cliente es consciente del bien proporcionado por la compañía y de los beneficios que esto le aporta. Además, cambia la naturaleza del seguro, pasando de la reacción a la prevención, mejora la seguridad del hogar del cliente y le proporciona tranquilidad, lo que puede llegar a traducirse en una mejora de la lealtad, creando relaciones duraderas de por vida.

6 Nuevas oportunidades que trae la adopción de nuevas tecnologías

La llegada de las nuevas tecnologías, más allá de la implantación en los procesos de las compañías o de los servicios disponibles para los clientes, es también una oportunidad para **ofrecer nuevos productos que se acerquen a la nueva realidad que se está implantando en el mundo.**

Por ejemplo, existen iniciativas que, gracias al uso de la tecnología, pueden ofrecer coberturas a bajo precio, a la vez que hacen descuentos a sus clientes y se asocian con empresas para potenciar la fidelización de los mismos. Es el caso de Jetty, una Insurtech neoyorkina que nació para satisfacer las necesidades de los “consumidores urbanos modernos”. Por ello es totalmente digital, y la suscripción o modificación de pólizas, así como las reclamaciones, se pueden hacer online. Además, ofrece a sus usuarios descuentos y ofertas en startups asociadas, diseñadas para promover el compromiso de los clientes con su aseguradora, así como para reducir el coste de la vida urbana.

En cambio, otras iniciativas se centran en dar servicio a nuevos paradigmas del mundo moderno. Es el caso de la canadiense The Co-operators, que ofrece Seguros de Hogar bajo demanda y con un pago por uso, orientado a aquellos que comparten y alquilan sus propiedades en Airbnb u otras plataformas.

Duuo, que es el nombre del producto, se compra solo por las noches en que los huéspedes alquilan una propiedad, y está destinado a cubrir los riesgos adicionales que afrontan los anfitriones con el uso compartido de la vivienda, que generalmente no está cubierto por su Seguro de Hogar estándar. La póliza ofrece cobertura para el coste total de reemplazo de una vivienda y su contenido, además de protección adicional específica para el intercambio de viviendas, e incluye vandalismo o infestación. Se trata de un modelo de autoservicio totalmente digital y móvil. Los clientes simplemente introducen su nombre, dirección de correo electrónico y dirección de la propiedad para obtener una póliza, y la cobertura se compra para que coincida con el término de la duración de alquiler.



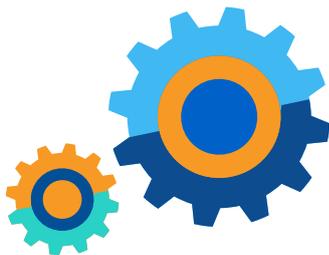
Por otra parte, los drones, además de permitir a las aseguradoras mejorar la evaluación de riesgos, abren la puerta a nuevas coberturas en los Seguros de Hogar. Es el caso de Hiscox, que, ante el crecimiento del uso doméstico de estos dispositivos, ha lanzado una cobertura dentro de su Seguro de Hogar que asegura a sus titulares ante posibles incidencias ocasionadas por el uso de drones. Asimismo, Hiscox también apuesta por la ciberseguridad de sus clientes, mejorando su producto con la inclusión de drones e incluyendo la ciberprotección ante posibles ataques cibernéticos de los asegurados.

✓ ¿Y el Blockchain?

El Blockchain puede definirse como un gran libro de cuentas en el que los registros, llamados bloques, están enlazados y cifrados para proteger la seguridad y privacidad de las transacciones. Se trata de una base de datos distribuida y segura, gracias al cifrado, que se puede aplicar a todo tipo de transacciones.

Casi todos los expertos tienen claro la gran cantidad de oportunidades que ofrece, pero todavía no se ha visto una implementación exclusiva en los Seguros de Hogar. Quizá con un desarrollo más trabajado y con pruebas en otras áreas de la industria, se implante en los Seguros de Hogar, y mejore los procesos como a estas alturas hacen la Inteligencia Artificial o el Internet de las Cosas. Y es que, el Blockchain es el elemento perfecto para desarrollar los seguros paramétricos, donde la intervención humana puede llegar a ser residual.

Los seguros paramétricos, con **pólizas que se activan cuando determinados parámetros establecidos previamente son alcanzados** (ya sea una cantidad de lluvia, una determinada velocidad de viento...), mezclados con el Blockchain, pueden transformar la industria de los Seguros de Hogar, reduciendo los procesos necesarios para evaluar riesgos y costes de los siniestros, ya que éstos se determinan en el momento de la firma del contrato, que almacenado en el Blockchain, activa los pagos correspondientes en el caso de alcanzarse los parámetros establecidos. Por supuesto, para definir esos parámetros, es necesario un análisis previo, que gracias al análisis de datos se hace mucho más rápido y personalizado.



3

La Adaptación del Seguro de Hogar

a la realidad
del COVID-19



El sector asegurador, al igual que ha ocurrido con toda la sociedad, se ha visto afectado por el impacto del COVID-19. Cambios en los centros de trabajo, cambios en las relaciones con los clientes y en sus formas de comunicarse.

En el caso de los Seguros de Hogar, el impacto no ha ido acompañado de un descenso de uso, como sí ha podido ocurrir en el caso de los seguros de automóvil, dado el menor uso de los vehículos durante el confinamiento. En realidad, ha sido todo lo contrario: los hogares han visto cómo se incrementaba la necesidad de contar con un seguro, **las personas pasaban más tiempo en sus viviendas y los riesgos de sufrir daños en sus propiedades aumentaban al pasar a un uso intensivo de las mismas**. Allianz ha reportado un incremento del 40% de los incidentes relacionados con causas eléctricas, como pueden ser cortocircuitos, reparaciones de electrodomésticos o sobretensiones.



Pero este aumento de necesidad de poder contar con el Seguro de Hogar se ha visto frenado por las restricciones de movimiento y la necesidad de protección para poder solucionar las emergencias y problemas de los clientes. Las compañías aseguradoras han tenido que buscar soluciones que satisfagan las necesidades de los asegurados sin poner en peligro la salud de sus trabajadores ni de los propios clientes.

AXA, que al igual que otras compañías ha apostado por el uso de la videoperitación, ha comunicado que el número de peritaciones en los ramos No Auto ha aumentado en un 220%.

La situación sanitaria puede ser el impulso para que el área de los Seguros de Hogar apueste definitivamente por el uso de la videoperitación de cara al futuro, con el ahorro de costes que esto puede suponer a largo plazo, además del aumento de satisfacción de los clientes al no depender de la visita de ningún perito presencial.

Por ejemplo, SANTALUCÍA puso a disposición de sus clientes la opción de “peritaje a distancia”, pudiendo gestionar el siniestro como si se tratase de una peritación presencial a través de su app.

También se ha visto incrementada la necesidad de mantener el contacto tanto los clientes con las compañías aseguradoras, ya sea para comunicar un siniestro o una incidencia, como a la inversa. Y, para mejorar las dos comunicaciones, se han acelerado los cambios para perfeccionar el contacto entre las partes.

Banco Sabadell ha puesto en marcha la posibilidad de que los clientes de sus Seguros de Hogar se comuniquen con la compañía a través de WhatsApp, acelerando de esta manera los tiempos de respuesta y ampliando los canales de contacto en caso de necesitar contactar urgentemente.



SANTALUCÍA, en su app iHogar, ha incorporado un asistente de voz con Inteligencia Artificial que ayuda a tramitar siniestros de hogar de tal manera que los clientes pueden dar parte a la compañía de forma mucho más rápida, solamente con la voz.

Por otro lado, el confinamiento al que los ciudadanos se han visto sometidos por efecto del COVID-19, ha derivado, entre otras cosas, en una situación de necesidad de implementación del teletrabajo de forma masiva. En esta situación sin precedentes, los trabajadores han tenido que depender de sus propias redes de internet domésticas para poder dar continuidad a su trabajo, aumentando los riesgos derivados en las conexiones. Las soluciones pasan por las tecnologías de ciberseguridad en donde se han implementado los esfuerzos para garantizar la seguridad de acceso a la red tanto del propio usuario, como para evitar brechas de seguridad en la información de las empresas.

Finalmente, la situación de confinamiento ha dado un gran impulso a la compra de productos y servicios online, por lo que contar con una buena página web que sea capaz de proporcionar información y ser accesible a todos los públicos se ha vuelto esencial si no se quiere perder la oportunidad de venta que se presenta.

Es lo que han hecho Allianz y SANTALUCÍA, renovando el aspecto de su web con el objetivo de mejorar la experiencia de usuario al navegar y facilitar el acceso a los servicios y productos que ofrecen.



✓ ¿No hay más posibilidades de mejora?

Ante una situación sanitaria que demanda principalmente distancia social, las compañías han empezado a tomar medidas que puedan satisfacer las necesidades de los clientes sin poner en riesgo la salud de sus trabajadores, tal y como se demuestra con las medidas citadas anteriormente. Pero todavía queda margen para dar un salto en ofrecer funcionalidades a los clientes sin tener necesidad de un contacto personal.



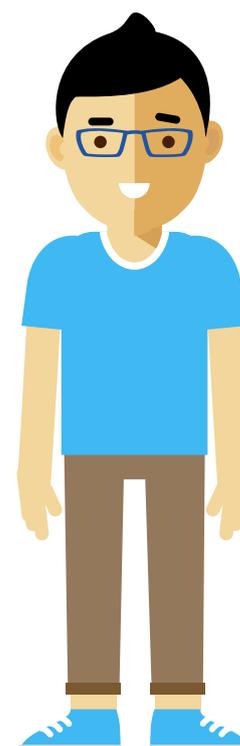
En este sentido, cabe destacar la necesidad de seguir **promoviendo iniciativas como las relacionadas con las consultas médicas y servicios de videoconsulta en remoto**. Esto permite, en primer lugar, liberar algo de presión sobre los centros de salud en términos de atención primaria. En segundo lugar, posibilita también que los ciudadanos puedan acceder de una manera cómoda y segura desde su hogar a servicios de consultas de salud en remoto, evitando desplazamientos innecesarios e, incluso, ahorrándose grandes cantidades de tiempo.

SANTALUCÍA puso en marcha un servicio de telemedicina para que sus empleados y sus familias se beneficiaran de asistencia médica en remoto. Además, actualmente, sus nueva gama de productos de Hogar incluyen servicio de telemedicina gratuito para el tomador y los familiares residentes en la vivienda asegurada, adaptando el producto de Hogar a la situación actual provocada por el COVID-19. Los clientes ahora tienen un servicio médico de familia en su vivienda, pudiendo realizar consultas médicas sin coste alguno.

Otro caso muy claro, y que es muy probable que suceda, es que durante la época de tormentas en otoño haya que enviar peritos a analizar daños personalmente a los hogares, o en el mejor de los casos, haya que gestionar siniestros a través de videoperitaciones.

La escalabilidad en esa situación puede ser costosa, por lo que habría que buscar otras soluciones alternativas, como bien puede ser la apuesta por el Blockchain para desencadenar la activación de indemnizaciones cuando en determinados lugares se alcancen cifras de lluvia o de viento sin necesidad de hacer peritaciones a todos los posibles daños.

Otra alternativa (aunque esta requiere de un contacto físico previo) pasa por la instalación de dispositivos de Internet de las Cosas en los hogares. Estos dispositivos son capaces de detectar las humedades, temperaturas y otras variables, de tal manera que la compañía puede **monitorizar de forma remota, evitando el envío de peritos presenciales en casos de inundaciones o incendios**. Además, esta solución es también de utilidad para los propios clientes en su vida diaria, teniendo un registro y control de temperaturas y humedad para mantener el hogar en unas condiciones agradables.

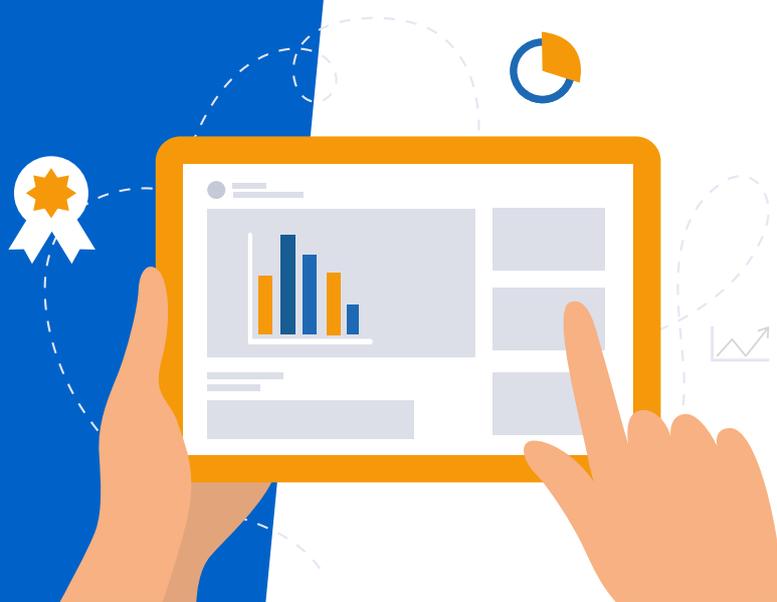


Lo que queda claro es que, con la situación creada a partir del COVID-19, las necesidades de innovación se han acelerado. Los clientes siguen necesitando los servicios de los Seguros de Hogar, y las compañías necesitan satisfacer estas necesidades, y la forma de hacerlo en estos momentos es apostar por estas tecnologías innovadoras que, a pesar de la distancia física existente, permiten mantener un estrecho contacto entre asegurados y aseguradoras.



4

En Resumen



Con este **I Informe de Tendencias e Innovación en el Seguro de Hogar**, desde SANTALUCÍA se pretende aportar una información plenamente disruptiva y de valor sobre el panorama actual y futuro de las tendencias y su posible incidencia sobre la innovación en un sector tan extendido como es el de los Seguros de Hogar.

En cualquier caso, se ha pretendido destacar cómo las nuevas tecnologías y las innovaciones que aportan a los Seguros de Hogar son muy diversas. Cabe destacar cómo **unas tecnologías solapan a otras** con innovaciones que pueden ser transversales.

Lo que está claro, es que ninguna tecnología por sí sola es capaz de disrumpir una industria. No obstante, **la conjunción de diferentes tecnologías con ideas renovadoras puede hacer que esa disrupción esté más cercana.**

Hay tecnologías como, por ejemplo, la Realidad Virtual que ofrece mejoras en áreas muy concretas de los Seguros de Hogar. Sin embargo, hay otras como la Inteligencia Artificial que afectan a numerosos procesos a la vez, por ejemplo, desde la valoración de riesgos y primas, hasta la atención directa del cliente a través de Chatbots. Quizá el Blockchain sea la tecnología más prometedora, pero como se ha dicho anteriormente, de momento, es una promesa y no ha llegado a aterrizar en el área de los Seguros de Hogar.

Lo que queda claro después de ver las innovaciones que se están adoptando en la industria, sumado a la nueva realidad que ha supuesto en nuestras vidas la aparición del COVID-19, es que **los Seguros de Hogar cada vez van a estar más cerca del cliente**, apostando por la máxima personalización posible de su producto, especialmente gracias al Internet de las Cosas y a la llegada del 5G, y haciendo que se pase de tener un papel reactivo a otro preventivo. De esta manera, se podrá prevenir el tener que hacer pagos por siniestros y evitar trastornos a los clientes en la medida de lo posible por situaciones que cambian inesperadamente su día a día.

santalucía
■ ■ ■ ■ SEGUROS ■ ■ ■ ■

www.santalucia.es

07 OCTUBRE 2020