



entrevista a **Luis Peña**

Responsable de Análisis e Investigación de la Dirección de Planificación Estratégica e Innovación de MAPFRE FAMILIAR



Luis Peña nació en Madrid el 20 de junio de 1971. Está casado y tiene tres hijos.

Es licenciado en Derecho y diplomado en Ciencias Empresariales por ICADE. Master Técnico de Seguros de Autos por el INESE y Executive MBA por la Universidad de Alcalá de Henares.

Toda su trayectoria laboral ha transcurrido en MAPFRE FAMILIAR, donde comenzó a trabajar en 1995.

En la actualidad es responsable de Análisis e Investigación del Área de Planificación Estratégica e Innovación de MAPFRE FAMILIAR.

“Hasta ahora los aseguradores habíamos tenido más en cuenta el historial siniestral en la tarifa, que los denominados factores psicofísicos”

El producto YCAR de MAPFRE FAMILIAR, modalidad conocida como pago por uso, tiene como objetivo incorporar en el precio del seguro, los hábitos al volante según los resultados de un estudio que no tiene fin. Es la primera vez que en España se introduce una innovación como el pago por uso en el seguro del automóvil, lo que puede llevar a revolucionar todo el sistema de tarifas actual. De momento, como entidad pionera, MAPFRE FAMILIAR ha obtenido algunas conclusiones, aunque precisará tres años para dotarlas de mayor fiabilidad. La presente entrevista nos aproxima al conocimiento de los objetivos, las estrategias y los pasos que se están dando.

En un proceso continuo de innovación como el que desarrolla, ¿cuál es la reflexión filosófica que prevalece?

Hay mucha intuición y herramientas. Además, buscamos innovaciones que tengan una proyección estratégica, es decir, lo mejor para el momento actual pero con visión de futuro. El punto filosófico de partida siempre es el plan estratégico. El cliente se ha colocado en el centro de toda la estructura empresarial de MAPFRE, y por tanto, de todas las áreas que componen MAPFRE FAMILIAR. Ahora todos remamos en la misma dirección, conocemos las prioridades. Los objetivos ya no son por áreas o departamentos, sino de empresa. Toda nuestra actividad está enfocada a la satisfacción del cliente. Al dejar de ser una entidad monorramo para convertirnos en una multirramo, el cliente obtiene ventajas. Por ejemplo, estamos implementando descuentos por integrar varios seguros, algo que antes no era posible porque

cada unidad, cada empresa, tenía su propia cuenta de resultados.

Eso supone una gran innovación.

Sí, pero no es específica del sector asegurador. Desde hace años, la banca está haciendo matrices de productos y sabe cuáles son los que más vinculan a los clientes, a partir de ahí, establece las ofertas. Esto es lo que ahora estamos aplicando. Hay una matriz de valor del cliente, no todos los clientes son iguales, porque los hay rentables y no rentables, y, en ese caso ¿a quién hay que tratar mejor? Sin duda a los más rentables. Lo cierto es que cada vez cuesta más crecer en el negocio de seguros particulares, de ahí la importancia de las políticas destinadas a bajar las tasas de abandono. Nosotros tenemos más de siete millones de clientes en España, y somos conscientes de que podemos crecer desde dentro, potenciando la oferta de productos para aquellos que ya son nuestros clientes, sin perjuicio de que se incorporen otros nuevos.

El punto filosófico de partida siempre es el plan estratégico y el cliente se ha colocado en el centro de toda la estructura empresarial de MAPFRE.



Una de las creaciones de la División de Innovación de MAPFRE FAMILIAR es el producto destinado a los jóvenes conductores de automóviles denominado "Generación Y", que ha evolucionado hasta convertirse en un producto estrella como "YCAR". ¿Qué objetivos se buscaban y cómo se gesta?

Después de un estudio de mercado y una fase de análisis muy rigurosa se llegó a la conclusión de que merecía la pena experimentar con la posibilidad de incorporar nuevos factores de riesgo relacionados con la seguridad vial en el cálculo de la prima, como el tipo de vía o la franja horaria de conducción. Hasta ahora los aseguradores no lo habíamos tenido muy en cuenta, puesto que en la tarifa tiene más peso el historial siniestral que los denominados factores psicofísicos, es decir, lo que conocemos frente a otras variables, como qué días de la semana se conduce, qué recorridos se realizan, si se bebe y conduce. Esto es importante,

porque, por ejemplo, en materia de seguridad vial, sabemos que un 70% de los fallecidos en fines de semana se producen en carreteras secundarias.

Para trasladar esta experiencia que ya está en marcha en España, es de suponer que se examinaron cómo funcionaban otras. Además, está el problema de la privacidad, de que el comportamiento del usuario no trascienda más allá de ese objetivo de ajustar la prima en función del uso del vehículo.

Efectivamente, antes de la experiencia de Gran Bretaña, donde este sistema está bastante extendido, tenemos la de Progressive en Texas en 1998. La experiencia americana mostró dos defectos: los problemas de privacidad, que obligaron a los americanos a abandonar el GPS, y el coste beneficio. Si nos remontamos a los orígenes, esto es una idea del canadiense premio



Pago por uso, una experiencia pionera en España

¿Qué objetivo tiene el estudio sobre los hábitos de vuestros asegurados al volante?

Buscamos obtener experiencia sobre esos nuevos factores de riesgo que desconocemos, y que la seguridad vial nos dice que inciden en las causas de accidentes. Son datos que no recogen las estadísticas de la Dirección General de Tráfico, y que nosotros pretendemos contrastar. Se trata de una experiencia pionera, y una de las premisas es que se trata de un estudio que no tiene fin, ni fecha de caducidad, aunque para conocer conclusiones válidas sea necesario esperar al menos tres años.

¿Se siguen incorporando nuevos asegurados a la muestra?

Sí, nuestro producto YCAR está pensado para conductores que tengan hasta 30 años de edad, pero el propósito es que se mantenga toda la vida de la póliza. Para incentivarlo, realizamos un importante descuento al contratar el seguro, y además regalamos tarjetas de combustible, canjeables en gasolineras, que pueden llegar a superar los 600 euros en caso de que se cumplan los perfiles definidos de buena conducción.

Puesto que el estudio y las conclusiones a que dará lugar son un proceso largo y complejo, ¿cuál es la dotación presupuestaria inicial? ¿Seguirán vuestros pasos otras entidades en el mercado?

La cifra oficial es 10 millones de euros, y respecto a la segunda pregunta, la verdad es que estamos deseando que el mercado nos copie, porque así se generaliza el concepto, aunque nosotros seamos los primeros. La ventaja competitiva está en el refinamiento de la tarifa, y esa ventaja la va a poseer el que tenga mejor base estadística, el que pueda personalizar más.

Nobel de Economía William Vickrey, que criticó la ineficacia de los sistemas de tarificación porque no consideraban la intensidad de uso. Si uno apaga la luz, paga menos de recibo de luz, pero si deja el coche en casa, no paga menos por el seguro. Hay dos aproximaciones, que son el pago en el surtidor, es decir, el seguro como sobreprecio de la gasolina para tener en cuenta la intensidad de uso: a más uso, más gasolina y más prima. Igual pasa con las ruedas, lo que se vino a llamar "ruedas aseguradas". Vickrey era un poco visionario, pero no acierta porque entonces no había tecnologías aplicadas. Sus consideraciones se retoman cuando se incorpora al vehículo un dispositivo de tecnología satelital, ya sea GPS, Glonass o Galileo, que permite medir las variables de intensidad de uso de forma objetiva: kilómetros recorridos, velocidad, conducción nocturna o diurna, por ejemplo.

Cuando MAPFRE FAMILIAR implanta el sistema de pago por uso en España de forma experimental, como base para un amplio estudio, ¿qué pasos se dan y a cuántos conductores implica?

En principio el producto va dirigido a los jóvenes. Entre el 5 de noviembre de 2007 y la primera semana de septiembre de 2008 se apuntaron 10.000 jóvenes de entre 18 y 27 años implicados. Hoy son más de 16.000. El segmento de población se limitó a propósito para que las conclusiones fueran más válidas. En este grupo cabe todo tipo de vehículos o cualquier localización geográfica. Cuanta más dispersión, mejor para la fase de estudio. De ahí que subvencionáramos de forma importante a estos nuevos jóvenes asegurados, incluso con descuentos del 20% sobre la prima estándar de jóvenes en MAPFRE. Necesitaremos tres años para llegar a conclusiones sólidas.

La ventaja competitiva está en el refinamiento de la tarifa, y esa ventaja la va a poseer el que tenga mejor base estadística, el que pueda personalizar más.

Sólo hay dos momentos en que los que se recoge la posición exacta del vehículo con el GPS: en caso de robo y en caso de accidente.

La implantación de un dispositivo de seguimiento satelital, a cambio de bonificar sus seguros, ¿supone una pérdida de confidencialidad respecto a los hábitos de la persona?

Nosotros utilizamos el GPS, pero los datos que recibimos son siempre agregados y no podemos acceder a la información de detalle. El disponer de la posición exacta del vehículo no agregaría nada de cara a una tarifa de pago por uso. Sólo hay dos momentos en que los que se recoge la posición exacta del vehículo: en caso de robo (para poder recuperar el vehículo) y en caso de accidente (para poder mandar la asistencia sanitaria de urgencia).

¿Qué clase de control se ejerce exactamente?

El terminal emite unos datos que van al servidor de un proveedor telemático externo, y éste tiene los datos asociados a un PIN, a un código de identificación que no cuenta con ningún dato de carácter personal. Cuando el proveedor telemático envía los datos a MAPFRE FAMILIAR dentro de un proceso automatizado, lo hace sin el detalle de la posición exacta del vehículo definido por la coordenada GPS de longitud y latitud. Es lo que llamamos el muro de fuego

de la privacidad y eso es lo que certifica AENOR. Resalto de nuevo que MAPFRE FAMILIAR, en el seguro YCAR, no conoce la posición exacta del vehículo, salvo en el caso de impacto o robo. En esos momentos es cuando se aprecia la ventaja de llevar instalado el terminal GPS en el vehículo. En caso de impacto, de interrupción brusca, es el coche el que avisa al proveedor telemático y éste nos lanza una alarma.

¿Se han producido operaciones de salvamento gracias a la instalación de este sistema?

Al recibir la notificación de impacto lo primero que hacemos es contactar con el teléfono móvil del asegurado. Si no logramos dar con él, ponemos en marcha un protocolo base. A partir de cierta intensidad de impacto detectada y en ausencia de comunicación telefónica, damos aviso al 112, y ese es un valor añadido que aportamos. Los servicios de emergencia de 112 han validado la credibilidad de nuestro sistema y por encima de ciertos umbrales sabemos que se ha producido un accidente fuerte con lesiones y, por lo tanto, se activa automáticamente la asistencia sanitaria del 112. Tenemos experiencias concretas en este sentido.

¿Y en caso de robo?

Podemos conocer la posición exacta del vehículo, pero como garantía para iniciar el seguimiento exigimos una denuncia previa por parte del perjudicado. Hemos recuperado prácticamente todos los vehículos robados, con alguna salvedad.

¿Qué características tiene el dispositivo GPS que se coloca en los vehículos?

Es de pequeño tamaño, como un par de paquetes de tabaco, y va dotado de tres periféricos: una antena GPS para reconocer la posición; una antena GSM GRPS para transmitir los datos vía telefonía móvil, y el acelerómetro, que informa de un posible impacto. Todo va oculto en el vehículo.

¿La colocación de este dispositivo no puede distorsionar el comportamiento al volante al pensar que te están vigilando? ¿El seguimiento se amplía a otros países de la Unión Europea?

Cuando alguien modifica sus hábitos para mejorarlos no pasa nada. Ese efecto se diluye con el tiempo. Respecto al seguimiento en otros países, en principio sigue funcionando, de hecho el servicio de recuperación del vehículo en caso de robo también lo prestamos en Francia y Portugal.



¿Cuáles son las primeras conclusiones que arroja la implantación del producto YCAR?

En primer lugar, que no todos los jóvenes son iguales. Hay un predominio de los conductores varones en los coches más potentes y este efecto se multiplica cuando hablamos de fin de semana. De lunes a jueves, la mujer conduce más que el hombre, en el fin de semana predomina el varón con vehículos potentes, sobre todo en el segmento tarde o noche. Los hombres comienzan a usar el coche por las mañanas antes que las mujeres, entre las 6,30 a.m. y las 7 a.m. Las mujeres lo hacen entre las 8,00 a.m. y las 9,00 a.m. Hemos analizado tres grupos de conducción por uso de vehículos: los constantes, los activos, es decir, los laborables, y los de ocio, los que sólo lo usan el fin de semana. Hay grandes diferencias en las velocidades máximas y en las distancias recorridas. Hemos observado que los de ocio recorren las mayores distancias, pues conducen sábados y domingos, frente a los constantes, aunque utilicen más días el vehículo. Esto desmitifica algunos aspectos de la seguridad vial: no hay relación con la edad, la relación es con el trayecto. El día de más uso de los vehículos es el viernes.

<http://www.mapfre.com/portal/generacion-young/generacion-young.shtml>



¿Qué sensaciones provoca este producto cuando lo que impera es la variable precio?

El precio no es la única variable. Puedes competir en precio, pero hay servicios de valor añadido. Un padre valora la importancia de tener un sistema que garantice la ayuda sanitaria cuando se produce un impacto de intensidad. Cuando una entidad como MAPFRE FAMILIAR pone todo su esfuerzo en potenciar un proyecto como este, detrás tiene que haber algo positivo. Ventajas para todas las partes. Estamos seguros de que el futuro del seguro de autos pasa por aquí y que las épocas de crisis son las más propicias para innovar. Esperamos tener el mayor éxito posible, aunque no me atrevo a dar una estimación del número de pólizas que vamos a conseguir con este producto.

¿Vais a incorporar el dispositivo satelital a las motos?

Sí, de hecho en julio de 2009 MAPFRE FAMILIAR inició la comercialización de "eBike10", un seguro para motocicletas de 125cc y cilindrada superior vinculada a la instalación del dispositivo satelital para asistir al motorista en todo momento: permite localizar la moto en caso de robo, identificar los intentos de sabotaje, las caídas en parado o las pérdidas de batería.

Con eBike 10, MAPFRE FAMILIAR hace una decidida apuesta por la innovación y la seguridad de los motoristas, ya que el dispositivo facilitará ayuda en las situaciones de emergencia. Según datos recientes, el riesgo de fallecimiento en un accidente de tráfico mientras se conduce

una motocicleta es 17 veces mayor que el que existe si se conduce un turismo y el 41 por ciento de los fallecimientos en motocicletas se debe a salidas de vía. Ante esta tesitura, reducir el tiempo de atención al motorista gracias a eBike10 resultará, en muchos casos, vital.



Necesitaremos tres años para llegar a conclusiones sólidas.